



Mise à jour du diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre
dans le commerce de l'alimentation du Québec

Préparé pour



RAPPORT FINAL

MARS 2011

RAPPORT PRÉSENTÉ AU

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



ÉQUIPE DE RÉALISATION

Responsable du mandat	Isabelle Charron
Réalisation du mandat	Isabelle Charron Valérie Lamarche Michel Morisset Denis Beaudoin
Correction linguistique	Caroline Vézina

Cette étude a été réalisée grâce à une aide financière de la
Commission des partenaires du marché du travail.

RÉSUMÉ

Le commerce de l'alimentation a généré un peu plus de 20 milliards de dollars de vente au détail en 2009, procurant de l'emploi à plus de 166 400 travailleurs. Il compte pour le quart des emplois du commerce de détail et pour près de 5 % des emplois totaux du Québec. C'est un moteur économique non négligeable, notamment en région, et qui demeure florissant malgré le récent contexte de crise économique. Son visage se transforme également à certains niveaux : des détaillants non spécialisés en alimentation proposent de plus en plus une offre alimentaire qui se diversifie et qui intègre des produits frais; les pharmacies par exemple occupent maintenant près de 8 % du marché des produits alimentaires. Et les choses devraient aller en s'accéléralant avec l'arrivée maintenant annoncée des Supercentres de Walmart au Québec. À l'opposé, les commerces indépendants et spécialisés se taillent aussi une place; les ventes des indépendants non associés ont presque doublé depuis 2004.

Et qu'en est-il de la main-d'œuvre du commerce de l'alimentation? Au tournant de la décennie 2010, les enjeux du recrutement et de la rétention sont encore bien réels. Mais manifestement, les employeurs ont généralement compris le message et mis en place un certain nombre de stratégies pour atténuer le problème, avec des hausses salariales (notamment pour les métiers dont la main-d'œuvre est la plus prisée telle que les bouchers) et surtout des bénéfices non financiers (bonus, horaires plus flexibles, etc.). En plus des conditions salariales, il y a les heures d'ouvertures et le travail physique de certains métiers qui rendent le secteur de l'alimentation moins attrayant comparativement à d'autres secteurs. D'où l'importance qui doit encore être accordée à la valorisation du secteur et de ses métiers et professions. S'il s'agissait d'un élément crucial souligné en 2006, il demeure encore tout à fait pertinent, malgré les efforts investis depuis à ce chapitre.

Par ailleurs, l'enjeu du recrutement demeure entier dans la mesure où les forces démographiques sont là pour rester : une société québécoise vieillissante et une part décroissante de la population en âge de travailler. S'il faut séduire la jeune génération, il faut ensuite la garder. Et là, peu importe le cas de figure, que ce soit un étudiant de passage qui occupe un emploi pendant ses études ou quelqu'un qui envisage de faire carrière dans l'alimentation, la satisfaction et l'ambiance au travail s'avèrent cruciales. Si on se fie au témoignage des employeurs, il ressort clairement que les gérants de rayon ont un rôle stratégique sur ce plan. Il est donc particulièrement important de les outiller adéquatement pour assumer ce rôle dans ses multiples dimensions, non seulement de gestion d'inventaire, mais de gestion des ressources humaines. À ce sujet, la formule idéale pour la formation continue ne semble pas encore avoir été trouvée. Un certain nombre d'employeurs n'arrivent pas à y consacrer du temps ou n'y voient pas encore la pertinence, qu'ils soient ou non banniérés. D'autres, par contre, ont agi de manière très nette pour offrir une formation continue de qualité, en créant leur propre maison de formation à l'interne, ou en exploitant plus judicieusement les outils offerts. À ce titre, plusieurs employeurs, et en particulier les commerces indépendants fonctionnent encore de manière très informelle et la transmission du savoir se fait encore souvent verbalement, sans écrit ou sans plan de formation structuré. Or, le transfert intergénérationnel des commerces indépendants, et l'identification de relève s'annoncent difficile, plus que dans un réseau banniéré. Une attention particulière semble

donc devoir être accordée à ces commerces indépendants pour les aider à formaliser leur façon de faire et ainsi rendre leur commerce plus facile à transférer. Il s'agit toutefois d'une clientèle qui n'est pas facile à joindre, qui est généralement peu au courant de l'existence des outils disponibles (formations en ligne par exemple) et l'effort pour les rejoindre apparaît important.

Compte tenu de tous ces constats, les grands axes qui orientent les recommandations du présent rapport concernent essentiellement la valorisation des métiers et des professions, la promotion des perspectives de carrières et la formation. Ces axes d'intervention ont tous comme objectif fédérateur de pouvoir agir sur le recrutement et la rétention, des défis encore bien présents dans le secteur du commerce de l'alimentation.

VALORISATION DES MÉTIERS ET DES PROFESSIONS

- Valoriser les métiers et professions, c'est un besoin partagé par les employeurs et par les employés. Certains emplois, tant dans les commerces de gros que de détail, demeurent méconnus : bouchers, poissonniers, contremaîtres, gérants de rayon, etc.
 - ♦ L'exemple de la France est intéressant sur ce point : on y organise une compétition où les différentes enseignes jouent le jeu pour valoriser le savoir-faire des chefs de rayon, dans ce cas les fruits et légumes. Chacune des enseignes sélectionne des candidats dans ses points de vente et ces derniers sont visités par un jury¹ pour le choix des lauréats. Cela a le mérite de diriger les projecteurs sur cette profession. Le CSMOCA pourrait très bien piloter un tel concours.
 - ♦ Il semble aussi pertinent de procéder à une véritable campagne de promotion, adaptée selon la clientèle, tant d'un point de vue des médias utilisés (ex. les réseaux sociaux et les affiches Zoom pour les jeunes) que du message véhiculé (ex. valoriser les commerces de l'alimentation comme premier emploi pour les jeunes, faire reconnaître les métiers et professions de l'alimentation auprès des diplômés concernés, etc.).

PERSPECTIVES DE CARRIÈRES

- Valoriser les possibilités de carrières dans le commerce de l'alimentation est également une action à poursuivre. Pour cela, il faut que les employeurs transmettent cette perspective, dès l'embauche, aux jeunes qui occupent des postes à l'entrée. Une partie de ces jeunes ne sont que de passage et n'y feront jamais carrière, mais ces derniers peuvent être retenus à tout le moins le temps que durent leurs études et être fiers d'y occuper un emploi. Une autre partie peut y découvrir un potentiel de carrière et graviter dans le commerce de l'alimentation, par un détour sur les bancs d'école ou par une formation à l'interne (PAMT).

¹ Composé de représentants de la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (FCD), de l'interprofession (c'est-à-dire, l'association privée reconnue par la loi pour rassembler et représenter paritairement les collèges des organisations professionnelles de la production et de la distribution des fruits et légumes frais) et d'un centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (« Les rois des primeurs primés par la FCD », *Linéaires*, n° 263, novembre 2010, p. 112).

- Développer des partenariats avec des cégeps et des universités pour des stages, de manière à faire connaître aux étudiants inscrits à des programmes non particuliers à l'alimentation que le commerce de l'alimentation peut représenter un milieu de travail stimulant et dynamique.
 - ♦ Commencer par cibler une université et un cégep dans la région de Montréal, et la même chose à Québec, pour ne pas éparpiller les efforts. Si les grandes bannières offrent chacune 2 ou 3 stages, tant dans les commerces de détail que de gros, se mailler devient intéressant pour les établissements d'enseignement.

FORMATION

Bien que plusieurs des personnes interrogées jugent suffisante l'offre de formation pour l'embauche et la mise à niveau à l'interne, il semble néanmoins que le format n'est pas encore idéal : manque de temps et manque de formateurs sont souvent évoqués comme prétextes pour ne pas former sa main-d'œuvre. De la même façon, l'offre de formation initiale ne semble pas encore parfaitement coïncider avec les besoins. La formation de poissonnier en est l'exemple le plus probant. Il semble donc devoir encore se questionner sur ce thème. **Un examen approfondi de l'adéquation de l'offre et de la demande de la formation, tant initiale que continue (incluant les formations maison des bannières, si possible) apparaît nécessaire** pour mettre le doigt correctement sur les chevauchements, les manques, les inadéquations, les problèmes de financement, etc. De manière plus précise, les éléments suivants se dégagent :

Services de formation en magasin

- Compte tenu des raisons évoquées, il pourrait être pertinent de développer un service de formation en magasin, de courte durée (de 1 à 3 heures, selon le contenu) et avec des formateurs qui se déplacent en magasin. L'objectif est de concevoir des formats qui facilitent le transfert de connaissances, sans mettre de pression sur les ressources à l'interne. Deux thèmes apparaissent prioritaires : service à la clientèle et gestion informatisée.
- Étant donné que plusieurs formations en ligne sont maintenant offertes auprès du CSMOCA, il pourrait être intéressant de faire un sondage auprès des employeurs et des employés pour connaître le profil des usagers et leur satisfaction à l'égard de ces outils.
- Pour le commerce de gros, il pourrait être intéressant de développer un module de formation pour les gestionnaires de catégorie dans les fruits et légumes. Cela pourrait se faire dans un format similaire à celui décrit ci-haut. Il faudrait voir si, éventuellement, le microprogramme en distribution alimentaire de l'Université Laval pourrait inclure ce genre de module plus précis.

Formation des cadres intermédiaires

- Par ailleurs, une lacune est ressortie de manière très forte sur le plan de la formation des cadres intermédiaires. Les gérants de rayons occupent notamment un rôle crucial et ne sont pas toujours formés en conséquence.

- ♦ La gestion des ressources humaines (GRH) devrait notamment être attaquée de front. Selon le type du commerce ou de sa taille, cette fonction devrait être centralisée à l'échelle du magasin et confiée au directeur de magasin. Si elle est déléguée à chacun des gérants, la formation en GRH est alors cruciale.

Formation initiale

- Les établissements de formation technique comme Calixa-Lavallée semblent offrir des formations généralement satisfaisantes pour les employeurs. Par contre, l'intégration et l'alternance avec des stages semblent davantage souhaitées. Le besoin pour des modules spécifiques (chocolaterie, farines spécialisées, etc.) est également nommé. Bien que ce type de perfectionnement sur mesure soit disponible à Calixa-Lavallée, il ne semble pas connu par les employeurs. Il faudrait donc s'assurer de diffuser l'information.
- Le Centre de formation de l'alimentation et du commerce (CFACQ) a définitivement une place. Rappelons que le taux de déplacement des immigrants au CFACQ est excellent.

AUTRES BESOINS PARTICULIERS (PAR TYPE DE COMMERCE)

- Il est clair que le besoin prioritaire des grandes bannières est la promotion des métiers et des professions, de manière unanime.
- Bien que certaines bannières aient déjà procédé à des enquêtes à l'interne auprès de leurs employés, il pourrait être intéressant de faire un vaste sondage auprès des travailleurs du commerce de l'alimentation pour connaître les facteurs de satisfaction et de non-satisfaction et ainsi mieux sensibiliser les cadres intermédiaires qui peuvent agir sur ces facteurs.
- Du côté des commerces indépendants, de type épicerie surtout, mais aussi des commerces spécialisés, il pourrait être intéressant de mieux connaître la situation de la relève : combien prévoient vendre leur entreprise d'ici 5 ans, combien ont identifié une relève, de quels outils auraient-ils besoin (accompagnement fiscal, comptable, etc.)?
- Quant à la pertinence de mettre en place un mécanisme de rétroaction annuel du diagnostic vers les commerçants indépendants spécialisés de taille inférieure, il semble que l'envoi minimal d'un mémo leur indiquant le lien Internet vers le rapport et les résumés/recommandations soit suffisant. Établir un mécanisme plus complexe et coûteux apparaît inutile.

CONDITIONS DE TRAVAIL

Notons que de par son mandat, le CSMOCA ne peut d'aucune façon développer des projets en relation avec les conditions du travail. En conséquence aucune recommandation n'est proposée en lien avec cet aspect du travail du secteur du commerce de l'alimentation. Rappelons néanmoins que :

- Il semble qu'il y ait eu un certain ajustement salarial pour retenir notamment des gens de métiers. Le recours à des incitatifs non financiers a aussi été essayé par un peu plus d'employeurs.
- Les horaires de travail (soir et fin de semaine) constituent encore un élément qui semble nuire au recrutement et à la rétention des employés. Il en est de même pour les temps partiels dont le nombre d'heures de travail par semaine est quelquefois insuffisant pour constituer un salaire hebdomadaire qui les incite à demeurer en poste.

BASSIN DE TRAVAILLEURS

- Un mot enfin sur les bassins de main-d'œuvre. Les travailleurs expérimentés, semi-retraités ou retraités sont une solution vers laquelle se tournent de plus en plus d'employeurs. Dans le secteur du commerce de l'alimentation, il semble que la pénibilité des tâches et les horaires de travail nuisent à la fois à l'attrait du secteur pour ce type de travailleurs, mais également à la satisfaction des employeurs à leur égard. Par contre, des avantages très nets sont soulignés et s'avèrent particulièrement précieux pour un travail qui repose sur le service à la clientèle : maturité, savoir-vivre et fiabilité. Il semble possible pour les employeurs d'adapter leurs exigences ou leurs horaires pour faciliter l'embauche de ces travailleurs. Par exemple, la plage horaire de 11 h à 14 h est relativement courte, donc acceptable pour les retraités, mais elle correspond à un moment plus intense. Il est donc utile pour les employeurs d'y mobiliser plus de main-d'œuvre. Par contre, les conventions collectives peuvent apporter des contraintes sur l'aménagement des horaires.
- Les étudiants demeurent néanmoins la base du bassin de main-d'œuvre pour les postes d'entrée. Il faut poursuivre la réflexion pour les inciter davantage à choisir le commerce de l'alimentation comme premier emploi. Dans le même sens, il convient de sensibiliser encore les employeurs pour qu'ils offrent un encadrement, de la flexibilité et des sources de défi et de motivation adaptées à cette génération.

TABLE DES MATIÈRES

1.	Introduction et contexte	1
1.1	Méthodologie	1
2.	Dossiers marquants des dernières années.....	3
3.	Tendances socioéconomiques.....	8
4.	Portrait du secteur du commerce de l'alimentation au Québec	15
4.1	Commerce de détail	16
4.2	Commerce de gros	21
4.3	Emploi dans le commerce de l'alimentation.....	23
4.4	Commerce de l'alimentation en région	29
5.	Métiers et professions du commerce de l'alimentation	37
5.1	Description des métiers et professions.....	37
6.	Programmes d'études et de formation	40
6.1	Formation professionnelle	41
6.2	Formation technique.....	49
6.3	Formation universitaire.....	52
6.4	Autres formations	54
7.	Résultats des entrevues et du groupe de discussion	59
7.1	Commerce de détail	59
7.2	Commerce de gros	69
8.	Recommandations.....	71
Annexe 1	Définition des codes SCIAN	75
Annexe 2	Définition des codes CNP	81
Annexe 3	Liste des intervenants et employeurs interrogés Liste des participants au groupe de discussion	103
	Bibliographie.....	108

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 3.2	Perspectives de la population, Québec, de 2006 à 2031	12
Tableau 4.1	Ventes des détaillants d'alimentation, selon le type de propriété, Québec, 2009.....	19
Tableau 4.2	Principales bannières en alimentation, Québec, 2009.....	20
Tableau 4.3	Répartition régionale des établissements du commerce de détail en alimentation, selon le type, Québec, 2009.....	33
Tableau 5.1	Revenu annuel moyen et salaire horaire pour les métiers et professions pouvant être liés au commerce de l'alimentation	38
Tableau 5.2	Perspectives professionnelles pour les métiers et professions pouvant être liés au commerce de l'alimentation, 2009-2013, par région, Québec	39
Tableau 6.1	Effectifs et diplômés aux CFMS, 2007-2008	42
Tableau 6.2	Effectifs et diplômés au DEP Boucherie de détail, de 2004-2005 à 2009-2010	45
Tableau 6.3	Effectifs et diplômés au DEP Boulangerie, de 2004-2005 à 2009-2010	46
Tableau 6.4	Effectifs et diplômés au DEP Cuisine, de 2004-2005 à 2009-2010.....	46
Tableau 6.5	Effectifs et diplômés au DEP Pâtisserie, de 2004-2005 à 2009-2010.....	47
Tableau 6.6	Effectifs et diplômés au DEP Vente-conseil, de 2004-2005 à 2009-2010	47
Tableau 6.7	Statistiques de l'Enquête Relance pour les DEP, 31 mars 2009	48
Tableau 6.8	Effectifs et diplômés à l'AEC Gestion de commerces, de 2004-2005 à 2009-2010	50
Tableau 6.9	Effectifs et diplômés au DEC Gestion de commerces, de 2004-2005 à 2009-2010	51
Tableau 6.10	Statistiques de l'Enquête Relance pour le DEC, 31 mars 2009	52
Tableau 6.11	Inscriptions et diplômés au Microprogramme en agroéconomie — distribution alimentaire, de 2005-2006 à 2009-2010	53
Tableau 6.12	Inscriptions et diplômés au Certificat en commerce de détail, de 2005-2006 à 2009-2010	53
Tableau 6.13	Ententes signées au PAMT depuis la mise en place des programmes.....	55
Tableau 6.14	Répartition régionale des ententes signées au PAMT pour l'année 2009-2010	56

LISTE DES FIGURES

Figure 3.1	Évolution du revenu annuel moyen disponible et des dépenses annuelles totales moyennes des ménages, Québec, de 2000 à 2009.....	8
Figure 3.2	Évolution des dépenses annuelles moyennes des ménages au titre de l'alimentation, Québec, de 1999 à 2008.....	9
Figure 3.3	Évolution de la part des dépenses totales moyennes des ménages consacrées à l'alimentation, Québec, de 1999 à 2008.....	10
Figure 3.4	Évolution de l'indice des prix à la consommation, Québec, de 2000 à 2009	11
Figure 3.5	Augmentation de l'indice des prix à la consommation des aliments, Québec, de 2000 à 2009	11
Figure 3.6	Répartition de la population selon l'âge, Québec, 1989 et 2009	13
Figure 3.7	Évolution du nombre de résidents permanents installés au Québec, selon le pays d'origine, de 2000 à 2009.....	14
Figure 4.1	Nombre de détaillants en alimentation, par type, Québec, 2007 et 2009	17
Figure 4.2	Nombre de détaillants en alimentation, par type et selon l'appartenance ou non à une chaîne, Québec, 2007	17
Figure 4.3	Évolution du nombre de commerces d'alimentation selon le type de propriété, Québec, de 2004 à 2009	18
Figure 4.4	Évolution des ventes des commerces d'alimentation, selon le type de propriété, Québec, de 2004 à 2009	19
Figure 4.5	Part de marché des principaux distributeurs de produits alimentaires, Québec, 2009	21
Figure 4.6	Répartition du nombre de commerces de gros en alimentation, par type, Québec, 2007	22
Figure 4.7	Évolution du nombre de commerces de gros, par type, Québec, 2005 et 2007	22
Figure 4.8	Évolution du nombre d'emplois chez les grossistes-distributeurs de produits alimentaires, Québec, de 2000 à 2009.....	23
Figure 4.9	Évolution du nombre d'emplois dans les magasins d'alimentation, Québec, de 2000 à 2009	24
Figure 4.10	Évolution de la part des emplois alimentaires dans le commerce et l'économie totale, Québec, de 2000 à 2009.....	25
Figure 4.11	Répartition de la population active selon l'âge, dans le commerce de l'alimentation, Québec, 2009-2010	26
Figure 4.12	Répartition de la population active selon le sexe, dans le commerce de l'alimentation, Québec, 2009-2010	27
Figure 4.13	Répartition de la population active selon le niveau de scolarité, dans le commerce de l'alimentation, Québec, 2009-2010.....	27
Figure 4.14	Évolution du salaire hebdomadaire dans le commerce de détail et de gros de l'alimentation, Québec, de 2001 à 2009.....	28

Figure 4.15	Évolution du salaire horaire dans le commerce de détail de l'alimentation, Québec, de 2001 à 2009	29
Figure 4.16	Contribution du commerce de détail de l'alimentation à l'économie régionale, emplois et PIB, Québec, 2009.....	30
Figure 4.17	Répartition régionale des établissements du commerce de gros de l'alimentation, 2007	31
Figure 4.18	Répartition régionale des établissements du commerce de détail en alimentation, Québec, 2009	32
Figure 4.19	Répartition régionale du PIB du commerce de détail en alimentation, Québec, 2009.....	34
Figure 4.20	Répartition régionale du chiffre d'affaires du commerce de détail en alimentation, Québec, 2009	35
Figure 4.21	Répartition régionale des emplois dans le commerce de gros et de détail de l'alimentation, Québec, 2009	36

1. INTRODUCTION ET CONTEXTE

Le Comité sectoriel de la main-d'œuvre dans le commerce de l'alimentation (CSMOCA) a fait réaliser en 2006 une étude sectorielle sur les problématiques de main-d'œuvre (recrutement, rétention, formation) dans son secteur. Près de cinq ans plus tard, le contexte macro-économique a évolué, ne serait-ce qu'avec la crise économique dont se sortent à peine les économies mondiale et canadienne. Au Québec, le problème de pénurie de main-d'œuvre s'est, de manière générale, maintenu, et les économistes ne prévoient pas qu'il se résorbe, au contraire. Des transformations structurelles sont également survenues dans le secteur particulier du commerce de l'alimentation. La distribution au détail régionale a subi, par exemple, un important changement avec l'achat par Metro de la chaîne d'alimentation régionale GP. Le mouvement de consolidation s'est également poursuivi dans le commerce de gros; mentionnons à titre d'exemple la récente fermeture du centre de distribution de Provigo-Loblaws dans la région de Québec. Malgré ces soubresauts, le secteur demeure un employeur non négligeable. Selon les dernières données disponibles, ce sont près de 165 000 emplois dans le commerce de gros et de détail de l'alimentation en 2009 qui contribuent à près de 4,3 % des emplois de l'ensemble de l'économie québécoise; c'est une augmentation des emplois dans ce secteur de près de 8,3 % depuis 2004².

L'étude effectuée en 2006 faisait aussi un certain nombre de constats et de recommandations. Qu'en est-il maintenant? Est-ce que les métiers et professions problématiques sont toujours les mêmes? Des recommandations ont-elles été mises en place et avec quels résultats? Avec la volonté d'actualiser et d'approfondir les connaissances sur les employeurs et les travailleurs de ce vaste secteur, le CSMOCA souhaitait donc mettre à jour le diagnostic du secteur. Le présent rapport présente les résultats de cette mise à jour du profil du secteur et de sa main-d'œuvre.

1.1 MÉTHODOLOGIE

Pour répondre à cet objectif, la première étape a débuté par la recherche et l'analyse des données statistiques disponibles à partir de sources de données secondaires (principalement MAPAQ, Institut de la statistique du Québec et Statistique Canada). Pour la main-d'œuvre en particulier, les données statistiques proviennent essentiellement du système de classification des industries de l'Amérique du Nord (code SCIAN) (voir l'annexe 1) et de la Classification nationale des professions (CNP). Les données du ministère de l'Éducation, des Loisirs et du Sport ont également été utilisées pour dresser le profil de la formation offerte par le secteur public (initiale et continue).

Une démarche qualitative, par entrevue, a suivi. Des représentants de divers types de commerces (corporatifs, indépendants banniérés, indépendants, spécialisés) et situés dans diverses régions, de même que quelques organismes clés (Association des détaillants en alimentation du Québec, Conseil canadien des distributeurs en alimentation, établissements

² MAPAQ, données sur l'emploi bioalimentaire tirées de Statistique Canada.

d'enseignement) qui ont une vision globale du secteur ont été interrogés. Au total, près de 30 entrevues auprès de ces intervenants ont permis d'atteindre une compréhension globale de la réalité, des pratiques, des enjeux et des besoins de ces différents commerces (voir la liste en annexe 2). Enfin, un groupe de discussion s'est tenu avec des employés du commerce de l'alimentation. Il s'agissait de représentants syndicaux travaillant pour différentes centrales syndicales et provenant de différents commerces de détail et de gros (voir la liste en annexe 2).

Avant de présenter ces résultats, le rapport résume d'abord (section 2) les quelques faits qui ont marqué l'actualité du commerce de l'alimentation, directement ou indirectement, au cours des cinq dernières années. Sont ensuite exposées (section 3) certaines tendances socioéconomiques qui permettent de mieux saisir le contexte dans lequel évolue le secteur de l'alimentation.

La section suivante (section 4) présente la mise à jour du portrait du commerce de l'alimentation au Québec, notamment sur le plan du nombre d'établissements et des emplois, d'une part pour le commerce de détail et de gros, et de manière régionale. La section 5 s'attarde particulièrement à la main-d'œuvre en listant les métiers et professions du commerce de l'alimentation et les perspectives professionnelles pour chacun de ces postes. Suit une section (section 6) sur les programmes d'études et de formation, qui présente notamment les données sur le nombre d'inscrits et de diplômés disponibles pour le marché du travail, et quelques statistiques sur leur taux de placement dans le secteur particulier du commerce de l'alimentation.

Enfin, avant de conclure avec des recommandations, la dernière section (section 7) rapporte les constats issus des groupes de discussion et des entrevues auprès des employeurs et des employés.

2. DOSSIERS MARQUANTS DES DERNIÈRES ANNÉES



HEURES D'OUVERTURE

Le débat sur les heures d'ouverture en a été un de longue haleine. Alors qu'en décembre 2006, le gouvernement du Québec avait assoupli la réglementation au sujet du nombre limité d'employés les soirs de fins de semaine dans les supermarchés et épiceries, ce n'est qu'à la fin 2008 que l'industrie en est arrivée à une entente qui a satisfait toutes les parties, grandes et petites surfaces. Le point majeur de cette entente concerne la fermeture des grandes surfaces pendant cinq jours fériés et demi par année, jours pendant lesquels les petites surfaces peuvent être ouvertes, sans restriction quant au nombre d'employés.

SACS D'EMPLETTES

« Avez-vous votre sac réutilisable? » Voilà une question devenue presque systématique au passage à la caisse dans les commerces d'alimentation. Depuis 2006, les commerçants de toutes bannières ont mis en place de nombreuses stratégies pour diminuer l'utilisation des sacs de plastique jetables : vente de sacs réutilisables, imposition d'un coût pour l'utilisation des sacs jetables à la caisse, élimination totale des sacs jetables. L'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) croit qu'il faut favoriser la réduction à la source, le réemploi et le recyclage des sacs de plastique. L'ADA est d'ailleurs signataire du Code volontaire de bonnes pratiques sur l'utilisation des sacs d'emplètes publié par Recyc-Québec.

CRISE DE LA LISTÉRIOSE

À l'été 2008, en Ontario, Maple Leaf a effectué le plus important rappel de viande jamais fait au Canada. La responsable : *Listeria monocytogenes*, une bactérie causant la listériose, une maladie potentiellement mortelle. Quelques mois plus tard, un épisode de contamination du même genre est apparu au Québec, cette fois en lien avec la consommation de fromages fins. S'en est suivi la destruction massive de milliers de kilos de fromages. La confiance des consommateurs, mais aussi des détaillants, était à rebâtir. Le MAPAQ a donc mis en place un programme d'aide visant, entre autres choses, à soutenir l'achat et la promotion des fromages québécois par les commerces de détail et à développer un guide de bonnes pratiques pour éliminer les risques de contamination croisée entre les produits.

HAUSSE DU SALAIRE MINIMUM

Depuis mai 2007, la hausse du salaire minimum sur une base horaire a été de 0,50 \$ par année, une hausse plus élevée que ce qui avait été fait par le passé. Ainsi, de 2004 à 2007, la hausse totale sur une base horaire avait été de 0,55 \$, alors que pour la période de 2007 à 2011, l'augmentation a été de 1,65 \$. Le commerce de détail en alimentation reste un secteur fortement touché par des hausses du salaire minimum : 68 % des conventions collectives qui comportent au moins une classe d'emploi à salaire minimum se trouvent dans le secteur du commerce de détail en alimentation³.

³ TRAVAIL QUÉBEC. « L'effet du salaire minimum sur la rémunération des salariés syndiqués au Québec », *Regards sur le travail*, volume 7, numéro 1, automne 2010, http://www.travail.gouv.qc.ca/actualite/regardstravail/regardstravail-vol07-01/effet_salaire_minimum-2.html

FORMATION EN HYGIÈNE ET SALUBRITÉ ALIMENTAIRES

En novembre 2008, le Règlement sur les aliments rend obligatoire la formation en hygiène et salubrité alimentaires pour les gestionnaires d'établissements et les manipulateurs d'aliments. Ainsi, tout établissement où l'on prépare des aliments est visé par ce règlement. Les obligations liées à la réglementation sont :

- Désigner une personne à titre de gestionnaire d'établissement, qui soit responsable du contrôle de l'hygiène et de la salubrité alimentaires et formée en conséquence;
- Assurer en tout temps la présence d'une personne formée (gestionnaire d'établissement ou manipulateurs d'aliments) ou de 10 % des membres du personnel adéquatement formés;
- Disposer d'un registre du personnel formé.

LE QUÉBEC DANS VOTRE ASSIETTE

Lancée en décembre 2007, la campagne Le Québec dans votre assiette vise avant tout à inciter les consommateurs à exiger et à acheter des aliments produits et transformés au Québec. Dans cette Stratégie d'accroissement des achats de produits alimentaires québécois sur le marché intérieur, un des axes d'intervention consiste à faciliter l'accès des entreprises aux réseaux de distribution. Dans cet ordre d'idées, le MAPAQ a publié en avril 2008 le Guide d'accès au marché du détail par les entreprises de transformation alimentaire.

RAPPORT PRONOVOST

Au printemps 2008, la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois a déposé son rapport final, après une vaste tournée de consultations à travers le Québec. Le CSMOCA y avait déposé un mémoire pour souligner l'importance d'améliorer les formations offertes dans le secteur du commerce de détail ainsi que leur accessibilité et leur adéquation avec les besoins de l'industrie. L'ADA, de même que certains détaillants indépendants, ont également fait valoir leurs points au cours des audiences publiques. Bien que peu nombreuses, certaines recommandations du Rapport Pronovost concernent les commerçants au détail. Toutefois, leur contribution à l'industrie agroalimentaire du Québec a été, selon l'ADA, sous-estimée. Par exemple, les circuits de distribution courts (vente à la ferme, marchés publics, agriculture soutenue par la communauté) ont été favorisés pour permettre aux petits producteurs de distribuer leurs produits. Il n'a pas été mentionné que la vente directe aux détaillants en alimentation déjà bien implantés dans les régions pouvait également permettre d'atteindre cet objectif. De même, rien n'a été dit à propos des vins québécois qui pourraient tirer avantage d'une distribution dans les commerces de détail. Enfin, au contraire de la relève agricole, la valorisation des métiers du commerce de détail n'a pas été soulevée.

ACHAT DE GP PAR METRO

À l'été 2009, les Supermarchés GP, propriété de la famille Pelletier depuis 1958, sont passés aux mains de Metro. Opérant déjà certains de ses magasins sous la bannière Metro depuis la fin des années 1980, le Groupe GP a cédé ses 15 supermarchés à celui qui apparaît comme le joueur le mieux placé pour poursuivre le développement de l'entreprise. Metro a ainsi consolidé sa position au Bas-Saint-Laurent, en Gaspésie et dans la région de Québec.

STRATÉGIES DE FIDÉLISATION DES CLIENTS

Depuis les dernières années, les grandes chaînes d'alimentation rivalisent en stratégies de fidélisation des clients. Metro a ainsi lancé son programme de points Metro&moi, Loblaws offre aussi à ses clients la possibilité d'accumuler des points par l'intermédiaire d'une carte de crédit, alors qu'IGA utilise le système AirMiles de même que l'attribution d'un produit vedette en cadeau par tranche d'achat. Ces stratégies témoignent d'une compétition féroce dans le secteur du commerce de détail de l'alimentation et d'où les efforts pour fidéliser le client.

CSMOCA

- Génération Y

En 2007, le CSMOCA a entrepris une vaste étude sur la génération des moins de 30 ans (nés entre 1975 et 1995), les « Y », qui constitue un bassin de travailleurs fortement sollicités par les entreprises du commerce de détail de l'alimentation. L'étude visait notamment à dresser le portrait des jeunes de cette génération, à connaître les pratiques de gestion des ressources humaines des entreprises du secteur du commerce de l'alimentation et à mesurer si celles-ci correspondent aux attentes des employés de la génération Y. Il en est ressorti que les jeunes ont des attentes élevées par rapport au marché du travail et que les pratiques de gestion des ressources humaines des entreprises n'y correspondent pas toujours.

- Guide RH

Le CSMOCA offre un outil de gestion des ressources humaines pour aider et soutenir les personnes responsables de la gestion des employés dans les commerces d'alimentation. Le coffret se présente sous forme de fiches et traite de différents sujets liés à la gestion des ressources humaines : le recrutement, l'embauche, l'accueil, la rémunération, la motivation, etc. Il est présenté comme un recueil de « solutions de tous les jours ».

- Formations en ligne

Dans le cadre du Pacte pour l'emploi, le gouvernement du Québec s'est engagé à mettre des fonds dans la conception de projets d'apprentissage, comme l'apprentissage en ligne. L'accessibilité et l'adaptabilité de ce type de formation semblent bien répondre aux besoins et à la réalité des commerces de l'alimentation : l'horaire et la durée des périodes de formation sont à la discrétion des utilisateurs, aucun déplacement n'est nécessaire, les formations sont peu coûteuses, l'utilisation de vidéos ou d'images limite le recours aux textes et facilite la réussite pour tous, peu importe le niveau de scolarisation, l'utilisation de l'ordinateur motive les utilisateurs, surtout les jeunes (Radar, nov.-déc. 2009, p. 18).

GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

- Roulement du personnel

Le roulement du personnel est un phénomène bien présent dans les commerces de détail en alimentation, et qui coûte cher. (Radar, sept.-oct. 2008, p. 22). Selon un rapport publié par le Conseil canadien des RH du secteur de l'alimentation (CCRHSA) en 2008, il en coûterait 1500 \$ en moyenne pour le départ d'un employé. Au Québec, selon les résultats de l'enquête

du CCRHSA, le taux de roulement du personnel dans le commerce d'alimentation au détail est de près de 28 % pour l'ensemble des employés et atteint plus de 40 % pour le personnel non cadre à temps partiel. Il apparaît donc essentiel de mettre en place des pratiques de conservation du personnel, telles que celles suggérées par le CCRHSA :

- ♦ Éviter de demander aux employés de travailler en dehors de leur horaire de travail établi;
- ♦ Avoir recours à un programme de formation des employés;
- ♦ S'engager auprès de ses employés, et reconnaître et récompenser un bon travail.

- Compensations non financières

Les compensations non financières sont des incitatifs utilisés en guise de récompenses aux employés (Radar, sept.-oct. 2010, p. 21). Elles apparaissent comme des outils fort utiles pour recruter et retenir le personnel. Elles peuvent se présenter sous plusieurs formes, allant des horaires flexibles aux activités sociales en passant par les encouragements et la rétroaction positive. Ces options à la rémunération sont un moyen de favoriser l'engagement des employés, en mettant l'accent sur le bien-être des personnes.

3. TENDANCES SOCIOÉCONOMIQUES

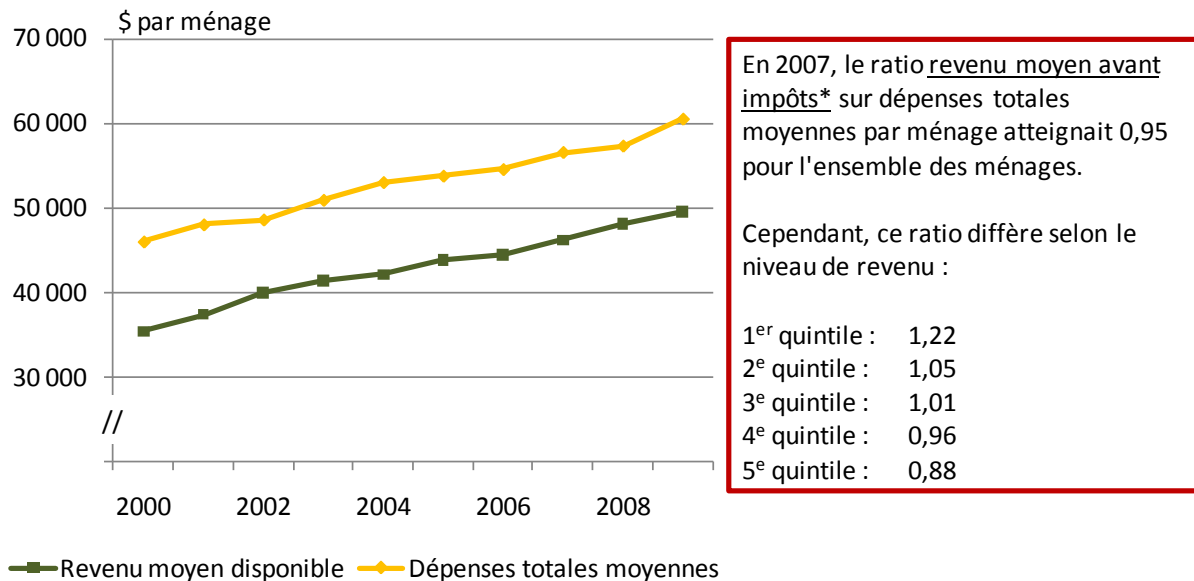
La présente section rapporte certaines tendances qui permettent de caractériser l'environnement socioéconomique dans lequel évoluent les entreprises de l'industrie du commerce de l'alimentation.

REVENU ET DÉPENSES

- Le revenu annuel moyen disponible des ménages (après impôts) a augmenté de 40 % de 2000 à 2008, plus que les dépenses annuelles totales moyennes qui, pour leur part, ont grimpé d'un peu plus de 30 %. Les revenus et dépenses moyens atteignent ainsi respectivement 49 563 \$ et 60 478 \$ par ménage en 2009 (cf. Figure 3.1).
- Avec les données 2007, on constate que les dépenses totales moyennes des ménages les moins nantis (franges inférieures de revenu moyen avant impôts) dépassent leurs revenus; l'endettement et les achats à crédit sont des phénomènes croissants.

Figure 3.1

Évolution du revenu annuel moyen disponible et des dépenses annuelles totales moyennes des ménages, Québec, de 2000 à 2009



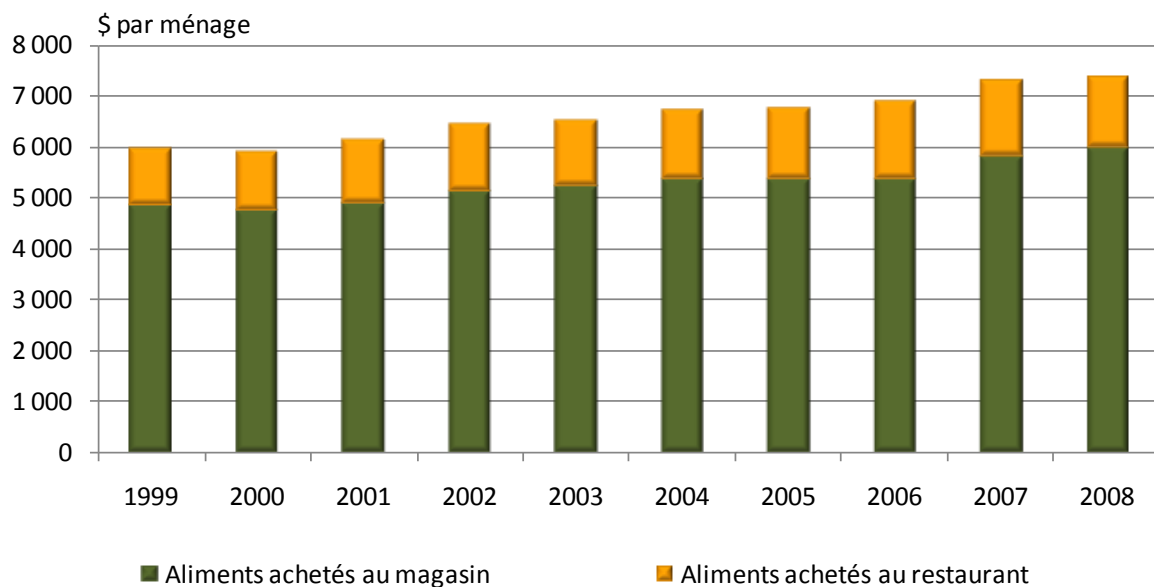
Note : 1^{er} quintile (23 000 \$ ou moins); 2^e quintile (23 001 \$ - 38 000 \$); 3^e quintile (38 001 \$ - 57 000 \$); 4^e quintile (57 001 \$ - 89 000 \$); 5^e quintile (plus de 89 000 \$).

* : Les données dans l'encart diffèrent de celles du graphique (revenu avant impôts vs revenu disponible).

Sources : Statistique Canada, CASNIM, Tableau 203-0001 et Institut de la statistique du Québec.

- Les dépenses au titre de l'alimentation ont augmenté de près de 25 % sur la décennie 1999-2008, pour atteindre 7396 \$ par ménage en 2009. Les parts des dépenses alimentaires faites en magasin et au restaurant sont restées très stables tout au long de la période, respectivement de 81 % en 1999 et 19 % en 2009 (cf. Figure 3.2).
- La part de dépenses totales moyennes des Québécois attribuable à l'alimentation s'élève à un peu plus de 12 % en 2008, une proportion relativement stable depuis dix ans (cf. Figure 3.3). Cependant, ce pourcentage varie significativement selon le niveau de revenu des ménages : plus le niveau de revenu est faible, plus la part des dépenses alimentaires dans les dépenses totales est élevée.

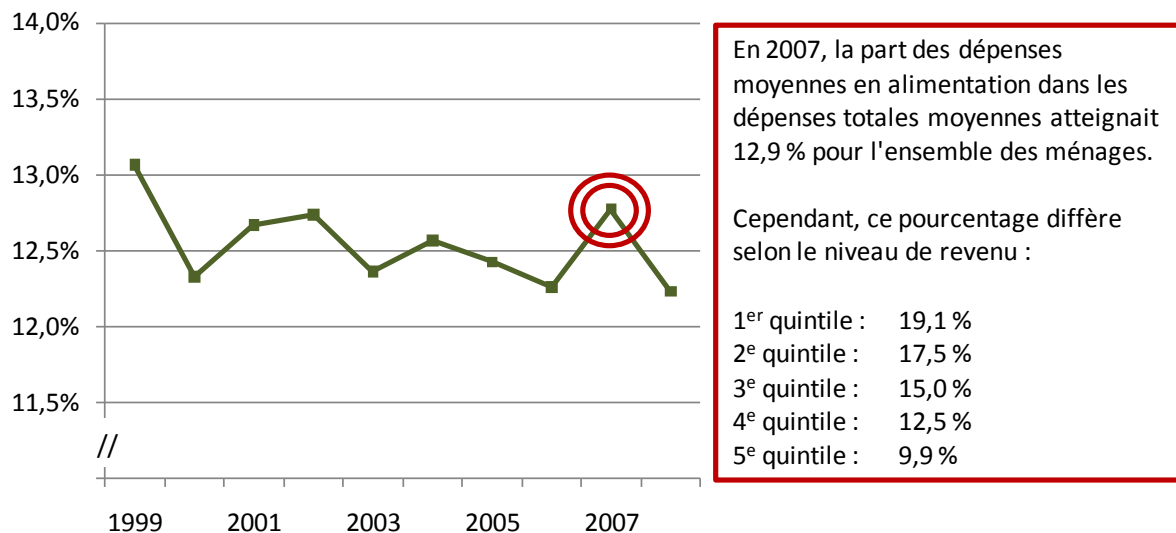
Figure 3.2
Évolution des dépenses annuelles moyennes des ménages au titre de l'alimentation¹, Québec, de 1999 à 2008



1 : Exclut les articles non liés à la nourriture, achetés à l'épicerie.

Source : Statistique Canada, CASNIM, Tableau 203-0002.

Figure 3.3
Évolution de la part des dépenses totales moyennes des ménages consacrées à l'alimentation, Québec, de 1999 à 2008



Note : 1^{er} quintile (23 000 \$ ou moins); 2^e quintile (23 001 \$ - 38 000 \$); 3^e quintile (38 001 \$ - 57 000 \$); 4^e quintile (57 001 \$ - 89 000 \$); 5^e quintile (plus de 89 000 \$).

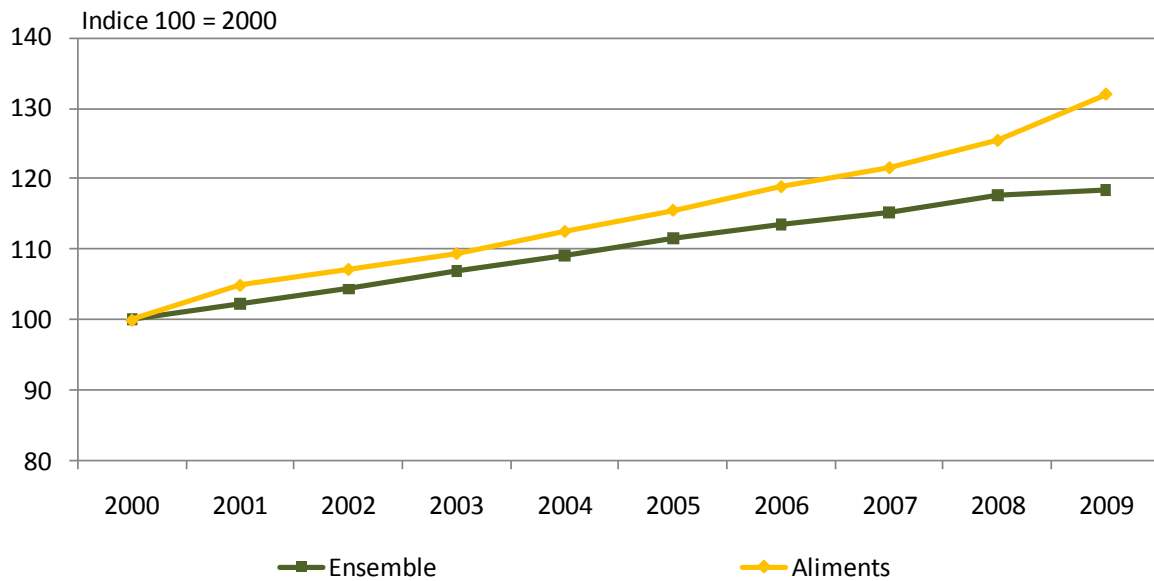
Sources : Statistique Canada, CASNIM, Tableau 203-0001 et Institut de la statistique du Québec.

INDICE DES PRIX

- L'indice des prix à la consommation des aliments a augmenté plus vite que celui de l'ensemble des produits de 2000 à 2009, respectivement de 31,9 % et de 18,4 %⁴.
- Pour la même période, l'indice des prix des aliments achetés au magasin a augmenté de 33 %. Les catégories « Pains et céréales » et « Lait et œufs » ont contribué fortement à cette hausse (48,6 % et 40,5 %).
- La Figure 3.4 et la Figure 3.5 présentent l'évolution des indices des prix à la consommation pour l'ensemble des produits et les aliments de 2000 à 2009.

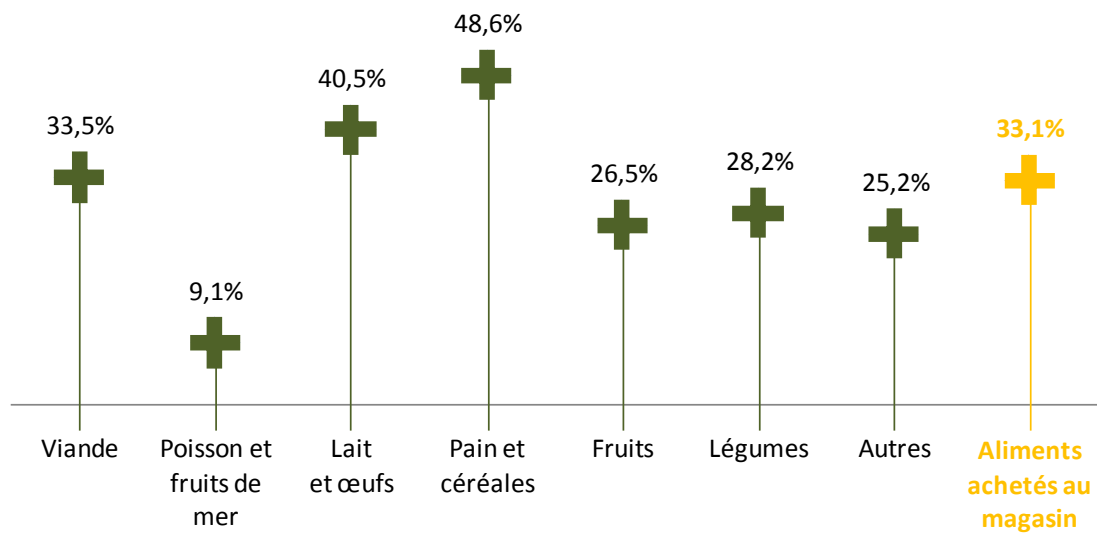
⁴ Bien que le prix des aliments ait augmenté, la part des dépenses alimentaires dans les dépenses totales est restée stable, cela étant attribuable à l'augmentation du revenu moyen des ménages.

Figure 3.4
Évolution de l'indice des prix à la consommation, Québec, de 2000 à 2009



Source : Statistique Canada, CASNIM, Tableau 326-0021.

Figure 3.5
Augmentation de l'indice des prix à la consommation des aliments, Québec, de 2000 à 2009



Source : Statistique Canada, CASNIM, Tableau 326-0021.

DÉMOGRAPHIE

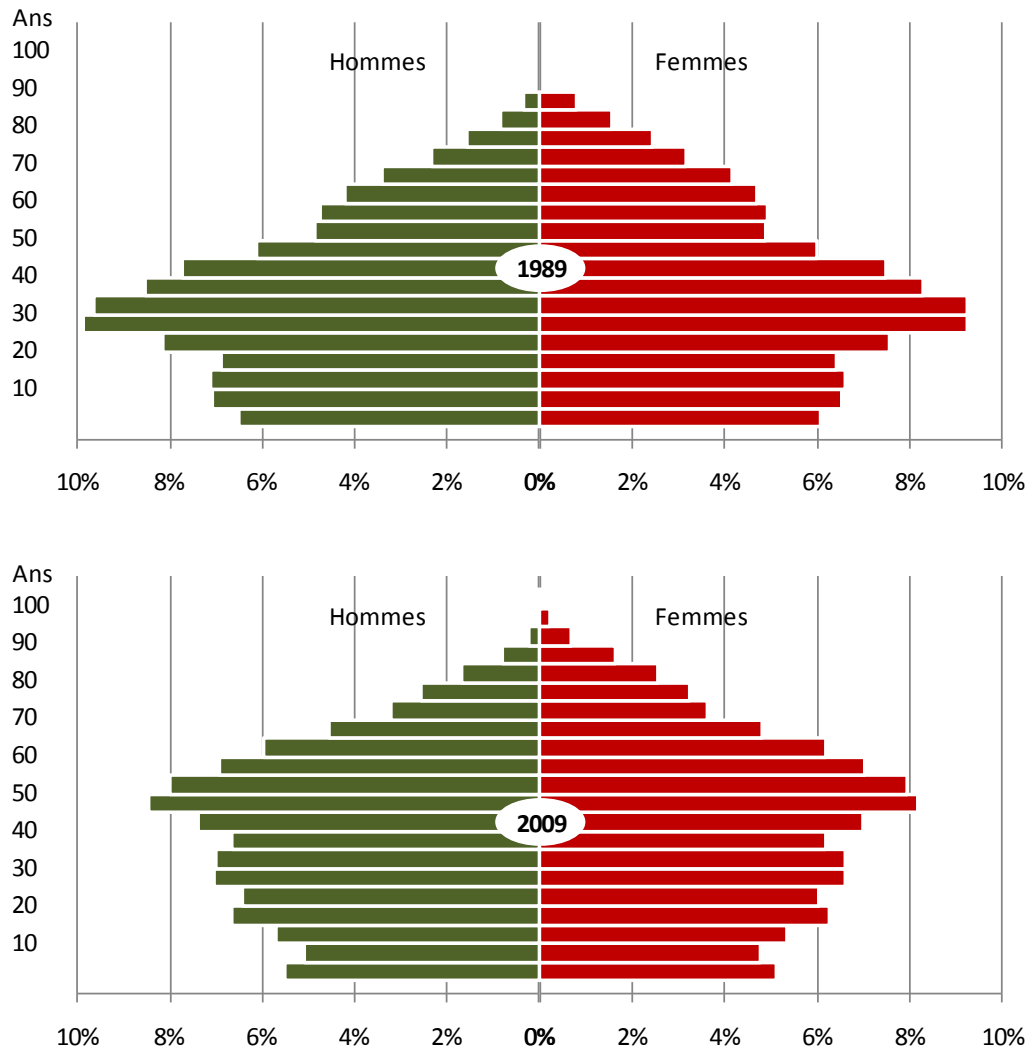
- La population du Québec est croissante et vieillissante. L'âge moyen passera, selon les prévisions, de 40,9 ans en 2011 à 44,8 ans en 2031.
- Les pyramides d'âge comparées de 1989 et de 2009 permettent de constater que le vieillissement de la population est un phénomène bien ancré et non négligeable. Par exemple, en 1989, 10 % de la population avait 65 ans et plus. Cette proportion atteint 15 % en 2009. Le Tableau 3.2 et la Figure 3.6 montrent l'évolution de la population québécoise en nombre et en âge.

Tableau 3.2
Perspectives de la population, Québec, de 2006 à 2031

	2006	2011	2016	2021	2026	2031
Population	7 631 552	7 946 837	8 227 004	8 470 571	8 678 345	8 838 257
Âge moyen	39,8 ans	40,9 ans	42,0 ans	43,0 ans	43,9 ans	44,8 ans

Source : Institut de la statistique du Québec.

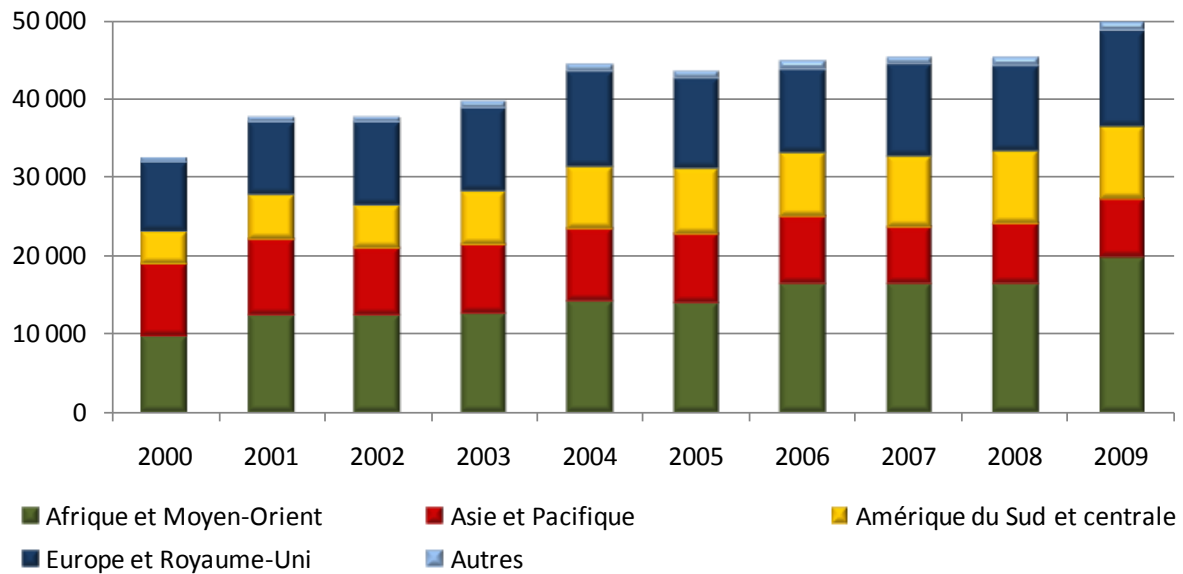
Figure 3.6
Répartition de la population selon l'âge, Québec, 1989 et 2009



Source : Statistique Canada, CASNIM, Tableau 051-0001.

- L'augmentation de la population se fera à l'avenir en grande partie par l'immigration. D'ailleurs, de 2000 à 2009, le nombre de résidents permanents accueillis par année au Québec est passé de 32 498 à 49 493 personnes, une augmentation d'un peu plus de 50 %. Cette croissance de l'immigration au Québec se fait principalement à partir des populations d'Amérique du Sud et d'Amérique centrale de même que celles d'Afrique et du Moyen-Orient (cf. Figure 3.7).

Figure 3.7
Évolution du nombre de résidents permanents installés au Québec,
selon le pays d'origine, de 2000 à 2009



Source : Citoyenneté et Immigration Canada.

4. PORTRAIT DU SECTEUR DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION AU QUÉBEC

Le commerce de l'alimentation comprend deux grands secteurs : le commerce de détail et le commerce de gros. Les sections qui suivent présentent ces deux pans de l'industrie, notamment en matière de nombre d'établissements, de valeur des ventes et d'emplois.

FAITS SAILLANTS

- Le nombre de commerces de détail de l'alimentation est en légère hausse au Québec en 2009. Le tiers font partie d'une chaîne, une part qui diminue depuis 2003.
- Les ventes des détaillants en alimentation sont en hausse; l'augmentation se fait en accéléré chez les indépendants non associés.
 - ♦ 60 % des ventes alimentaires au détail se font chez les indépendants associés.
 - ♦ 70 % des parts de marché sont détenues par les trois principaux distributeurs : Loblaws, Sobeys et Metro.
- Dans le commerce de gros de l'alimentation, on note une tendance au regroupement des activités plutôt qu'à la spécialisation.
- Le commerce de l'alimentation compte pour le quart des emplois du commerce et pour près de 5 % des emplois totaux du Québec.
 - ♦ Les employeurs du commerce de détail de l'alimentation embauchent 30 % des emplois du commerce de détail.
 - ♦ Les grossistes en alimentation emploient près de 15 % des emplois du commerce de gros en général.
- Les caractéristiques sociodémographiques de la population active (âge, sexe et niveau de scolarité) diffèrent entre le secteur du détail et celui du commerce de gros.
 - ♦ On retrouve au détail plus de jeunes, plus de femmes, moins de diplômés et plus de travail à temps partiel que dans le commerce de gros.
- Le salaire moyen est plus faible dans le commerce de détail alimentaire et en hausse plus lente que dans le commerce de gros.
- La part du PIB et de l'emploi attribuable au commerce de détail alimentaire dans l'économie est plus importante dans les régions éloignées.
- Les régions centrales sont toutefois plus importantes en termes de nombre d'établissements, de chiffre d'affaires, de PIB et d'emplois.

4.1 COMMERCE DE DÉTAIL

NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS

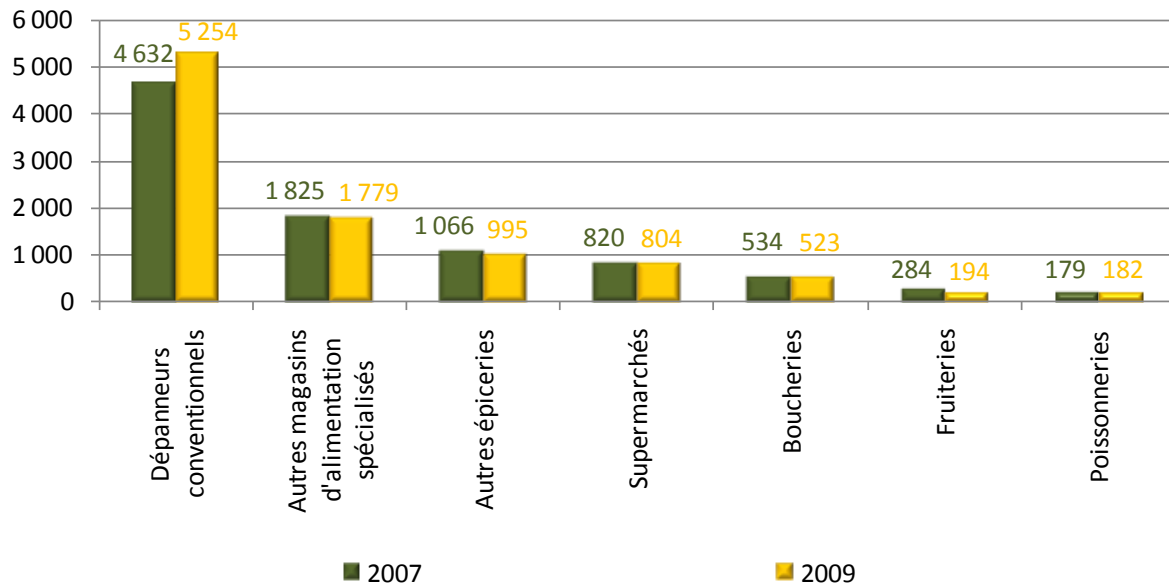
- En 2009, le commerce de détail de l'alimentation comptait un peu plus de 9700 établissements⁵. En 2007, ce chiffre était de l'ordre de 9300 commerces. La Figure 4.1 présente le nombre de détaillants par type de commerce pour les années 2007 et 2009.
- La Figure 4.2 montre la répartition des détaillants en alimentation selon les principaux types de magasins faisant partie ou non d'une chaîne pour l'année 2007⁶. Parmi l'ensemble des commerces présentés, le tiers (33 %) font partie d'une chaîne, pourcentage en légère baisse depuis les dernières années (35 % en 2005 et 36 % en 2003).
- L'évolution du nombre de détaillants d'alimentation selon le type de propriété⁷ est rapportée à la Figure 4.3. Les commerces faisant partie d'une chaîne sont ceux dits « intégrés », c'est-à-dire que l'approvisionnement est assuré par des centrales d'achat.
 - ♦ Depuis 2004, on constate une baisse plus marquée chez les indépendants non associés (-25 %) alors que les supermarchés intégrés et les indépendants associés ont vu leur nombre augmenter (12 % et 14 % respectivement).

⁵ Ce chiffre exclut les pharmacies, les magasins à rayons, les tabagies et les dépanneurs avec station-service.

⁶ Les données de 2009 ne sont pas publiées.

⁷ Les commerces indépendants associés ou affiliés font partie d'un regroupement (ex. : franchise) alors que les commerces non associés sont entièrement autonomes et sans lien avec un regroupement.

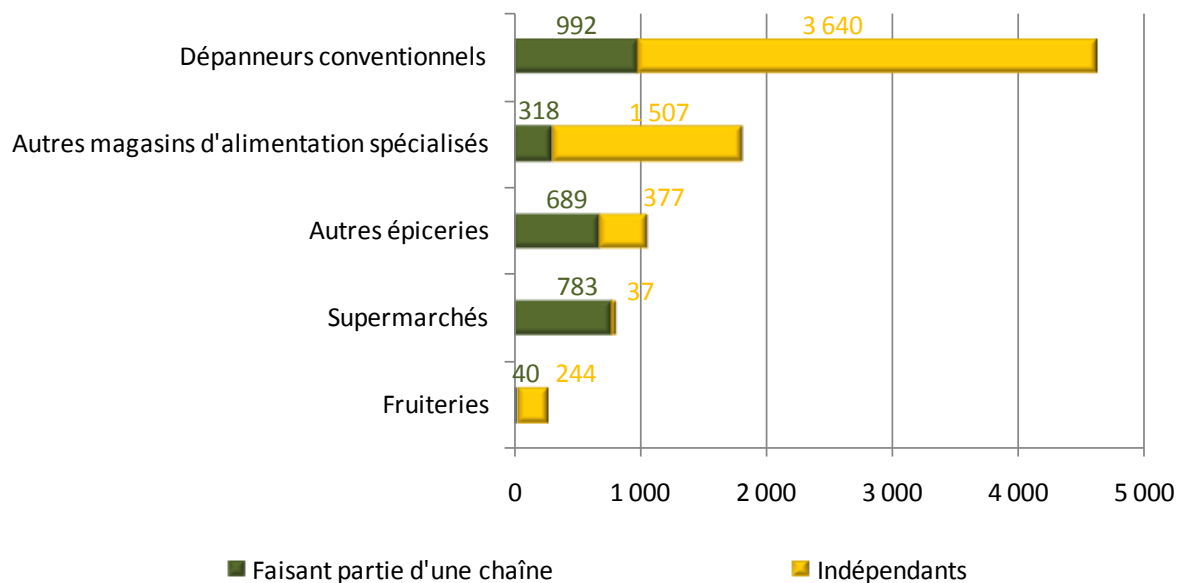
Figure 4.1
Nombre de détaillants en alimentation, par type,
Québec, 2007 et 2009



1 : Exclut les pharmacies, les magasins à rayons, les tabagies et les dépanneurs avec station-service.

Source : MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation*, 2008 et 2010.

Figure 4.2
Nombre de détaillants en alimentation, par type et selon
l'appartenance ou non à une chaîne,
Québec, 2007^{1, 2}

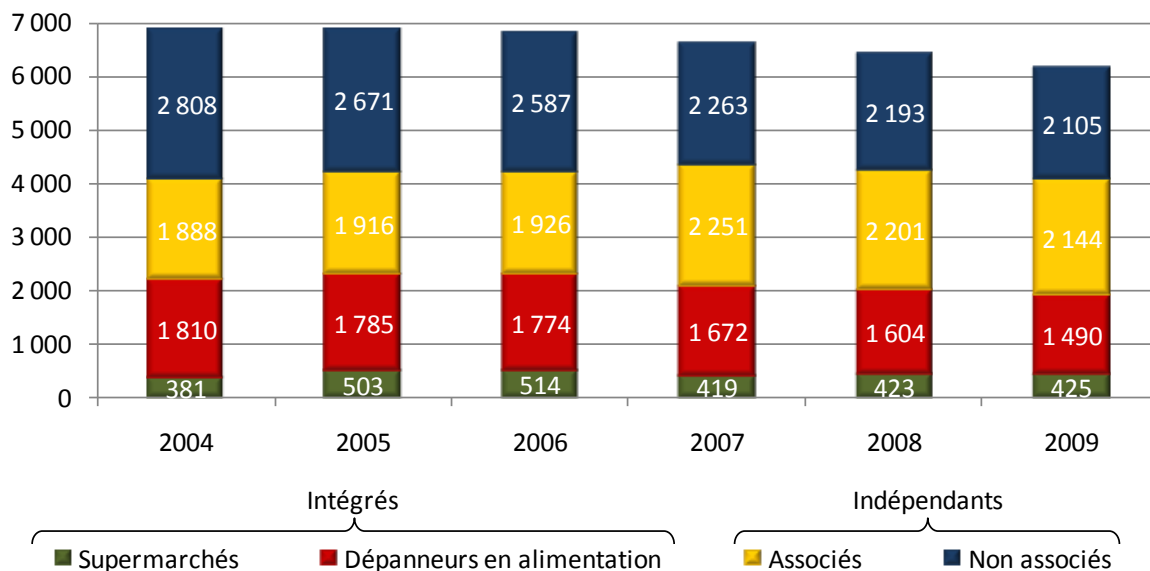


1 : Exclut les pharmacies, les magasins à rayons, les tabagies et les dépanneurs avec station-service.

2 : Le nombre de boucheries et de poissonneries qui font partie d'une chaîne n'est pas disponible.

Source : MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation*, 2008.

Figure 4.3
Évolution du nombre de commerces d'alimentation¹ selon le type de propriété, Québec, de 2004 à 2009



1 : Inclut les supermarchés, les épiceries et les dépanneurs (*supermarkets and convenience stores*).

Source : Canadian Grocer.

VENTES

- Les ventes commerciales des détaillants d'alimentation⁸ (cf. Tableau 4.1) atteignent 20,4 milliards de dollars en 2009, en hausse constante depuis 2004.
- Les ventes des détaillants indépendants associés comptent pour près de 60 % du total des ventes, alors que ces détaillants ne représentent que 35 % des magasins.
- Les ventes des indépendants non associés ont presque doublé depuis 2004, une augmentation deux fois plus importante que celle de l'ensemble des détaillants (26 %). La Figure 4.4 montre cette évolution des ventes des commerces d'alimentation selon le type de propriété.

⁸ Inclut les supermarchés, les épiceries et les dépanneurs (*supermarkets and convenience stores*).

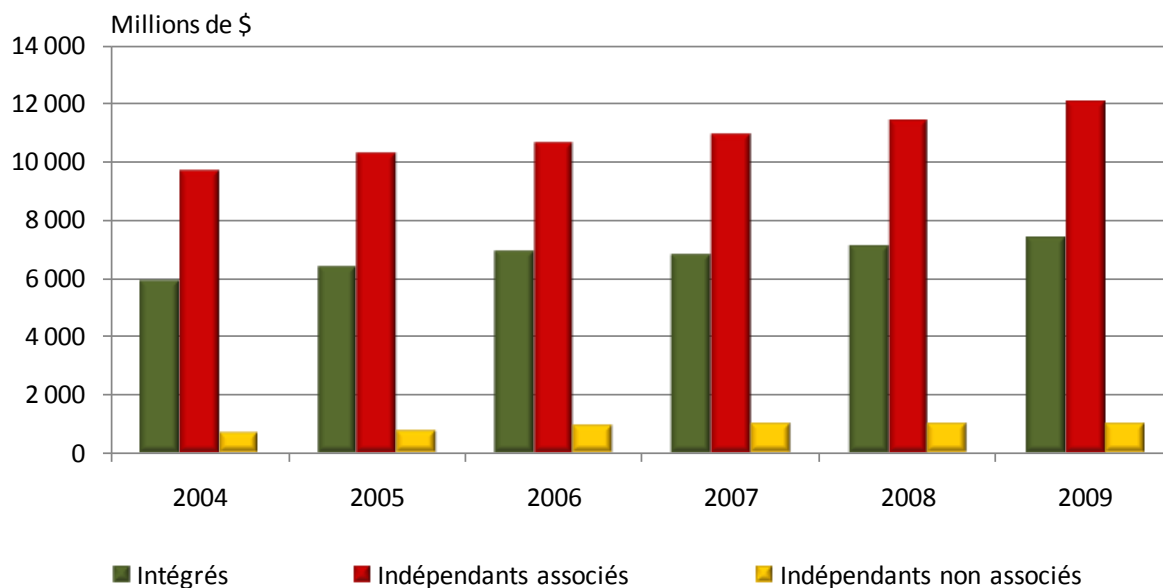
Tableau 4.1
Ventes des détaillants d'alimentation¹, selon le type de propriété,
Québec, 2009

	Intégrés	Indépendants			Total
		Associés	Non associés	Total	
Nombre de magasins	1915	2144	2105	4249	6164
% des magasins	31,1 %	34,8 %	34,1 %	68,9 %	100,0 %
Millions de \$ de ventes	7383	12 019	985	13 004	20 387
% des ventes totales	36,2 %	59,0 %	4,8 %	63,8 %	100,0 %

1 : Inclut les supermarchés, les épiceries et les dépanneurs (*supermarkets and convenience stores*).

Source : Canadian Grocer, 2010.

Figure 4.4
Évolution des ventes des commerces d'alimentation, selon le type de propriété,
Québec, de 2004 à 2009



Sources : MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation*, 2010.

PRINCIPALES BANNIÈRES

- Le Québec compte trois principaux distributeurs en alimentation : Loblaws, Sobeys et Metro, dont les sièges sociaux sont respectivement situés en Ontario, en Nouvelle-Écosse et au Québec.
- Le Tableau 4.2 présente la répartition des magasins d'alimentation des principales bannières, selon le genre de commerce. Loblaws est la seule bannière qui n'est pas présente dans les commerces d'alimentation spécialisés, alors que Sobeys ne détient pas de commerce de type « entrepôt ».

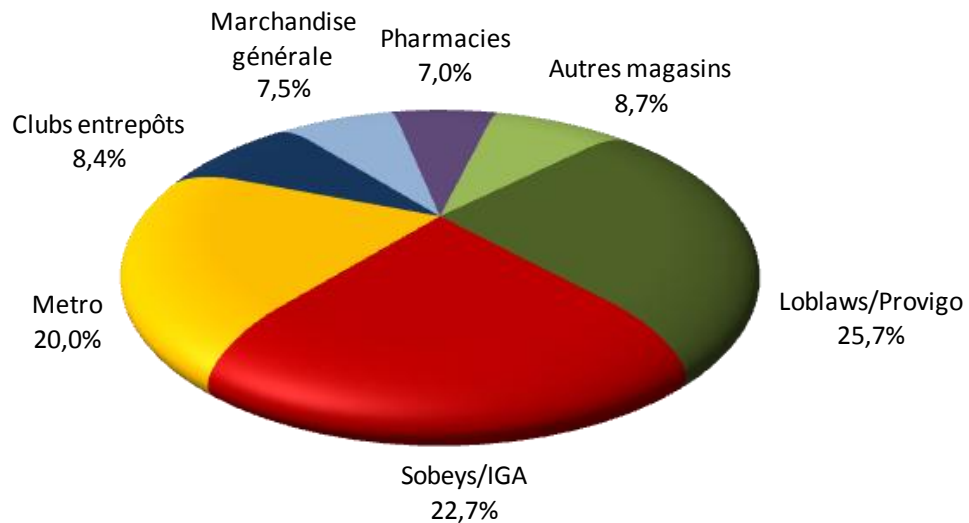
- Rappelons que les trois bannières se distinguent entre elles notamment par le type de propriété de leurs magasins : Loblaw's se caractérise par une forte proportion de magasins corporatifs, Sobeys est plus largement composé de marchands propriétaires (indépendants), alors que Metro regroupe des indépendants associés et des intégrés dans des proportions plus similaires.
- Ensemble, ces trois distributeurs raflent près de 70 % du marché de détail de l'alimentation au Québec en 2007 (cf. Figure 4.5).

Tableau 4.2
Principales bannières en alimentation, Québec, 2009

LOBLAWS		SOBEYS		METRO		AUTRES	
Supermarchés							
Provigo	88	IGA	166	Metro	130	Northern	17
Loblaws	37	IGA Extra	83	Metro Plus	91		
Magasins mini-marges							
Maxi et Maxi & Cie	109			Super C	63	Wal-Mart	54
Club Entrepôt	3			Extra	100	Costco inc.	18
Entrepôt	5						
Épiceries intermédiaires							
Intermarché	63	Marché Tradition	32	Marché Ami	85	Marché Éclair	9
Atout Prix	50	Marché Bonichoix	94	Marché Richelieu	96	(Colabor)	
Axep	121						
Magasins d'alimentation spécialisés							
		Rachelle Bery -	18	5 Saisons	2	Le Naturiste J.M.B.	89
						Les Fruits Guay	5
						M.S.M.	
Dépanneurs							
Presto	11	Bonisoir	236	Dépanneur Gem	252	Dépanneur 7 Jours	143
Proprio	250	Le Dépanneur	109	SOS Dépanneur	13	(Couche Tard)	
		Sertard	37	Dépanneur Service	45	Couche-Tard	246
		Voisin	13			Point D'aide	12
						(Colabor)	
						Visez Juste	17
						(Colabor)	
						Dépanneur Ultra	7
						(Colabor)	
Total							
737		770		877		617	

Source : MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation*, 2010.

Figure 4.5
Part de marché des principaux distributeurs de produits alimentaires,
Québec, 2009



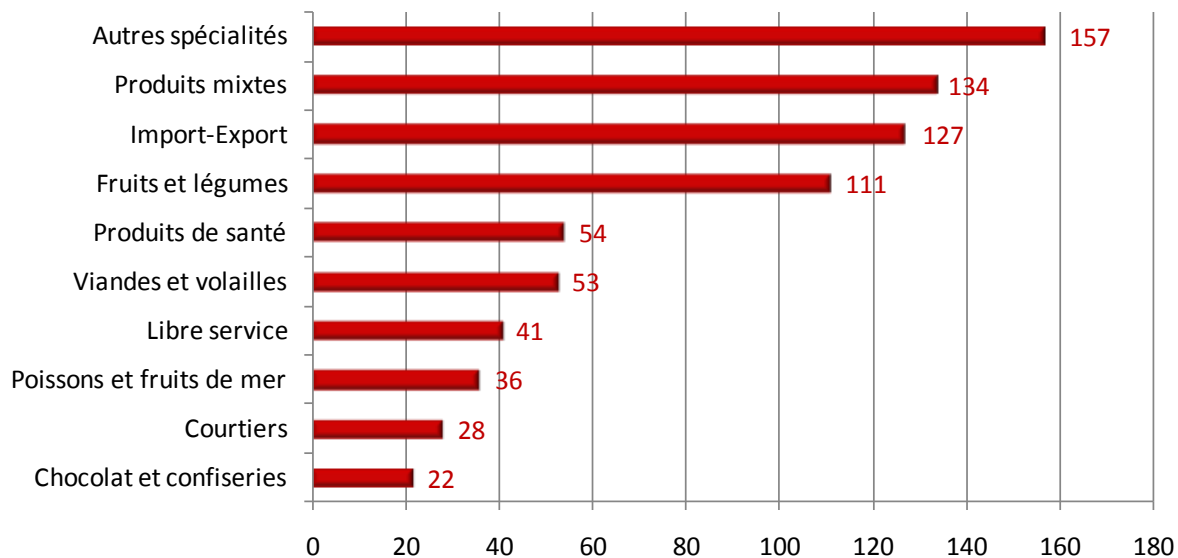
Source : MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation*, 2010.

4.2 COMMERCE DE GROS

NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS

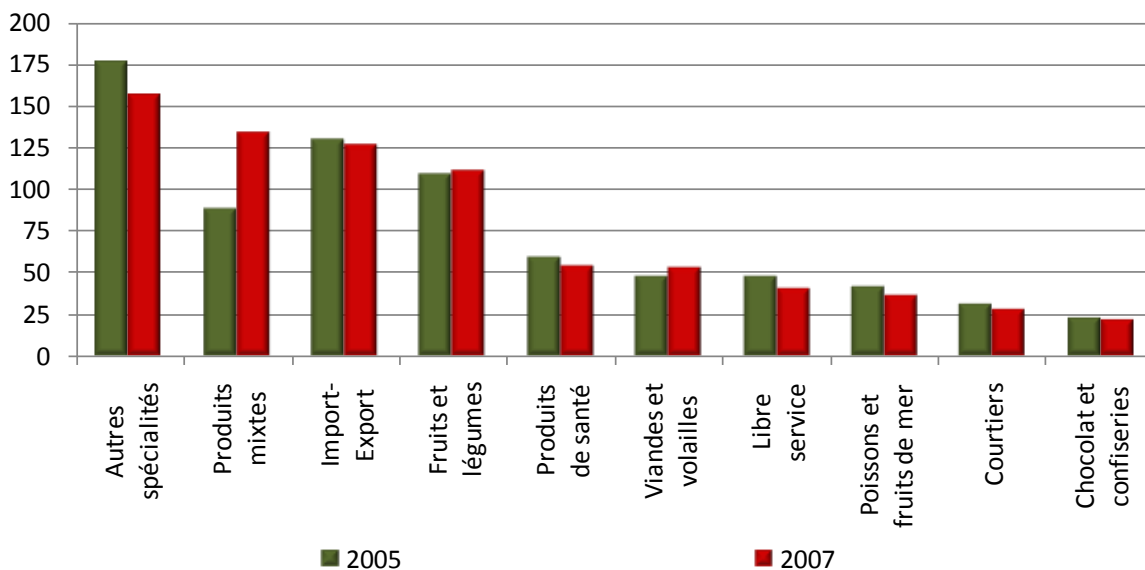
- Le commerce de gros en alimentation comptait un peu plus de 760 établissements en 2007 au Québec (les données 2009 ne sont plus publiées). Leur répartition est basée sur le type de produits alimentaires distribués ou encore le type d'activités (ex. : import-export, courtier, etc.) (cf. Figure 4.6).
- De 2005 à 2007, le nombre de grossistes a légèrement augmenté, passant de 754 à 763. Cela est attribuable à l'augmentation importante du nombre de grossistes en produits mixtes (52 %), hausse compensée par une diminution du nombre de joueurs dans les autres catégories (cf. Figure 4.7). Cela semble indiquer un regroupement des activités, plutôt qu'une spécialisation dans certains types de denrées.

Figure 4.6
Répartition du nombre de commerces de gros en alimentation, par type, Québec, 2007



Source : MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation*, 2008.

Figure 4.7
Évolution du nombre de commerces de gros, par type, Québec, 2005 et 2007



Source : MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation*, 2008.

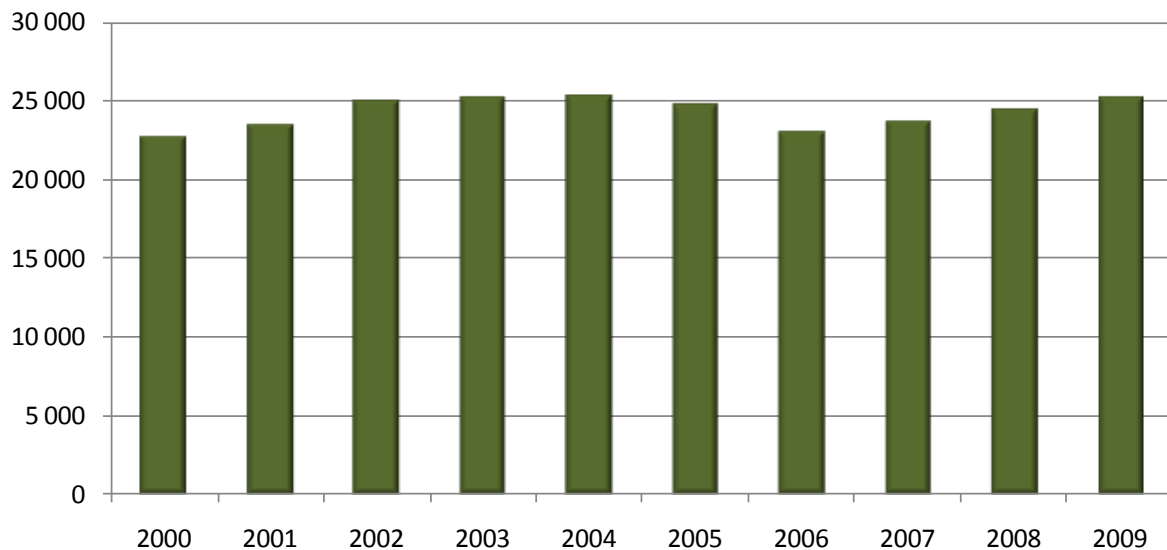
4.3 EMPLOI DANS LE COMMERCE DE L'ALIMENTATION

NOMBRE D'EMPLOIS

- Les grossistes-distributeurs de produits alimentaires ont procuré de l'emploi à près de 25 200 personnes en 2009 au Québec. Après avoir connu une légère baisse au milieu des années 2000, ce nombre est en augmentation constante depuis 2006 (cf. Figure 4.8).
- Les magasins d'alimentation du Québec⁹ ont employé un peu plus de 137 000 personnes en 2009. Contrairement au secteur du détail, le nombre d'emplois a légèrement diminué en 2009, après avoir été en augmentation depuis 2000. (cf. Figure 4.9).
- Le commerce de gros et de détail en alimentation représente le quart des emplois totaux du commerce (en augmentation depuis 2000) (cf. Figure 4.10) :
 - ♦ Le commerce de détail en alimentation compte pour un peu plus de 30 % des emplois du commerce de détail en général (en augmentation depuis 2000);
 - ♦ Le commerce de gros en alimentation compte pour 14,5 % des emplois du commerce de gros en général (en augmentation depuis 2000).
- Le commerce de gros et de détail en alimentation participe ainsi à la création de 4,5 % des emplois totaux du Québec (en augmentation depuis 2000).

Figure 4.8

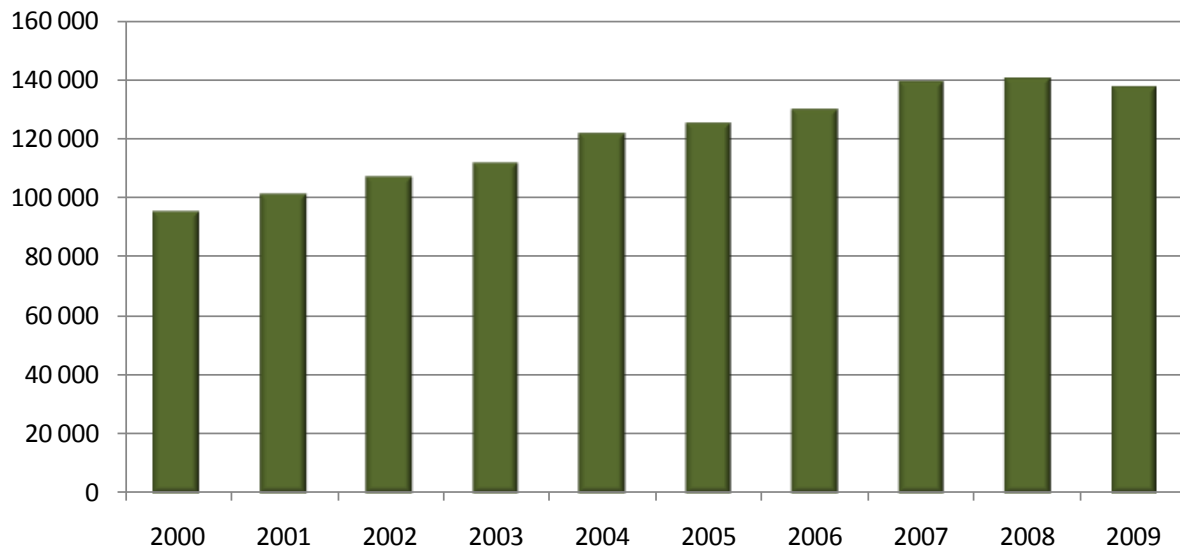
Évolution du nombre d'emplois chez les grossistes-distributeurs de produits alimentaires, Québec, de 2000 à 2009



Source : Statistique Canada, CASNIM, Tableau 281-0024.

⁹ Incluant les magasins de bière, de vin et de spiritueux.

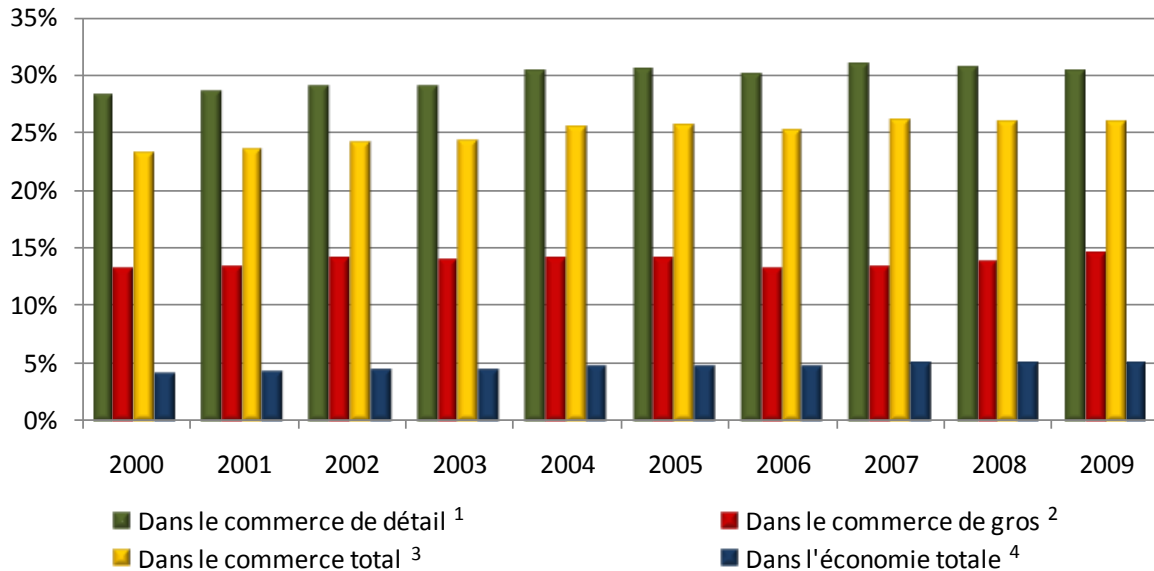
Figure 4.9
Évolution du nombre d'emplois dans les magasins d'alimentation¹,
Québec, de 2000 à 2009



¹ Incluant les magasins de bière, de vin et de spiritueux (SCIAN 4453).

Source : Statistique Canada, CASNIM, Tableau 281-0024.

Figure 4.10
Évolution de la part des emplois alimentaires dans le commerce et l'économie totale, Québec, de 2000 à 2009



¹ Emplois dans les magasins d'alimentation par rapport au commerce de détail.

² Emplois chez les grossistes-distributeurs en produits alimentaires par rapport au commerce de gros.

³ Emplois dans les magasins d'alimentation et chez les grossistes-distributeurs en produits alimentaires par rapport au commerce total.

⁴ Emplois dans les magasins d'alimentation et chez les grossistes-distributeurs en produits alimentaires par rapport à l'économie totale.

Source : Statistique Canada, CASNIM, Tableau 281-0024.

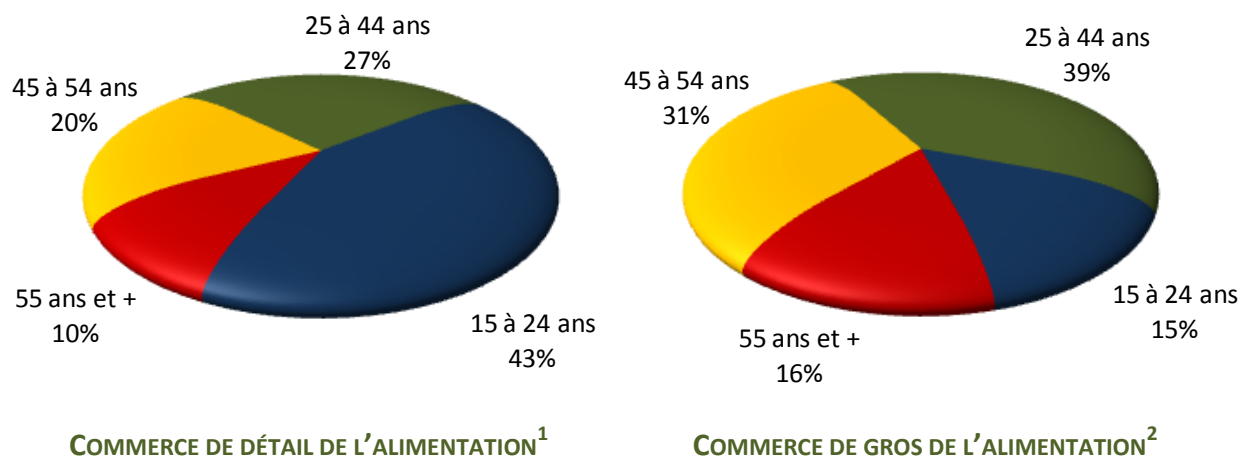
LA POPULATION ACTIVE¹⁰

- La population active du commerce de l'alimentation présente des caractéristiques sociodémographiques différentes entre les secteurs du gros et du détail pour les années 2009-2010.
- Dans le commerce de détail de l'alimentation, les 15 à 24 ans représentent 43 % de la population active. Les hommes et les femmes sont en nombre équivalent, 49 % et 51 % de la population active respectivement. De même, le quart est sans diplôme et près des 2/3 détient un DES (41 %) ou un DEC (27%). Le faible niveau de scolarité de la population active est en grande partie attribuable à l'âge des travailleurs.
- Dans le commerce de gros de l'alimentation, 39 % de la population active est âgé entre 25 et 44 ans, les jeunes de 15 à 24 ans étant beaucoup moins représentés (15 %) que dans le détail. Les femmes sont également beaucoup moins présentes, ne comptant que pour moins du tiers de la population active. Près d'un travailleur sur cinq (18 %) détient un diplôme universitaire.

¹⁰ Population de 15 ans et plus occupée ou en chômage durant la semaine de référence de l'enquête.

- Dans le commerce de gros de l'alimentation, près de 90 % des travailleurs sont à temps plein, c'est-à-dire travaillant 30 heures ou plus par semaine. La situation est différente dans le commerce de détail alors qu'un peu moins de 40 % des emplois sont à temps partiel (moins de 30 heures par semaine).
- ces données sociodémographiques sont présentées aux Figure 4.11, Figure 4.12 et Figure 4.13.

Figure 4.11
Répartition de la population active selon l'âge,
dans le commerce de l'alimentation, Québec, 2009-2010

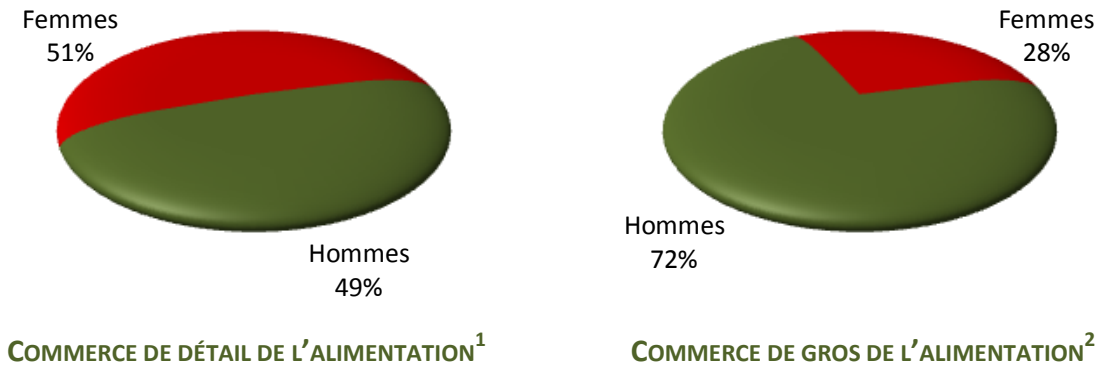


1 : Incluant les épiceries et les magasins d'alimentation spécialisés (SCIAN 4451 et 4452).

2 : Incluant les grossistes-distributeurs de produits alimentaires (SCIAN 4131).

Source : Statistique Canada, Enquête sur la population active, moyenne mobile, 2009-2010.

Figure 4.12
Répartition de la population active selon le sexe,
dans le commerce de l'alimentation, Québec, 2009-2010

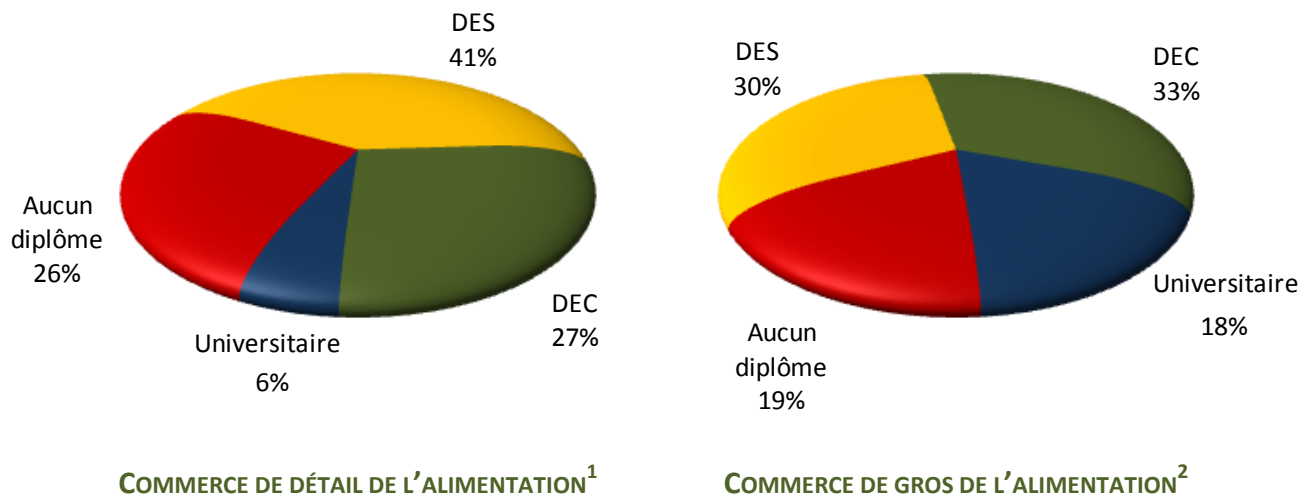


1 : Incluant les épiceries et les magasins d'alimentation spécialisés (SCIAN 4451 et 4452).

2 : Incluant les grossistes-distributeurs de produits alimentaires (SCIAN 4131).

Source : Statistique Canada, Enquête sur la population active, moyenne mobile, 2009-2010.

Figure 4.13
Répartition de la population active selon le niveau de scolarité,
dans le commerce de l'alimentation, Québec, 2009-2010



1 : Incluant les épiceries et les magasins d'alimentation spécialisés (SCIAN 4451 et 4452).

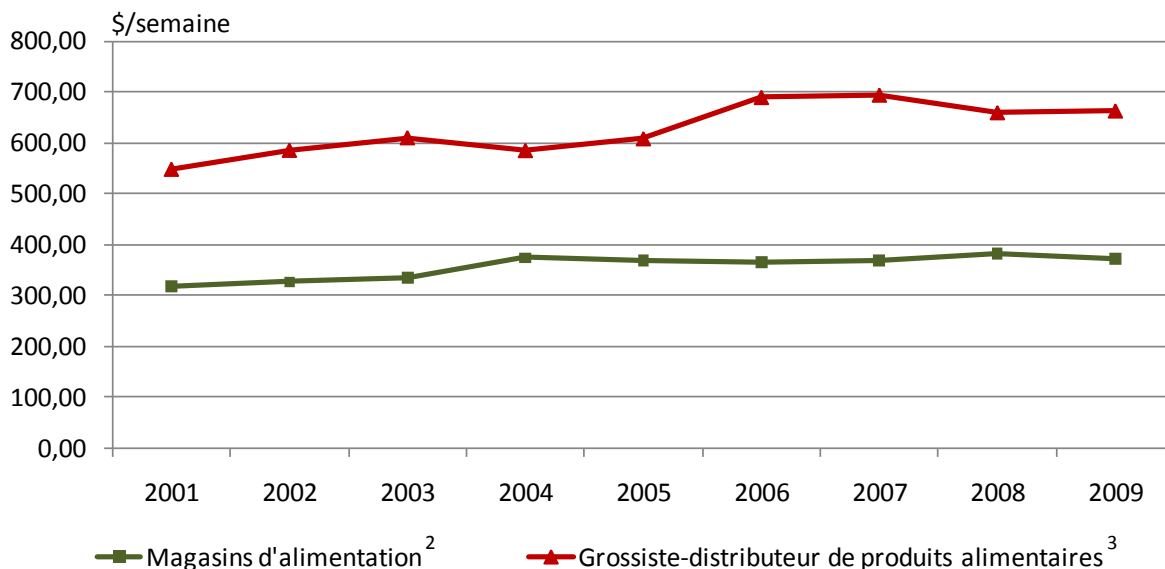
2 : Incluant les grossistes-distributeurs de produits alimentaires (SCIAN 4131).

Source : Statistique Canada, Enquête sur la population active, moyenne mobile, 2009-2010.

SALAIRES

- Pour 2009, le salaire hebdomadaire moyen dans les magasins d'alimentation atteint 371,61 \$ par semaine. Dans le commerce de gros de l'alimentation, pour 2009, le salaire hebdomadaire moyen atteint un peu plus de 660 \$ (cf. Figure 4.14).
- Depuis 2000, le salaire hebdomadaire dans les magasins d'alimentation a augmenté de 17 % alors que celui du commerce de gros de l'alimentation a grimpé de 21 % (cf. Figure 4.14).
- Le salaire horaire dans les magasins d'alimentation (incluant les épiceries et les magasins d'alimentation spécialisés) est supérieur à celui observé dans les épiceries. Cela indique que le salaire horaire dans les magasins d'alimentation spécialisés est supérieur à celui pour l'ensemble des magasins d'alimentation (cf. Figure 4.15).
- L'augmentation du salaire horaire, de 2001 à 2009, s'est faite moins vite dans les épiceries (21 %) que dans l'ensemble des magasins d'alimentation¹¹ (23 %) (cf. Figure 4.15).

Figure 4.14
Évolution du salaire hebdomadaire¹ dans le commerce de détail
et de gros de l'alimentation, Québec, de 2001 à 2009



¹ Incluant l'ensemble des employés inscrits sur la liste de paye.

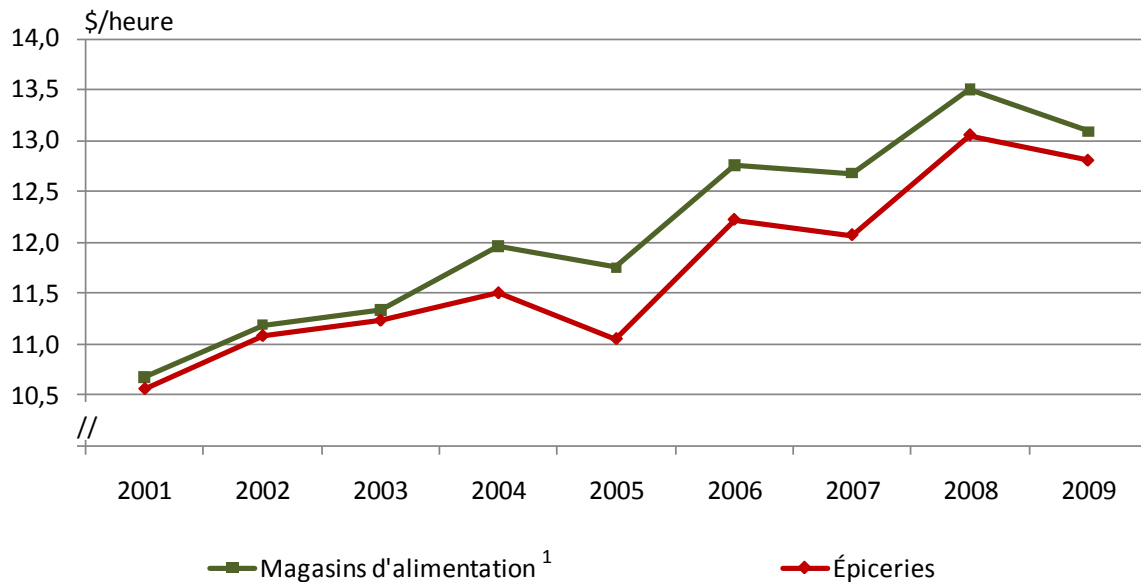
² Incluant les épiceries et les magasins d'alimentation spécialisés (SCIAN 4451 et 4452).

³ Incluant les grossistes-distributeurs de produits alimentaires (SCIAN 4131).

Source : Statistique Canada, CASNIM, Tableau 281-0033.

¹¹ Inclut les magasins d'alimentation spécialisés (boucherie, fruiterie, etc.), contrairement à la catégorie « épicerie ».

Figure 4.15
Évolution du salaire horaire dans le commerce de détail de l'alimentation,
Québec, de 2001 à 2009



¹ Incluant les épiceries et les magasins d'alimentation spécialisés (SCIAN 4451 et 4452). Les données pour les magasins d'alimentation spécialisés ne sont pas disponibles.

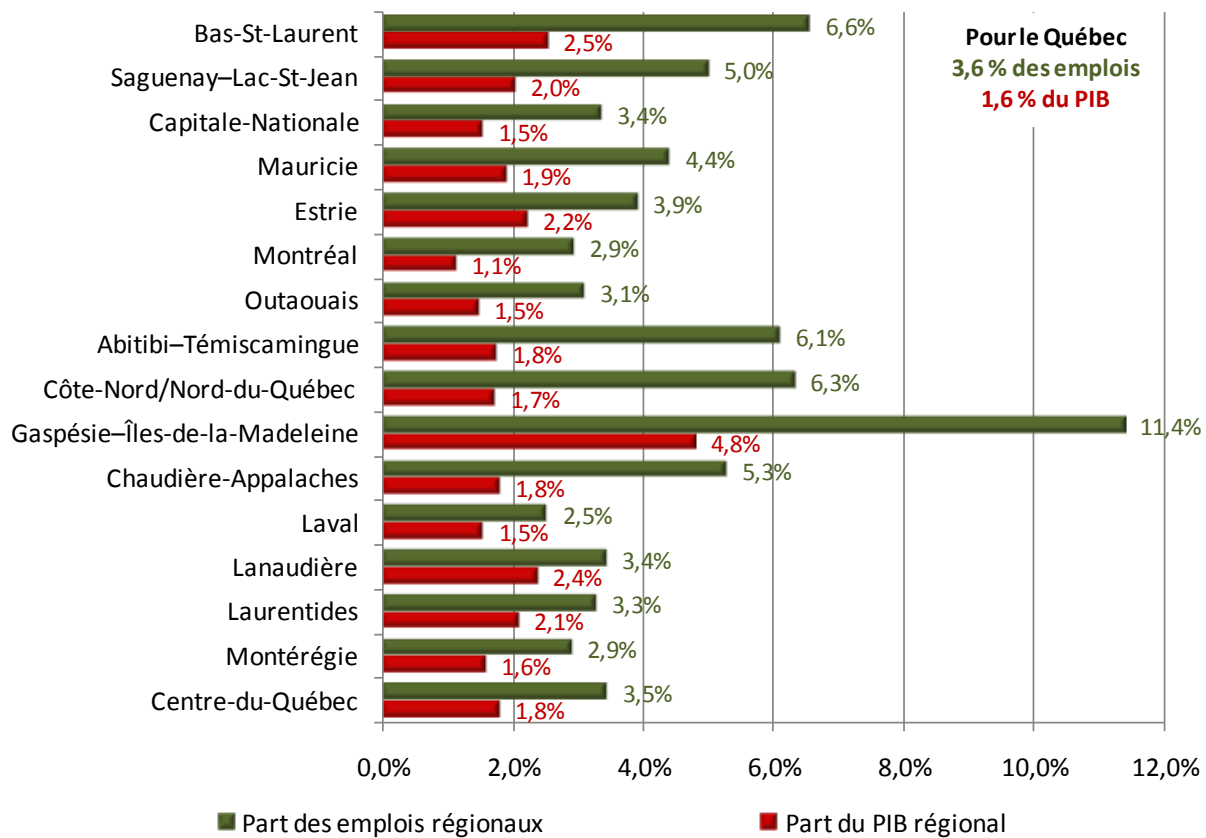
Source : Statistique Canada, CASNIM, Tableau 281-0030.

4.4 COMMERCE DE L'ALIMENTATION EN RÉGION

Le commerce de l'alimentation contribue à l'économie régionale du Québec en ce qui concerne le PIB et les emplois dans des proportions qui varient d'une région à l'autre. La section suivante illustre cette contribution relative de même que l'importance absolue du secteur en ce qui concerne le nombre d'établissements, le chiffre d'affaires et les emplois.

- Au Québec, le commerce de détail en alimentation compte pour 3,6 % des emplois et 1,6 % du PIB. Pour certaines régions, cette contribution dépasse la moyenne québécoise. En matière d'emplois, on note la Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine (11,4 %), principalement à cause du faible nombre d'emplois totaux offerts dans la région, et dans une moindre mesure le Bas-Saint-Laurent (6,6 %), la région Côte-Nord/Nord-du-Québec (6,3 %) et l'Abitibi—Témiscamingue (6,1 %). En ce qui concerne le PIB, les régions de la Gaspésie—Îles-de-la-Madeleine (4,8 %), du Bas-Saint-Laurent (2,5 %), de Lanaudière (2,4 %), de l'Estrie (2,2 %) et des Laurentides (2,1 %) se démarquent plus particulièrement de la moyenne.
- La Figure 4.16 présente cette contribution du commerce de détail de l'alimentation à l'économie régionale.

Figure 4.16
Contribution du commerce de détail de l'alimentation à l'économie régionale, emplois et PIB, Québec, 2009

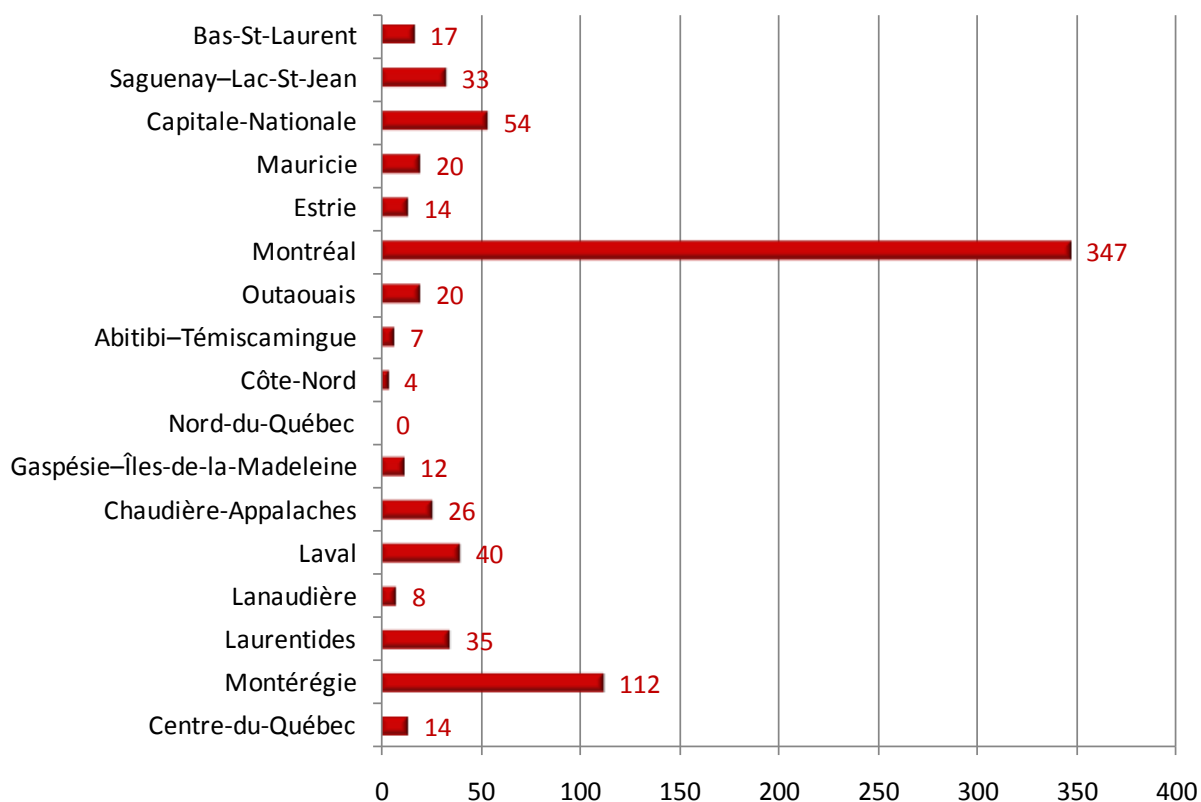


Source : MAPAQ, *Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec*, 2010.

- Les quelque 760 établissements du commerce de gros de l'alimentation du Québec sont répartis de façon inégale entre les régions. Près de la moitié (45 %) des grossistes en alimentation sont localisés dans la région de Montréal, et une centaine se trouve en Montérégie (15 % du total). À elles seules, ces deux régions regroupent donc 60 % des grossistes en alimentation au Québec.
- Le même scénario se présente lorsqu'on regarde la répartition des quelque 9730 établissements du commerce de détail en alimentation au Québec¹² : Montréal (un peu plus de 3150 commerces) et la Montérégie (près de 1400) totalisent 47 % des établissements québécois.
- La Figure 4.17, la Figure 4.18 et le Tableau 4.3 montrent la répartition régionale des établissements du commerce de l'alimentation, secteurs gros et détail.

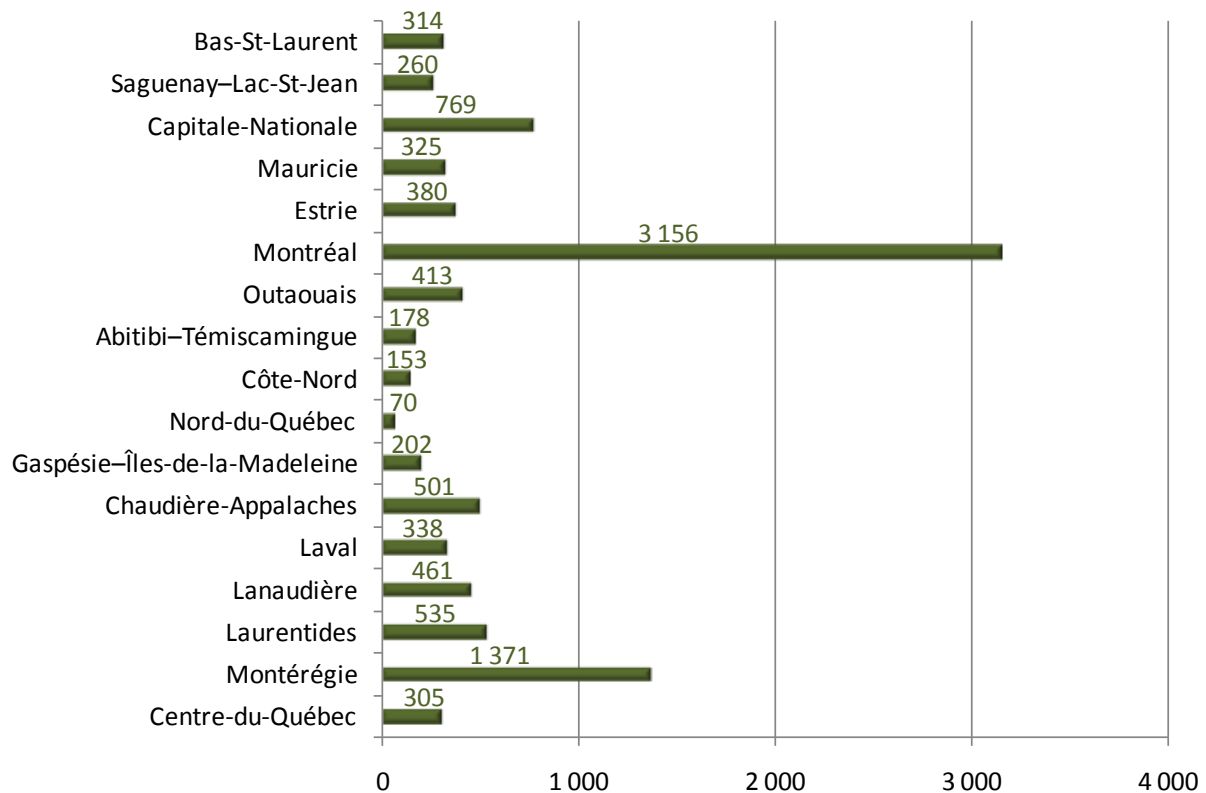
¹² Exclut les pharmacies, les magasins à rayons, les tabagies et les dépanneurs avec station-service.

Figure 4.17
Répartition régionale des établissements du commerce de gros de l'alimentation, 2007



Source : MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation*, 2008.

Figure 4.18
Répartition régionale des établissements du commerce de détail en alimentation,
Québec, 2009



¹ Exclut les pharmacies, les magasins à rayons, les tabagies et les dépanneurs avec station-service.

Source : MAPAQ, *Bottin statistique de l'alimentation*, 2010.

Tableau 4.3
Répartition régionale des établissements du commerce de détail en alimentation, selon le type, Québec, 2009

Type d'établissements Région	Supermarchés	Autres épiceries	Dépanneurs conventionnels ¹	Boucheries	Fruiteries	Poissonneries	Autres magasins spécialisés	Total ²	Boulangeries- pâtisseries ³
Bas-St-Laurent	25	62	146	12	1	27	41	314	314
Saguenay–Lac-St-Jean	32	58	103	14	5	1	47	260	260
Capitale-Nationale	80	77	370	34	23	13	172	769	769
Mauricie	32	37	166	28	5	1	56	325	325
Estrie	36	36	220	29	6	2	51	380	380
Montréal	140	218	1905	126	78	56	633	3156	3156
Outaouais	36	46	247	20	6	0	58	413	413
Abitibi–Témiscamingue	21	27	96	11	1	1	21	178	178
Côte-Nord	9	22	84	8	1	16	13	153	153
Nord-du-Québec	3	19	43	1	0	0	4	70	70
Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	14	45	88	6	0	27	22	202	202
Chaudière-Appalaches	53	109	228	41	6	3	61	501	501
Laval	35	13	201	13	5	7	64	338	338
Lanaudière	53	35	232	35	8	6	92	461	461
Laurentides	60	56	278	23	8	3	107	535	535
Montérégie	152	89	698	87	37	17	291	1371	1371
Centre-du-Québec	23	46	149	35	4	2	46	305	305
Québec	804	995	5254	523	194	182	1779	9731	9731

1 : Sans station-service.

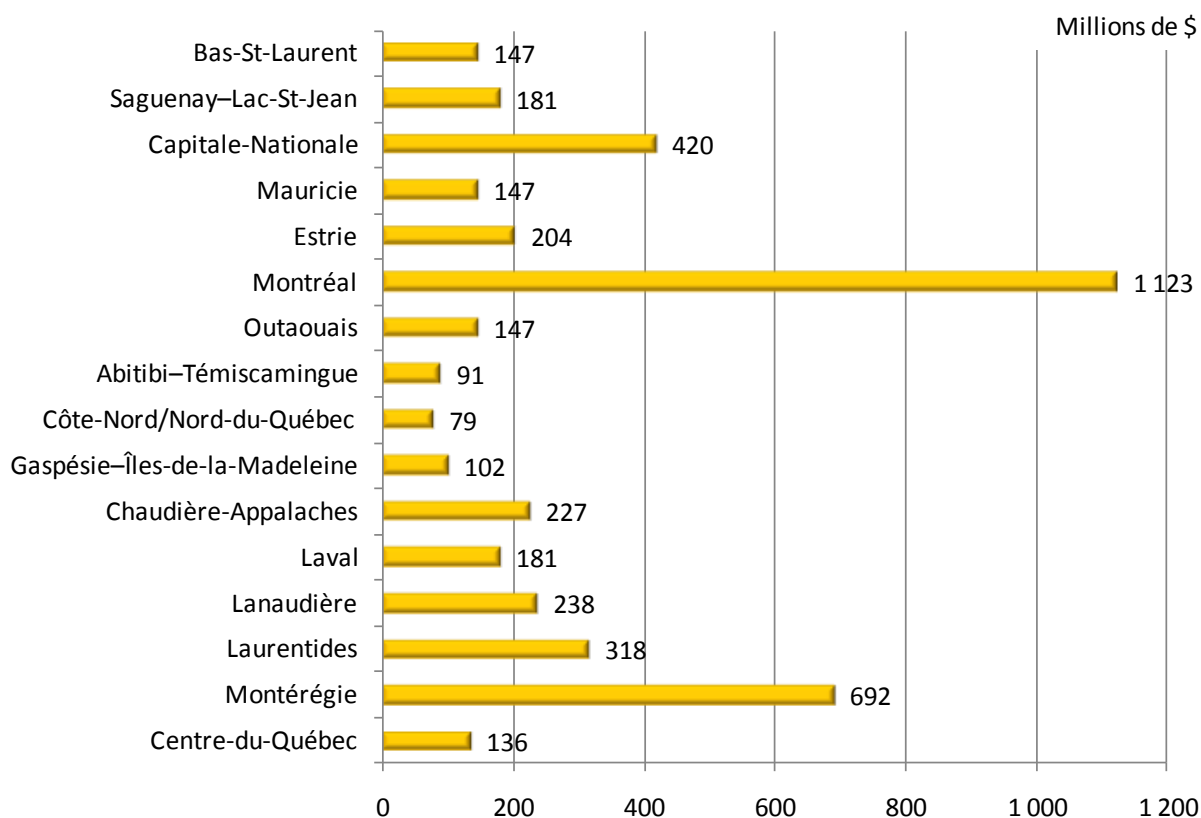
2 : Excluant les dépanneurs avec station-service, les magasins à rayons, les tabagies et les pharmacies.

3 : Les boulangeries-pâtisseries sont exclues du total. Elles sont considérées comme des établissements de transformation alimentaire dans les bases statistiques.

Source : MAPAQ, Bottin statistique de l'alimentation, 2010.

- Le PIB total du commerce de détail en alimentation au Québec a atteint 3915 millions de dollars en 2009, alors que le chiffre d'affaires totalisait 23 124 millions de dollars pour la même année. La répartition régionale se fait à peu près de la même façon que pour les commerces, Montréal et la Montérégie se démarquant des autres régions par leur importance¹³.
- La Figure 4.19 et la Figure 4.20 présentent la répartition régionale du PIB et du chiffre d'affaires du commerce de détail de l'alimentation.

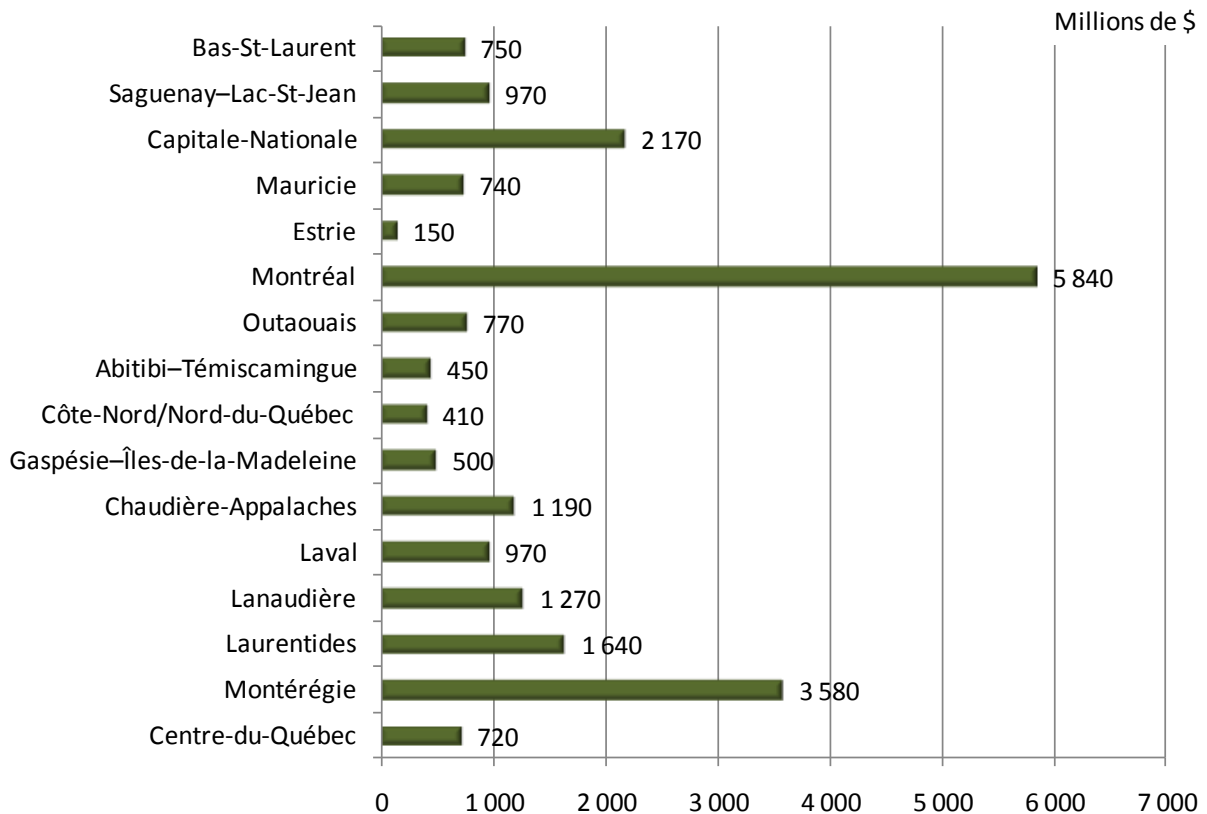
Figure 4.19
Répartition régionale du PIB du commerce de détail en alimentation, Québec, 2009



Sources : MAPAQ, *Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec*, 2010, et calculs du Groupe AGÉCO.

¹³ Les données pour le commerce de gros de l'alimentation ne sont pas disponibles.

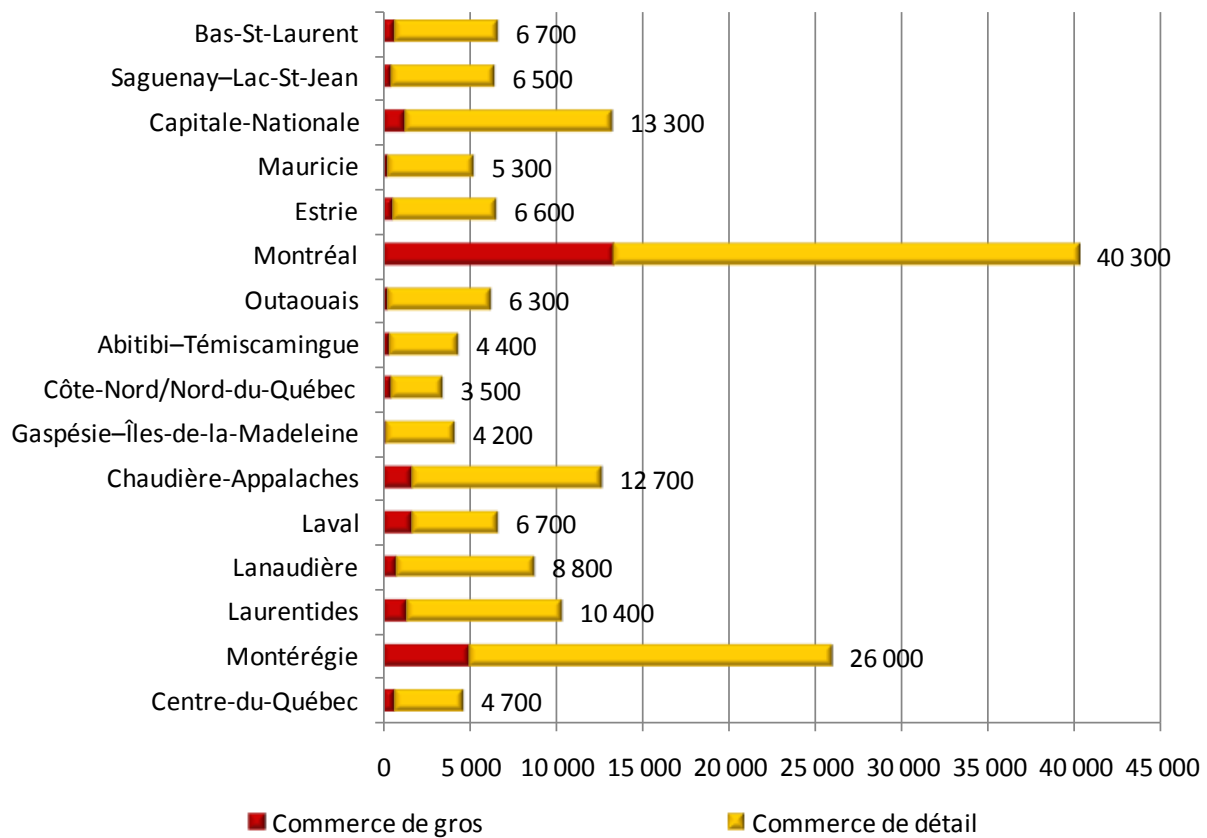
Figure 4.20
Répartition régionale du chiffre d'affaires du commerce de détail en alimentation, Québec, 2009



Source : MAPAQ, *Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec*, 2010.

- Le commerce de l'alimentation fournit environ 166 400 emplois au Québec, 137 000 dans le commerce de détail et 29 400 dans le commerce de gros. Montréal et la Montérégie comptent, encore une fois, parmi les régions les plus contributives, suivies dans une moindre mesure par la Capitale-Nationale et Chaudière-Appalaches (cf. Figure 4.21).

Figure 4.21
Répartition régionale des emplois dans le commerce de gros et de détail
de l'alimentation, Québec, 2009



Source : MAPAQ, *Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec*, 2010.

5. MÉTIERS ET PROFESSIONS DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION

La section suivante dresse la liste des emplois présents dans le commerce de l'alimentation et présente des données statistiques sur les salaires et les perspectives de carrière de ces métiers et professions. Les descriptions de métiers, tirées de la Classification nationale des professions¹⁴ et adaptées au secteur, sont présentées à l'annexe 2.

5.1 DESCRIPTION DES MÉTIERS ET PROFESSIONS

À partir de la Classification nationale des professions, les métiers suivants sont déterminés comme pouvant avoir un lien avec le secteur du commerce de l'alimentation :

- 0015 Cadre supérieur – commerce
- 0621 Directeur – commerce de détail
- 0713 Directeur des transports
- 1215 Superviseur de commis à la transcription, à la distribution et aux horaires
- 1471 Expéditeur et réceptionnaire
- 1474 Commis aux achats et à l'inventaire
- 1476 Horairiste de trajets et préposé à l'affectation des équipages
- 6211 Superviseur – commerce de détail
- 6233 Acheteur des commerces de gros et de détail
- 6242 Cuisinier
- 6251 Boucher, coupeur de viande et poissonnier – commerce de gros et de détail
- 6252 Boulanger-pâtissier
- 6411 Représentant des ventes non techniques – commerce de gros
- 6421 Vendeur et commis-vendeur – commerce de détail
- 6611 Caissier
- 6622 Commis d'épicerie et autre garnisseur de tablettes – commerce de détail
- 6623 Autre personnel élémentaire de la vente
- 7411 Conducteur de camions
- 7414 Chauffeur-livreur – services de livraison
- 7452 Manutentionnaire

Le Tableau 5.1 rapporte le revenu annuel moyen (pour un emploi à temps plein) et le salaire horaire pour les métiers et les professions pouvant être liés au commerce de l'alimentation. Pour les postes à l'entrée (commis d'épicerie, caissier) dans le commerce de détail, par exemple, le salaire horaire médian avoisinait les 9,00 \$ sur la période 2007-2009, correspondant au taux du salaire minimum sur une base horaire en 2009. Dans le commerce de gros, le poste de manutentionnaire était à 14,00 \$ (salaire horaire médian), largement supérieur au taux minimum. Pour les métiers, le salaire horaire médian sur la même période s'étendait de 10,00 \$ (boulanger) à 12,00 \$ (boucher de détail), selon le métier.

¹⁴ La Classification nationale des professions est un système qui permet de décrire les professions. Elle attribue à chaque métier un code à quatre chiffres et une dénomination normalisée.

Tableau 5.1
Revenu annuel moyen et salaire horaire pour les métiers et professions
pouvant être liés au commerce de l'alimentation

	Salaire horaire (2007-2009)			
	Revenu annuel moyen, temps plein ¹ (2005)	Tranche inférieure	Médian ²	Tranche supérieure
	\$	\$	\$	\$
Cadre supérieur	96 000	n. d.	n. d.	n. d.
Directeur — commerce de détail	39 000	13,75	17,80	25,24
Directeur des transports	69 000	26,22	32,00	41,00
Superviseur de commis à la transcription, à la distribution et aux horaires	44 000	14,00	17,30	23,00
Expéditeur et réceptionnaire	32 000	11,00	14,00	17,50
Commis aux achats et à l'inventaire	37 000	11,50	16,25	21,92
Horairiste de trajets et affectation des équipages	46 000	n. d.	n. d.	n. d.
Superviseur — commerce de détail	33 000	11,00	13,46	17,50
Acheteur — commerce de gros et détail	47 000	12,25	16,83	21,03
Cuisinier	22 000	9,00	10,25	14,00
Boucher, coupeur de viande et poissonnier — commerce de gros et détail	29 000	9,00	12,00	15,00
Boulangier-pâtissier	25 000	9,00	10,00	13,00
Représentant des ventes non techniques — commerce de gros	52 000	14,00	19,23	25,00
Vendeur et commis-vendeur — commerce de détail	30 000	8,57	10,00	13,15
Caissier	19 000	8,45	9,00	10,00
Commis d'épicerie	23 000	8,50	9,10	11,00
Autre personnel élémentaire de la vente	33 000	9,00	10,00	13,00
Conducteur de camions	38 000	14,00	16,50	19,00
Chauffeur-livreur	30 000	10,21	13,25	18,15
Manutentionnaire	34 000	10,79	14,00	18,33

¹ Temps plein = 30 heures ou plus par semaine pendant 49 semaines ou plus dans l'année.

² La valeur médiane est située au milieu d'une séquence ordonnée de données. Contrairement à la moyenne, elle n'est pas sensible aux valeurs extrêmes.

n. d. : données non disponibles.

Source : Emploi-Québec, IMT en ligne, 2010.

Le Tableau 5.2 présente quant à lui les perspectives professionnelles, encore une fois pour les métiers et professions pouvant se rattacher au commerce de l'alimentation. La plupart ont des perspectives jugées acceptables sur l'ensemble du Québec. Dans le commerce de détail, les directeurs, les superviseurs, les acheteurs, les bouchers, les vendeurs et les commis ont des perspectives dites favorables. Les acheteurs, bouchers et représentants offrent également des chances de carrière favorables dans le commerce de gros.

Tableau 5.2
Perspectives professionnelles pour les métiers et professions pouvant être
liés au commerce de l'alimentation, 2009-2013, par région, Québec¹

Région	Bas-St-Laurent	Saguenay-Lac-St-Jean	Capitale-Nationale	Mauricie	Estrie	Montréal	Outaouais	Abitibi-Témiscamingue	Côte-Nord	Nord-du-Québec	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	Chaudière-Appalaches	Laval	Lanaudière	Laurentides	Montréal	Centre-du-Québec	Québec
Titre de l'emploi																		
Cadre supérieur	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP	NP
Directeur — commerce de détail	F	A	F	F	F	F	F	A	A	A	F	F	F	F	F	F	F	F
Directeur des transports	A	NP	A	A	R	A	A	NP	NP	NP	NP	A	A	A	A	A	A	A
Superviseur de commis à la transcription, à la distribution et aux horaires	F	NP	A	A	R	A	A	A	NP	NP	NP	A	A	A	A	A	A	A
Expéditeur et réceptionnaire	F	A	A	A	R	R	A	A	A	A	NP	A	A	A	A	A	A	A
Commis aux achats et à l'inventaire	A	A	A	A	A	R	A	A	A	A	NP	A	A	A	A	A	A	A
Horairiste de trajets et préposé à l'affectation des équipages	NP	NP	F	NP	NP	F	NP	NP	NP	NP	NP	NP	F	F	F	F	NP	F
Superviseur — commerce de détail	F	A	F	A	A	A	F	A	A	A	A	F	F	F	F	F	F	F
Acheteur — commerce de gros et détail	NP	A	F	A	F	F	F	A	NP	NP	NP	F	F	F	F	F	F	F
Cuisinier	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	F	A	F	A
Boucher, coupeur de viande et poissonnier — commerce de gros et détail	A	A	F	A	F	F	A	A	F	F	A	F	F	F	F	F	F	F
Boulangier-pâtissier	A	A	A	A	R	R	A	A	A	A	A	A	A	A	A	F	A	A
Représentant des ventes non techniques — commerce de gros	F	F	F	F	F	F	F	A	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F
Vendeur et commis-vendeur — commerce de détail	F	A	F	A	F	A	A	A	A	A	A	F	F	F	F	F	F	F
Caissier	A	A	F	R	F	A	A	A	A	A	A	F	A	A	A	F	A	A
Commis d'épicerie	F	A	F	R	A	A	A	A	A	A	A	F	F	A	A	F	F	A
Autre personnel élémentaire de la vente	A	NP	A	R	A	A	R	A	NP	NP	NP	A	A	A	A	A	A	A
Conducteur de camions	A	A	A	A	A	A	A	A	R	R	R	A	A	A	A	A	F	A
Chauffeur-livreur	A	R	A	R	A	R	A	A	R	R	A	A	A	A	A	A	A	A
Manutentionnaire	R	R	A	R	A	R	A	A	A	A	R	A	A	A	A	A	A	A

¹ NP : Non publiées; Dans l'ordre croissant : F : Favorables; A : Acceptables; R : Restreintes.

Source : Emploi-Québec, *Information sur le marché du travail*, en ligne.

6. PROGRAMMES D'ÉTUDES ET DE FORMATION

La section suivante dresse la liste de programmes de formation offerts sur le territoire québécois et susceptibles de mener à une carrière dans le secteur du commerce de l'alimentation. Des statistiques sur le nombre d'inscriptions ou les effectifs¹⁵ et le nombre de diplômés sont également présentées.

FAITS SAILLANTS

- Une quinzaine de certificats de formation à un métier semi-spécialisé (CFMS) peuvent mener à des emplois dans le commerce de l'alimentation. Les métiers avec le plus grand nombre de diplômés en 2007-2008 étaient aide-cuisinier, commis de vente, commis aux services à la clientèle et commis d'épicerie.
- Sauf pour la pâtisserie, le nombre de diplômés d'études professionnelles (DEP) liés au secteur de l'alimentation est en hausse depuis cinq ans.
 - ♦ Pour certains de ces DEP (boucherie de détail, cuisine et vente-conseil), plus de 70 % des diplômés occupent un emploi en lien avec leurs études.
- Aucune formation collégiale n'est spécifique à l'alimentation, mais deux peuvent conduire à y occuper un emploi : l'AEC et le DEC en gestion de commerce.
- Sur le plan des formations universitaires, le microprogramme en distribution alimentaire et le programme de baccalauréat en sciences et technologie des aliments sont celles spécifiques au secteur de l'alimentation.
- Le Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) offre quatre formations liées au commerce de l'alimentation : Boucherie de détail, Boulangerie, Pâtisserie et Poissonnerie.
 - ♦ Le PAMT en boucherie de détail demeure le plus populaire alors que plus d'une centaine d'ententes ont été signées chaque année depuis 3 ans.
 - ♦ La poissonnerie semble connaître un regain d'intérêt suite à un creux en 2007-2008.
- Le Centre de formation professionnelle Calixa-Lavallée, spécialisé dans le secteur de l'alimentation et du tourisme, et le Centre de formation de l'alimentation et du commerce du Québec (CFACQ) sont deux autres institutions qui offrent des programmes qui mènent à l'obtention d'une attestation maison.

¹⁵ L'effectif représente le nombre d'étudiants inscrits dans un programme à un moment donné, peu importe l'état d'avancement dans le programme. Par exemple, dans un programme qui se déroule sur deux ans, l'effectif inclut des élèves de première et de deuxième année. Il n'est donc pas comparable au nombre de diplômés.

6.1 FORMATION PROFESSIONNELLE

CERTIFICAT DE FORMATION À UN MÉTIER SEMI-SPÉCIALISÉ

Depuis le 1^{er} juillet 2008, l'attestation de formation professionnelle (AFP) qui préparait à l'exercice d'un métier semi-spécialisé a été remplacée par le certificat de formation à un métier semi-spécialisé (CFMS). Ce nouveau certificat est offert dans le cadre du Parcours de formation axée sur l'emploi pour les jeunes du deuxième cycle du secondaire de 15 ans et plus de même que dans le cadre du programme d'études Intégration socioprofessionnelle pour les adultes. Parmi les quelque 200 CFMS offerts, certains du secteur de l'alimentation et du tourisme et du secteur de l'administration, du commerce et de l'informatique peuvent mener à des emplois dans le commerce de l'alimentation. Le Tableau 6.1 présente les effectifs et les diplômés pour certains de ces CFMS.

SECTEUR DE L'ALIMENTATION ET DU TOURISME	SECTEUR DE L'ADMINISTRATION, DU COMMERCE ET DE L'INFORMATIQUE
Diplôme : CFMS Durée : Variable Titres des métiers semi-spécialisés • Commis des charcuteries ou des fromages • Aide-poissonnier • Commis d'épicerie ou de supermarché • Aide-cuisinière, aide-cuisinier • Aide-boucher • Aide-boulangier-pâtissier • Commis de fruits et légumes • Aide-fromager • Emballeur • Manutentionnaire, centre de distribution	Diplôme : CFMS Durée : Variable Titres des métiers semi-spécialisés • Préposé à la marchandise • Magasinier • Commis de vente • Commis aux services à la clientèle

Tableau 6.1
Effectifs et diplômés aux CFMS, 2007-2008

	Effectifs	Diplômés
2007-2008		
Aide-boucher	12	5
Aide-boulangier	6	1
Aide-cuisinier	90	25
Aide-fromager	2	2
Aide-pâtissier	11	5
Commis aux services à la clientèle	103	18
Commis de marché de fruits et légumes	5	0
Commis de vente	72	29
Commis d'épicerie ou de supermarché	27	12
Commis en alimentation	9	0
Magasinier	5	0
Manutentionnaire général	5	0
Total	347	97

Note : Le nombre d'effectifs et de diplômés ne peut être comparé sur une même année pour juger du nombre de finissants d'une cohorte.

Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, 2010.

ATTESTATION D'ÉTUDES PROFESSIONNELLES

Les attestations d'études professionnelles (AEP) sont des programmes de formation de courte durée qui s'adressent aux élèves du secondaire et qui sont conçus pour répondre rapidement aux besoins de main-d'œuvre spécialisée d'un secteur. Ce sont des reconnaissances d'études émises par les commissions scolaires. La durée des formations varie de 240 à 720 heures et elles se destinent à des candidats adultes qui ont terminé leur 3^e secondaire. Deux AEP peuvent mener à des emplois dans le commerce de l'alimentation : Commis du commerce de l'alimentation et Service à la clientèle. Les statistiques sur les effectifs et les diplômés de ces programmes n'indiquent aucune entrée pour les années de 2004-2005 à 2009-2010.

COMMIS DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION

Diplôme : AEP

Durée : 450 heures

Régions qui offrent l'AEP

- Mauricie
- Montréal
- Laurentides
- Estrie
- Lanaudière
- Centre-du-Québec

SERVICE À LA CLIENTÈLE

Diplôme : AEP

Durée : 540 heures

Régions qui offrent l'AEP

- Capitale-Nationale
- Outaouais
- Montréal
- Montérégie

DIPLÔME D'ÉTUDES PROFESSIONNELLES

Les formations menant à des diplômes d'études professionnelles (DEP) s'adressent à des élèves du secondaire, âgés de 16 ans ou plus et ayant terminé leur 3^e secondaire (pour les DEP de 600 à 900 heures) ou leur 4^e secondaire (pour les DEP de plus de 900 heures). Cinq DEP présentent des possibilités d'emploi dans le commerce de détail : Boucherie de détail, Boulangerie, Cuisine, Pâtisserie et, de façon plus générale, Vente-conseil. Elles sont présentées succinctement dans les fiches suivantes :

BOUCHERIE DE DÉTAIL

Diplôme : DEP

Durée : 900 heures

Régions qui offrent le DEP

- Bas-St-Laurent
- Saguenay–Lac-St-Jean
- Estrie
- Outaouais
- Abitibi-Témiscamingue
- Chaudière-Appalaches
- Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine
- Capitale-Nationale
- Mauricie
- Montréal
- Laurentides
- Lanaudière
- Montérégie

BOULANGERIE

Diplôme : DEP

Durée : 795 heures

Régions qui offrent le DEP

- Capitale-Nationale
- Montréal
- Montérégie
- Mauricie
- Laurentides

CUISINE

Diplôme : DEP

Durée : 1470 heures

Régions qui offrent le DEP

- Bas-St-Laurent
- Saguenay–Lac-St-Jean
- Montréal
- Outaouais
- Abitibi-Témiscamingue
- Chaudière-Appalaches
- Centre-du-Québec
- Côte-Nord
- Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine
- Capitale-Nationale
- Mauricie
- Estrie
- Laurentides
- Lanaudière
- Montérégie
- Laval
- Nord-du-Québec

PÂTISSERIE

Diplôme : DEP

Durée : 1350 heures

Régions qui offrent le DEP

- Bas-St-Laurent
- Saguenay–Lac-St-Jean
- Montérégie
- Outaouais
- Laval
- Centre-du-Québec
- Capitale-Nationale
- Mauricie
- Montréal
- Laurentides
- Lanaudière
- Estrie

VENTE-CONSEIL

Diplôme : DEP

Durée : 900 heures

Régions qui offrent le DEP

- Bas-St-Laurent
- Saguenay–Lac-St-Jean
- Montréal
- Outaouais
- Abitibi-Témiscamingue
- Chaudière-Appalaches
- Centre-du-Québec
- Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine
- Capitale-Nationale
- Mauricie
- Estrie
- Laurentides
- Lanaudière
- Montérégie
- Laval

Les Tableaux 6.2 à 6.6 montrent l'évolution des effectifs et des diplômés à ces programmes.

- Pour la boucherie de détail, une moyenne de 200 diplômés ont terminé le DEP chaque année depuis les six dernières années, avec une légère oscillation d'année en

année qui ne montre ni décroissance, ni croissance significative pendant cette période.

- Pour le DEP en boulangerie, en moyenne 55 boulangers ont été diplômés par année depuis les dernières années. Depuis trois ans, ce nombre tend à augmenter. Le constat semble l'inverse en pâtisserie où le nombre de diplômés décroît légèrement depuis cinq ans, pour atteindre son plus bas niveau, quelque 240 diplômés, en 2009-2010.
- C'est en cuisine qu'il y a le plus de finissants au DEP, environ 970 en moyenne par année depuis 2004-2005. Seule la dernière année montre une diminution avec un peu moins de 800 diplômés en 2009-2010. Rappelons toutefois que plusieurs trouvent un emploi ailleurs que dans les commerces d'alimentation.
- Enfin, pour le DEP Vente-conseil, on note une augmentation progressive des diplômés depuis les six dernières années; ils étaient au nombre de 614 en 2009-2010. Comme pour le DEP Cuisine, la part des finissants qui se retrouvent effectivement dans les commerces d'alimentation ne peut toutefois être précisée.

Tableau 6.2
Effectifs et diplômés au DEP Boucherie de détail, de 2004-2005 à 2009-2010

	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10 ¹
Effectifs à l'automne						
Bas-St-Laurent	17	8	14	24	9	11
Saguenay–Lac-St-Jean	41	36	49	44	39	37
Capitale-Nationale	50	53	38	32	34	38
Mauricie	18	23	21	20	17	24
Estrie	24	24	23	26	24	22
Montréal	55	75	51	54	78	72
Outaouais	25	19	31	26	14	15
Abitibi-Témiscamingue	12	3	13	10	16	14
Chaudière-Appalaches	13	5	9	13	18	7
Lanaudière	22	17	18	20	21	34
Laurentides	14	0	0	35	19	19
Montréal	52	66	70	80	64	93
Total des effectifs	343	329	337	384	353	386
Diplômés						
Total des diplômés	207	195	191	209	215	200

¹ Données provisoires.

Les effectifs et les diplômés ne peuvent être comparés sur une même année pour juger du nombre de finissants d'une cohorte.
Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, 2010.

Tableau 6.3
Effectifs et diplômés au DEP Boulangerie, de 2004-2005 à 2009-2010

	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10 ¹
Effectifs à l'automne						
Capitale-Nationale	31	22	22	21	19	18
Montréal	21	43	50	84	76	89
Laurentides	7	0	0	0	0	0
Montérégie	17	19	6	0	8	25
Total des effectifs	76	84	78	105	103	132
Diplômés						
Total des diplômés	48	53	47	52	67	62

¹ Données provisoires.

Les effectifs et les diplômés ne peut être comparés sur une même année pour juger du nombre de finissants d'une cohorte.
Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, 2010.

Tableau 6.4
Effectifs et diplômés au DEP Cuisine, de 2004-2005 à 2009-2010

	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10 ¹
Effectifs à l'automne						
Bas-St-Laurent	55	36	37	42	46	44
Saguenay-Lac-St-Jean	84	78	89	81	83	90
Capitale-Nationale	386	389	376	404	418	371
Mauricie	65	84	87	101	78	102
Estrie	104	110	119	123	112	117
Montréal	811	779	746	910	0	0
Outaouais	77	55	60	77	79	91
Abitibi-Témiscamingue	32	40	60	67	68	51
Côte-Nord	11	9	16	10	19	30
Nord-du-Québec	0	13	32	26	17	10
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	14	11	23	36	15	34
Chaudière-Appalaches	30	39	22	24	21	28
Laval	139	140	143	138	135	145
Lanaudière	61	72	65	84	92	129
Laurentides	110	80	120	127	144	185
Montérégie	222	247	251	240	249	306
Centre-du-Québec	35	41	46	46	62	101
Total des effectifs	2236	2223	2292	2536	1638	1834
Diplômés						
Total des diplômés	916	1004	950	1073	1067	798

¹ Données provisoires.

Les effectifs et les diplômés ne peut être comparés sur une même année pour juger du nombre de finissants d'une cohorte.
Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, 2010.

Tableau 6.5
Effectifs et diplômés au DEP Pâtisserie, de 2004-2005 à 2009-2010

	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10 ¹
Effectifs à l'automne						
Bas-St-Laurent	10	15	5	0	0	0
Saguenay–Lac-St-Jean	17	19	27	20	22	40
Capitale-Nationale	89	83	81	113	110	121
Mauricie	25	24	23	22	23	22
Estrie	39	45	41	41	34	43
Montréal	287	294	292	277	286	281
Outaouais	20	10	20	9	17	26
Laval	23	25	37	44	47	53
Laurentides	23	23	34	38	38	50
Montérégie	71	79	88	100	96	110
Centre-du-Québec	21	18	21	17	25	20
Total des effectifs	625	635	669	681	698	766
Diplômés						
Total des diplômés	265	308	303	295	264	238

¹ Données provisoires.

Les effectifs et les diplômés ne peut être comparés sur une même année pour juger du nombre de finissants d'une cohorte.
Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, 2010.

Tableau 6.6
Effectifs et diplômés au DEP Vente-conseil, de 2004-2005 à 2009-2010

	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10 ¹
Effectifs à l'automne						
Bas-St-Laurent	49	33	22	38	27	29
Saguenay–Lac-St-Jean	92	93	87	87	68	59
Capitale-Nationale	104	108	67	77	91	87
Mauricie	74	101	39	53	52	62
Estrie	57	70	81	56	55	52
Montréal	114	189	196	271	219	170
Outaouais	0	0	0	17	0	0
Abitibi-Témiscamingue	14	19	10	8	12	20
Chaudière-Appalaches	61	66	57	103	67	43
Laval	83	68	102	84	76	93
Lanaudière	23	43	44	89	261	181
Laurentides	137	182	190	201	200	166
Montérégie	195	238	184	182	206	231
Centre-du-Québec	18	27	14	14	30	54
Total des effectifs	1021	1237	1093	1280	1364	1247
Diplômés						
Total des diplômés	420	445	568	617	696	614

¹ Données provisoires.

Les effectifs et les diplômés ne peut être comparés sur une même année pour juger du nombre de finissants d'une cohorte.
Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, 2010.

Du côté des statistiques relatives au taux de placement des diplômés (cf. Tableau 6.7), l'Enquête Relance menée par le MELS indique qu'en 2009, pour certains DEP, plus de 70 % des diplômés entre le 1^{er} septembre 2007 et le 31 août 2008 qui ont été interrogés occupaient un emploi, soit boucherie de détail (78 %), cuisine (72 %) et vente-conseil (77 %). Près de 65 % des finissants en pâtisserie interrogés s'étaient également trouvé un emploi. Les diplômés du secteur de la boulangerie semblent moins nombreux dans cette situation (48 %), mais une proportion importante (le quart) des finissants de ce DEP étaient toujours aux études ou en recherche d'un emploi (20 %) au moment de l'enquête. Mentionnons que la large majorité des diplômés occupent un emploi en lien avec leur formation, dans une proportion variant de 64 % (boulangerie) à 85 % (cuisine), selon le secteur.

Tableau 6.7
Statistiques de l'Enquête Relance pour les DEP, 31 mars 2009

	Boucherie de détail	Boulangerie	Cuisine	Pâtisserie	Vente- conseil	Filière DEP
Nombre de personnes visées par l'enquête	213	51	916	261	568	31 697
Taux de réponse	61,5 %	56,9 %	60,8 %	65,1 %	57,7 %	60,2 %
En emploi	77,9 %	48,3 %	71,8 %	64,1 %	77,1 %	73,5 %
À la recherche d'un emploi	7,6 %	20,7 %	7,2 %	7,6 %	8,2 %	10,7 %
Aux études	7,6 %	24,1 %	19,0 %	23,5 %	11,9 %	11,2 %
Personnes inactives	6,9 %	6,9 %	2,0 %	4,7 %	2,7 %	4,5 %
Taux de chômage	8,9 %	30,0 %	9,1 %	10,7 %	9,6 %	12,8 %
Emploi à temps plein	91,2 %	100,0 %	85,3 %	85,3 %	86,2 %	87,9 %
Salaire hebdomadaire brut moyen (\$)	469	473	519	470	556	635
En lien avec la formation	81,7 %	64,3 %	85,0 %	65,6 %	74,3 %	80,3 %
Durée de la recherche (semaines)	3	2	3	5	5	5

Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, 2010.

6.2 FORMATION TECHNIQUE

ATTESTATION D'ÉTUDES COLLÉGIALES

Au niveau collégial, la formation Gestion de commerces, offerte dans plusieurs établissements d'enseignement, mène à une attestation d'études collégiales (AEC). Elle est non spécifique au commerce de l'alimentation, mais peut néanmoins conduire l'étudiant vers une carrière dans le domaine¹⁶.

GESTION DE COMMERCES	
Diplôme : AEC	Durée : De 1140 à 1605 heures
Régions qui offrent l'AEC	
• Saguenay–Lac-St-Jean	• Estrie
• Montréal	• Laurentides
• Montérégie	• Centre-du-Québec
• Laval	• Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine

Le Tableau 6.8 montre les effectifs et les diplômés à l'AEC Gestion de commerces pour les six dernières années. On note une diminution marquée du nombre de diplômés, de près de 40 % en cinq ans. Selon les dernières données disponibles, 49 étudiants ont été diplômés en 2008-2009. Au contraire, le nombre d'effectifs s'est maintenu, et a même progressé, en 2007-2008 et en 2008-2009.

¹⁶ Deux formations menant à des AEC étaient présentées dans la précédente publication de 2006, soit Gestion de département de marché d'alimentation et Gestion de marché d'alimentation. Ces AEC, offertes à l'époque par le Cégep de Saint-Hyacinthe, avaient été développées en collaboration avec Provigo et répondaient à des besoins ponctuels. Elles n'ont toutefois pas été offertes dans les dernières années et il ne semble pas qu'elles le seront dans un avenir proche. (Cégep de Saint-Hyacinthe, Communication personnelle, Service de la formation continue)

Tableau 6.8
Effectifs et diplômés à l'AEC Gestion de commerces, de 2004-2005 à 2009-2010

	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10 ¹
Effectifs à l'automne						
Bas-St-Laurent	19	15	0	0	0	0
Mauricie	0	16	15	17	12	0
Estrie	0	0	8	17	17	20
Montréal	9	10	20	20	17	34
Abitibi-Témiscamingue	12	0	0	0	0	0
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	0	0	0	7	0	0
Laval	22	11	15	0	9	22
Lanaudière	12	9	8	0	0	0
Laurentides	32	29	25	30	34	22
Montérégie	21	30	30	50	39	2
Centre-du-Québec	0	0	0	10	4	28
Total des effectifs	127	120	121	151	132	128
Diplômés						
Total des diplômés	81	58	47	44	49	n. d.

¹ Données provisoires.

n. d. : données non disponibles.

Note : Le nombre d'effectifs et de diplômés ne peut être comparé sur une même année pour juger du nombre de finissants d'une cohorte.

Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, 2010.

DIPLÔME D'ÉTUDES COLLÉGIALES

À l'instar de l'AEC, le diplôme d'études collégiales (DEC) en Gestion de commerces n'est pas particulier au commerce de l'alimentation, mais peut mener à un travail lié à celui-ci.

GESTION DE COMMERCES	
Diplôme : DEC	Durée : 2265 heures (dont 1605 heures spécifiques au programme)
Régions qui offrent le DEC	
• Bas-St-Laurent	• Capitale-Nationale
• Saguenay-Lac-St-Jean	• Mauricie
• Montréal	• Estrie
• Outaouais	• Laurentides
• Lanaudière	• Montérégie
• Centre-du-Québec	• Laval

L'évolution des effectifs et des diplômés à ce programme est présentée au Tableau 6.9, alors que les données de l'Enquête Relance sont au Tableau 6.10. Contrairement à l'AEC, le DEC Gestion de commerces connaît une croissance du nombre de ses diplômés depuis 2004-

2005; il s'est même multiplié par plus de quatre. Sur l'ensemble des finissants interrogés en 2009, près de 44 % s'étaient trouvé un emploi et la grande majorité (74 %) de ces emplois avaient un lien avec la formation. Mentionnons aussi que plus de la moitié des diplômés du DEC Gestion de commerces était encore aux études au moment de l'enquête.

Tableau 6.9
Effectifs et diplômés au DEC Gestion de commerces, de 2004-2005 à 2009-2010

	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10 ¹
Effectifs						
Bas-St-Laurent	37	53	68	55	66	70
Saguenay–Lac-St-Jean	47	59	71	93	99	91
Capitale-Nationale	431	531	498	560	562	602
Mauricie	59	113	131	167	172	156
Estrie	133	171	171	181	161	161
Montréal	701	896	938	981	935	983
Outaouais	81	106	119	121	109	115
Laval	87	110	125	109	164	175
Lanaudière	61	79	78	93	103	122
Laurentides	111	197	230	246	277	258
Montérégie	466	625	688	728	793	773
Centre-du-Québec	0	0	0	18	27	31
Total des effectifs	2214	2940	3117	3352	3468	3537
Diplômés						
Total des diplômés	104	416	495	553	432	n. d.

¹ Données provisoires.

n. d. : données non disponibles.

Note : Le nombre d'effectifs et de diplômés ne peut être comparé sur une même année pour juger du nombre de finissants d'une cohorte.

Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, 2010.

Tableau 6.10
Statistiques de l'Enquête Relance pour le DEC, 31 mars 2009

	Gestion de commerces	Filière DEC
Nombre de personnes visées par l'enquête	505	15 679
Taux de réponse	73,3 %	70,2 %
En emploi	43,8 %	64,8 %
À la recherche d'un emploi	1,9 %	3,0 %
Aux études	53,0 %	29,8 %
Personnes inactives	1,4 %	2,5 %
Taux de chômage	4,1 %	4,4 %
Emploi à temps plein	89,5 %	85,8 %
Salaire hebdomadaire brut moyen (\$)	626	659
En lien avec la formation	73,8 %	85,0 %
Durée de la recherche (semaines)	6	5

Source : Ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, 2010.

6.3 FORMATION UNIVERSITAIRE

Parmi les formations universitaires offertes, celles en administration, en gestion et en marketing offrent aux étudiants, de façon générale, des possibilités de carrières dans le commerce de l'alimentation. Mentionnons aussi le programme de baccalauréat en sciences et technologie des aliments qui semble connu et recherché par certains employeurs dans le commerce de gros pour les postes de gérants de catégorie (cf. section 7.2). Certains programmes ou cours, plus ciblés et s'adressant à une clientèle ayant déjà une expérience de travail, sont également offerts. Parmi ceux-ci, mentionnons le Microprogramme en agroéconomie — distribution alimentaire offert à l'Université Laval, qui comprend cinq cours. HEC Montréal offre, quant à elle, un Certificat en commerce de détail, qui compte dix cours. Des modules en commerce de détail, qui sont des formations de courte durée, sont également offerts : Éléments de gestion d'un commerce de détail, Marketing aux consommateurs et Stratégies de gestion de la vente. Le Tableau 6.11 et le Tableau 6.12 montrent l'évolution des inscriptions et des diplômés à ces deux programmes.

DISTRIBUTION ALIMENTAIRE	COMMERCE DE DÉTAIL
Diplôme : Diplôme Durée : 15 crédits Établissement qui offre le diplôme Université Laval	Diplôme : Certificat Durée : 30 crédits Établissement qui offre le certificat HEC Montréal

Les diplômés du microprogramme en distribution alimentaire sont une denrée rare, 1 ou 2 finissants ont obtenu le diplôme chaque année depuis 2004-2005, et même aucun pour la dernière année disponible. Ce microprogramme ne semble d'ailleurs pas connu des employeurs interrogés (cf. section 7).

Tableau 6.11
Inscriptions et diplômés au Microprogramme en agroéconomie — distribution alimentaire, de 2005-2006 à 2009-2010

	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10
Inscriptions						
Nouvelles inscriptions	4	1	4	4	2	3
Total des effectifs	8	5	4	3	2	0
Diplômés						
Total des diplômés	2	1	1	1	0	n. d.

n. d. : données non disponibles.

Note : Le nombre d'effectifs et de diplômés ne peut être comparé sur une même année pour juger du nombre de finissants d'une cohorte.

Source : Université Laval, 2010.

Les diplômés du Certificat en commerce de détail sont plus nombreux. Leur nombre a toutefois dégringolé de 2004-2005 à 2008-2009, passant d'une vingtaine à six diplômés. Il semble cependant y avoir un regain pour la dernière année, alors que le nombre de diplômés a remonté à 18.

Tableau 6.12
Inscriptions et diplômés au Certificat en commerce de détail, de 2005-2006 à 2009-2010

	04-05	05-06	06-07	07-08	08-09	09-10 ¹
Inscriptions						
Nouvelles inscriptions	33	33	34	22	23	14
Total des inscriptions	139	109	118	100	101	66
Diplômés						
Total des diplômés	21	17	11	15	6	18

¹ Données incomplètes pour 2009-2010.

Note : Le nombre d'effectifs et de diplômés ne peut être comparé sur une même année pour juger du nombre de finissants d'une cohorte.

Source : HEC Montréal, 2010.

6.4 AUTRES FORMATIONS

PROGRAMME D'APPRENTISSAGE EN MILIEU DE TRAVAIL

Le Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) est, comme son nom l'indique, un programme de formation qui se déroule sur les lieux de travail, en simultanéité avec les tâches habituelles de l'emploi. Le programme est construit selon une formule de compagnonnage, c'est-à-dire qu'un employé expérimenté – le compagnon – s'engage à transmettre ses connaissances à un employé moins expérimenté – l'apprenti. Ainsi, le programme s'adresse à des travailleurs déjà en emploi, intéressés à approfondir un métier et à obtenir un certificat de qualification professionnelle. Les programmes s'adressent aux personnes de 16 ans ou plus et exigent de 12 à 24 mois de formation. Développé par Emploi-Québec, le PAMT existe pour plus d'une soixantaine de métiers dont quatre liés au commerce de l'alimentation : Boucherie de détail, Boulangerie, Pâtisserie et Poissonnerie.

Au Tableau 6.13 sont présentées les données sur le nombre d'ententes signées par année dans chacun de ces programmes depuis leur mise en place. Le PAMT Boucherie de détail est celui qui compte annuellement le plus d'inscriptions suivi par Pâtisserie. Sur l'ensemble de la période, les hommes sont plus nombreux inscrits aux PAMT Boucherie de détail et Boulangerie alors que c'est l'inverse pour Pâtisserie et Poissonnerie. Le Tableau 6.14 montre la répartition régionale des ententes signées entre le 1^{er} avril 2009 et le 31 mars 2010 pour les quatre programmes. Les régions centrales (Montréal, Montérégie et Capitale-Nationale) sont celles où l'on trouve le plus d'ententes signées pour l'ensemble des PAMT du commerce de l'alimentation.

Tableau 6.13
Ententes signées au PAMT depuis la mise en place des programmes

	Boucherie de détail	Boulangerie	Pâtisserie	Poissonnerie	Total
Ententes signées¹					
1995-1996	-	-	11	-	11
1996-1997	-	-	24	-	24
1997-1998	-	-	37	-	37
1998-1999	-	-	37	-	37
1999-2000	-	-	44	-	44
2000-2001	-	27	49	-	76
2001-2002	-	41	36	-	77
2002-2003	-	30	63	-	93
2003-2004	117	62	73	-	252
2004-2005	70	46	51	35	202
2005-2006	81	41	49	29	200
2006-2007	99	36	51	24	210
2007-2008	113	36	60	11	220
2008-2009	125	50	78	24	277
2009-2010	149	28	88	34	299
Total	754	397	751	157	2059
Caractéristiques des apprentis					
Femmes	139	72	437	83	731
Hommes	612	324	311	72	1319
Données manquantes	3	1	3	2	9
Certificats émis					
Pour toute la période	294	217	262	84	

1 : Ententes signées entre le 1^{er} avril et le 31 mars.

Source : Direction du développement des compétences et de l'intervention sectorielle, Commission des partenaires du marché du travail, 2010.

Tableau 6.14
Répartition régionale des ententes signées au PAMT pour l'année 2009-2010¹

	Boucherie de détail	Boulangerie	Pâtisserie	Poissonnerie	Total
Région					
Bas-Saint-Laurent	7	3	1	0	11
Saguenay–Lac-Saint-Jean	9	5	3	1	18
Capitale-Nationale	22	4	12	4	42
Mauricie	7	0	0	1	8
Estrie	11	1	6	1	19
Montréal	13	4	39	6	62
Outaouais	18	1	2	2	23
Abitibi–Témiscamingue	2	0	0	0	2
Côte-Nord	6	0	0	0	6
Nord-du-Québec	1	0	0	0	1
Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	6	0	0	0	6
Chaudière-Appalaches	8	1	1	5	15
Laval	0	0	1	3	4
Lanaudière	2	0	1	1	4
Laurentides	11	4	5	4	24
Montréal	22	5	16	6	49
Centre-du-Québec	4	0	1	0	5
Province de Québec	149	28	88	34	299

1 : Ententes signées entre le 1^{er} avril et le 31 mars.

Source : Direction du développement des compétences et de l'intervention sectorielle, Commission des partenaires du marché du travail, 2010.

CENTRE DE FORMATION PROFESSIONNELLE CALIXA-LAVALLÉE

En collaboration avec Emploi-Québec, le Centre de formation professionnelle Calixa-Lavallée, spécialisé dans le secteur de l'alimentation et du tourisme, offre plusieurs formations à temps partiel pour les gens déjà intégrés au marché du travail et qui veulent parfaire leurs connaissances dans un domaine particulier. Ces programmes mènent à l'obtention d'une attestation maison. Bien que l'offre de formations soit diversifiée, seul le cours de Décoration et finition de pâtisseries a été offert depuis 2006, faisant un total de 24 diplômés¹⁷.

¹⁷ Centre de formation professionnelle Calixa-Lavallée, Communication personnelle, Ressources pédagogiques pour le secteur Alimentation et tourisme.

CENTRE CALIXA-LAVALLÉE

Diplôme : Attestation maison

Durée : de 6 à 75 h

Titres des formations

• Cuisine à la chaîne	45 h
• Notion sur les allergies alimentaires	30 h
• Cours d'appoint en boucherie	60 h
• Cours d'appoint en boulangerie-pâtisserie	30 h
• Décoration et finition de pâtisseries	12 h
• Initiation à la poissonnerie	12 h
• Affûtage de couteaux de bouchers et de poissonniers	6 h
• Confection de produits en chocolat	75 h
• Hygiène et salubrité des aliments	7 h

CENTRE DE FORMATION DE L'ALIMENTATION ET DU COMMERCE DU QUÉBEC

Le Centre de formation de l'alimentation et du commerce du Québec (CFACQ), mis sur pied en 2005, offre de nombreuses formations dans le but de former des employés particulièrement pour le commerce de l'alimentation. En plus de l'AEP Commis du commerce de l'alimentation, le CFACQ propose de nombreuses autres activités de formation. Notons que le Centre s'adresse notamment à une clientèle diversifiée, par exemple immigrante et désireuse de s'insérer dans le marché du travail québécois.

CFACQ

Titres des activités ou des formations

Durée : jusqu'à 432 h

• Camp pédagogique – Formation de commis	100-120 h
• Hygiène et salubrité	7 ou 14 h
• Aide-boucher	432 h
• Aide-poissonnier	432 h
• Aide-cuisinier	432 h
• Fromager-marchand (en développement)	390 h
• Formations sur mesure	à déterminer
▲ <i>Gestion du stress et des changements</i>	▲ <i>Approche client</i>
▲ <i>Travail en équipe et réalité des rayons</i>	▲ <i>Produits d'épicerie</i>
▲ <i>Vue d'ensemble du rayon des viandes</i>	▲ <i>Fruits et légumes</i>
▲ <i>Charcuteries/fromages/prêt-à-manger</i>	▲ <i>Produits de poissonnerie</i>
▲ <i>Vue d'ensemble des activités de caisse</i>	▲ <i>Boulangerie et pâtisserie</i>
▲ <i>Réception et contrôle des marchandises</i>	

COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION

Le CSMOCA, aussi actif dans la formation de la main-d'œuvre, propose plusieurs outils destinés aux employeurs et employés du commerce de l'alimentation. Mentionnons notamment un coffret de formation destiné aux employeurs afin de les guider dans la gestion

des ressources humaines. Également, le CSMOCA, propose depuis peu des formations en ligne sur les différents rayons d'un commerce alimentaire, d'une durée de cinq heures chacune.

CSMOCA	
Titres des formations en ligne	Date de disponibilité
• Fruits et légumes	2010
• Poissonnerie	2011
• Fromages et charcuteries	2011
• Boucherie	2011
• Boulangerie et pâtisserie	2011
• Épicerie	2011
• Mets préparés	2011
• Tronc commun	2011

Le Conseil canadien des RH du secteur de l'alimentation (CCRHSA) offre, quant à lui, des formations en ligne dont une sur les pratiques de travail sécuritaires propres à l'industrie de l'alimentation et une autre sur la manipulation hygiénique des aliments. Les cours sont composés de modules d'apprentissage courts, pouvant être terminés en 30 minutes (Radar, avril-mai 2010, p. 13).

7. RÉSULTATS DES ENTREVUES ET DU GROUPE DE DISCUSSION

NOTE AU LECTEUR

Aucune valeur statistique ne peut être accordée aux différents résultats tirés de cette démarche de recherche par entrevues et groupe de discussion. La nature qualitative de l'approche méthodologique retenue dégage des observations qui se veulent plutôt des indicateurs de tendance potentiellement observables dans la population étudiée.

Des citations, tirées des entrevues et du groupe de discussion, sont insérées dans le rapport afin d'illustrer les propos entendus et d'appuyer des constats.

Les commentaires, opinions ou propos soumis par les personnes rencontrées lors des entrevues ne sauraient constituer une approbation ou un endossement de la part du CSMOCA et/ou de ses administrateurs.

7.1 COMMERCE DE DÉTAIL

De manière générale, la situation semble similaire à celle qui prévalait il y a cinq ans en matière de main-d'œuvre dans le secteur du commerce de l'alimentation. Le recrutement et la rétention sont encore des préoccupations dominantes, la gestion intergénérationnelle demeure un défi, la nostalgie de l'époque Steinberg s'exprime encore aussi, et elle persistera visiblement jusqu'à un changement générationnel complet dans les postes décisionnels. De la même manière, le format dominant de la formation demeure celui de l'apprentissage informel en magasin. Enfin, la valorisation et la promotion des métiers et des professions est encore un souhait et un besoin formulé de manière insistante par les employeurs et les employés du secteur. Par contre, certaines tendances ont émergé depuis 2006, d'autres semblent s'être légèrement atténuées. Voici les principaux constats à cet effet :

RECRUTEMENT ET RÉTENTION

Recrutement

- Dans les grandes bannières et certaines chaînes spécialisées, il semble y avoir une prise de conscience certaine du capital humain, et des actions ont été implantées en conséquence. Des bannières ont, par exemple, procédé à des enquêtes auprès des employés nouvellement embauchés et ont effectué des entrevues de départ, pour mieux comprendre les sources d'insatisfaction et de satisfaction de leurs travailleurs et agir en conséquence.

« Le succès de mon entreprise commence par le bien-être de mes employés. »

- Par contre, du point de vue des employés interrogés il ne semble pas y avoir de collaboration manifeste entre les employeurs et les syndicats pour trouver des solutions aux problèmes de rétention de la main-d'œuvre.

- La problématique de recrutement apparaît moins aiguë à certains égards, quoique la situation demeure fragile. Les métiers de boucher et de poissonnier, et dans une moindre mesure cuisinier, sont encore les plus critiques. Mais la tendance semble s'atténuer légèrement pour les bouchers, notamment parce qu'il y a eu ajustement salarial à la hausse. Les employeurs demeurent toutefois craintifs parce que le bassin de recrutement est maigre pour la relève (cf. section 6 sur les diplômés en boucherie de détail). Une fois les bouchers de carrière partis pour la retraite, la situation pourrait redevenir plus précaire.
- Notons que le fait qu'une bannière ait complètement exclu les services spécialisés de boucherie dans certains de ses commerces a contribué à diminuer la pression. Cependant, des marchands ont rapatrié ce service, ou misé sur ce dernier, pour se distinguer de leurs concurrents. À ce titre, les boucheries spécialisées travaillent encore souvent de manière plus traditionnelle, à partir des quartiers, ou demi-carasses, ce qui rendrait le travail plus attrayant pour des bouchers plus expérimentés. Il semble d'ailleurs qu'un certain nombre de bouchers aient quitté un supermarché pour une boucherie. Enfin, le recours à des agences de placement pour combler de manière ponctuelle les besoins en bouchers spécialisés semble encore une pratique utilisée dans les supermarchés, quoique moins fréquente. Mais tant de l'avis des employeurs que des employés, la présence de ces « couteaux volants » n'est pas idéale pour l'ambiance de travail¹⁸.
- Le métier de poissonnier demeure, quant à lui, l'enfant pauvre du commerce de détail, le plus souvent confié au boucher lorsqu'il est offert dans des supermarchés. Dans les poissonneries spécialisées, on mentionne l'absence de candidats formés, il y a donc un transfert de savoir-faire important qui doit se faire dans l'entreprise. Contrairement aux supermarchés, les poissonneries spécialisées manipulent une grande variété d'espèces de poissons et de crustacés, qui varient selon les saisons, et les coupes sont également plus raffinées. La formation, par compagnonnage informel le plus souvent, s'échelonne donc minimalement pendant un an.
- Du côté des cuisiniers, le besoin est très différent selon le type de commerce et les chaînes. Certaines bannières font beaucoup de production sur place, alors que d'autres centralisent la préparation de mets dans une entreprise externe. Généralement, en commerce, le cuisinier prépare des plats plutôt sommaires, loin des performances gastronomiques. Les connaissances requises concernent alors davantage la salubrité que les capacités à créer des recettes. Pour cette raison, il semble que le métier soit à définir pour le commerce de détail, puisque la clientèle issue d'un cours de cuisine d'établissement, par exemple, ne sera pas attirée par un travail en commerce de détail. Cet enjeu figure d'ailleurs dans le plan d'action 2010-2011 du CSMOCA¹⁹.
- Du côté des pâtisseries, les employeurs interrogés notent un nombre suffisant de candidats. Toutefois, les pâtisseries formés, comme les cuisiniers d'ailleurs, se

¹⁸ Rappelons que cette main-d'œuvre embauchée est sous la responsabilité des agences de placement. Les conditions salariales et la convention syndicale ne les concernent donc pas, ce qui entraîne parfois des tensions entre les employés du commerce et ceux de l'agence.

¹⁹ « Analyser la situation de travail pour le métier de cuisinier de marché d'alimentation afin d'adapter, par la suite, la norme professionnelle cuisinier développée par le CQRHT, aux besoins de notre secteur. »

retrouvent moins souvent dans les commerces de détail, mais surtout en restauration, en hôtellerie, dans des services de traiteurs, etc.

- Pour les commis et les gens de métiers, plusieurs employeurs interrogés ont mentionné recourir avec succès à Emploi-Québec pour l'affichage de postes.
- La mobilité verticale est encore le mode privilégié pour le recrutement des employés de plus haut niveau (assistant-gérant, gérant et même directeur de magasin) dans les supermarchés. Par contre, c'est une source qui pourrait se tarir dans un horizon de moyen ou long terme : le recrutement à l'interne pourrait ne plus suffire, dans la mesure où ceux qui souhaitaient gravir les échelons l'ont déjà fait. Certaines bannières commencent donc à élargir leur bassin de recrutement vers l'externe, tant pour les gérants que pour les directeurs de magasin.

« Le passage par l'interne ne suffit plus parce que plusieurs gérants de département ont fait le saut et les autres n'ont pas le goût. On a épuisé le bassin. »

« On sait combien on ouvrira de commerces. C'est le nerf de la guerre de savoir si on aura le personnel de direction suffisant (directeur de magasin) : cela peut nuire au développement. La relève de la garde s'annonce difficile. »

Rétention

- Rappelons que le commerce de détail en alimentation est un secteur marqué par une part importante de travailleurs à temps partiel. C'est une clientèle de travailleurs nécessairement plus instable et en roulement.
- Toutefois, un certain nombre de répondants ont observé une diminution de leur taux de roulement depuis deux ans, à tous les niveaux de postes. Les causes seraient multifactorielles, la crise économique ne serait notamment pas étrangère à ce relâchement. Mais c'est aussi la mise en place de diverses initiatives qui auraient contribué à retenir les employés.
- De fait, une prise de conscience semble être faite chez plusieurs employeurs, tant dans les bannières que dans les commerces indépendants spécialisés, quant au lien entre les incitatifs financiers ou non financiers et la rétention des travailleurs. Outre le salaire, certains marchands ont déployé diverses stratégies pour retenir les employés et créer un sentiment d'appartenance : ils misent tantôt sur l'ambiance (5 à 7, parties de hockey, etc.), tantôt sur des primes de compétence, de travail le dimanche ou de responsabilité, tantôt sur des rencontres de suivi et de rétroaction.

« Ils vont nous quitter parce qu'on ne leur offre pas de flexibilité, pas d'ambiance, pas de respect ou de considération, pas d'équité dans le partage des tâches. Autrement, ils aiment être chez nous et restent. Il faut donc agir en conséquence. »

« On a fait un travail pour un gain en stabilité de notre main-d'œuvre. »

- Néanmoins, selon les employés interrogés, ces efforts seraient inégaux selon les employeurs et leurs bannières. L'ambiance n'est pas saine, selon les participants notamment lorsque le taux de roulement élevé rend les relations plutôt impersonnelles et nuit au développement d'un fort sentiment d'appartenance.
- Outre des initiatives non financières, certains employeurs ont également joué la carte salariale pour retenir leur main-d'œuvre compétente : en boulangerie, par exemple, le salaire offert est nettement au-dessus du salaire minimum pour compenser les conditions de travail difficiles. Certaines boulangeries spécialisées proposent dès l'entrée 13 \$/h. Pour les bouchers, certains paient tout près de 20 \$/h.
- Par ailleurs, certaines bannières ont déterminé le rôle clé du gérant de rayon pour la rétention des employés. Le gérant est largement responsable de l'ambiance de travail pour lequel les commis et les gens de métiers sont particulièrement sensibles. Cependant, de manière dominante, il est encore formé de manière informelle, en ayant progressé dans l'entreprise. Pour cette raison, les compétences du gérant en gestion des ressources humaines font souvent défaut. Nous y reviendrons.

« Un département en soi est une petite entreprise, avec un chiffre d'affaires énorme. Sous un gérant, il y a beaucoup d'employés, de clients, de systèmes à gérer. Donc, c'est normal que le gérant ait un rôle stratégique. C'est lui qui fait la différence, plus que le propriétaire souvent. »

- D'ailleurs, si un défi de recrutement s'annonce pour les gérants, la difficulté à les retenir est également soulignée. Les lourdes responsabilités, les horaires exigeants (fin de semaine) sont parmi les principales causes de départ. De plus, s'ils ont été embauchés à l'externe, les gérants ne restent pas longtemps (deux ans) parce que leur objectif est de devenir directeur de magasin.
- Enfin, mentionnons que des employeurs ont évoqué l'importance d'agir sur la rétention dès les postes d'entrée (commis, caissier, emballeur). Même s'il s'agit d'une main-d'œuvre peu qualifiée, c'est un premier emploi important, de proximité, de contact avec la clientèle. Ces postes méritent de l'attention, parce qu'ils sont peut-être le début d'une trajectoire potentielle dans l'entreprise.

« Oui, il y a des potentiels de carrière. Mais c'est rarement à 16 ans qu'ils vont le réaliser. Il faut donc leur faire connaître et les retenir un peu pour qu'ils le réalisent. »

- Du point de vue des employés interrogés, les actions des bannières ne suivent cependant pas toujours leur discours. Plusieurs ont exprimé l'insuffisance encore criante de valorisation et de reconnaissance de la part de l'employeur, des facteurs majeurs pour inciter à demeurer en poste.

FORMATION INITIALE ET CONTINUE

« Il faut absolument augmenter notre taux de rétention, et c'est à travers la formation qu'on peut le faire. »

- De manière encore très forte, les employeurs privilégient l'expérience et la formation « sur le tas » par rapport à la formation scolaire. Cela se traduit au moment de l'embauche des employés, où la personnalité du candidat revêt davantage d'importance que sa formation, à l'exception des métiers plus techniques comme celui de boucher. Cela se répercute également sur le type de formation dispensé après l'embauche, souvent informelle et par compagnonnage avec un employé plus expérimenté, qu'avec des formations formelles appuyées par des guides écrits et des modules de cours.

« On recherche avant tout une attitude. Les compétences techniques s'acquièrent, pas la personnalité. »

- Par contre, les grandes bannières comme les plus petites spécialisées ont presque toutes développé, ou sont à le faire, leurs outils de formation, plus ou moins sophistiqués (magasin-école, poste informatique dans chaque commerce disponible en tout temps, etc.). Dans le cas de la chaîne spécialisée en boulangerie-pâtisserie Première Moisson, c'est carrément la mise sur pied d'une « Académie » qui a été retenue. Cela indique clairement une valorisation de la formation.
- Dans les grandes bannières, les outils de formation semblent donc en général suffisants, mais c'est souvent le temps et les formateurs qui manquent. Plusieurs ont toutefois noté la multiplication, parfois même le chevauchement, des guides et des outils de formation, et la difficulté de s'arrimer aux formations génériques, telles que celles développées par le CSMOCA. Par ailleurs, la formation dans les magasins-écoles a le désavantage d'exiger des travailleurs qu'ils se déplacent le temps de la formation; la formule ne plaît donc pas toujours. Bref, il y a encore une certaine inadéquation entre les besoins, les outils et les ressources disponibles pour dispenser la formation au moment de l'embauche d'un employé ou pour sa progression dans l'entreprise.
- Pour les postes d'entrée (commis, caissier, emballeur), plusieurs notent encore le manque de formation pour le service à la clientèle. Du même souffle, ils associent

beaucoup cette lacune à la jeunesse des employés et certains jugent qu'il s'agit de notions de savoir-vivre qu'ils ne devraient pas avoir à inculquer.

- En ce qui concerne les formations des métiers spécialisés :
 - ♦ Dans les supermarchés, les métiers de boulanger et de pâtissier sont réduits à leur plus simple expression (cuisson de pâte précuite). La main-d'œuvre recherchée n'a alors pas besoin d'être qualifiée. Dans les boulangeries spécialisées, on ne recherche pas nécessairement non plus des gens formés. Mais compte tenu des gestes très techniques que le métier exige, la formation est incontournable. Le recours au PAMT semble alors souvent une solution adéquate. Rappelons d'ailleurs que depuis 2006, c'est environ une quarantaine de PAMT par année qui sont signés en boulangerie (cf. Tableau 6.13).

« Les candidats qui sont formés avant qu'on les embauche ont souvent des mauvais plis et ne manipulent pas la pâte correctement par rapport aux types de pains qui caractérisent notre marque de commerce. On préfère les former nous-mêmes. »

- ♦ Dans les commerces spécialisés en boulangerie, la formation en boulangerie est jugée trop rudimentaire par certains. Par exemple, le travail avec des farines de spécialité (kamut, seigle, etc.) n'est pas couvert. Dans ces commerces, le métier se fait encore dans toute sa complexité, le cheminement pour la manipulation adéquate des fours est long, les « équipements sont complexes, l'équilibre du pain est complexe ».
- ♦ Dans cet esprit, certains aimeraient une formation plus poussée, calquée par exemple sur le modèle français : alternance travail-études, étendue sur 3 ans, et sous supervision d'un institut externe²⁰. D'autres préfèrent des employés motivés et passionnés par la boulangerie, compte tenu des exigences physiques élevées, et vont trier les candidats selon ces critères, pour ensuite leur transmettre les rudiments du métier, souvent à l'aide du PAMT.

« C'est un métier de fou! Il faut un déclic, il faut aimer avoir de la pâte entre les doigts. Après ça, tu peux leur apprendre le métier. »

« [Les boulangers], ce sont des artistes, des passionnés. Ils sont vraiment des êtres spéciaux. »

²⁰ En France, il s'agit de l'Institut des métiers du goût.

- ♦ En ce qui concerne la pâtisserie, le DEP offert ne serait pas assez poussé non plus. Certains employeurs aimeraient, par exemple, qu'il y ait des modules de perfectionnement (ex. chocolaterie, viennoiserie, etc.)²¹.
- ♦ Comme pour les boulangers et les pâtisseries, mais de manière encore plus nette, le métier de fromager est absent des supermarchés. Ce sont les fromagers détaillants spécialisés qui recherchent une main-d'œuvre compétente. Ces derniers notent le besoin « pour une formation axée sur la qualité²², et non sur l'hygiène²³ », comme c'est essentiellement le cas dans la formation d'aide-fromager offerte.

« Oui, formons, mais ne formons pas des chimistes. Formons des épicuriens! »

- ♦ Notons qu'outre cette formation d'aide-fromager qui conduit à l'obtention d'un certificat de formation à un métier semi-spécialisé (CFMS), le centre de formation de l'alimentation et du commerce (CFACQ) offre un programme de fromager-marchand. Selon certains marchands spécialisés, le programme serait trop centré sur des connaissances de maître-fromager, et pas suffisamment sur la formation d'un bon commis-fromager. Quoi qu'il en soit, le monde des fromagers semble rempli de secrets bien gardés, de savoir-faire jalousement protégé, ce qui ne facilite pas l'élaboration et l'offre de formation.
- ♦ En ce qui concerne le CFACQ, l'offre de services aux commerces indépendants et aux chaînes spécialisées pourrait être une avenue, avec un arrimage étroit avec les commissions scolaires.
- ♦ En ce qui concerne les PAMT, ils semblent peu attirants pour les petites épiceries indépendantes qui préfèrent garder leurs pratiques informelles de formation. Par contre, du côté des commerces spécialisés et pour certains supermarchés, la formule semble convenir. De plus, bien que le PAMT soit en général apprécié, plusieurs ont souligné un certain laxisme dans le suivi par Emploi-Québec. D'autres aimeraient aussi qu'il y ait un examen final. Notons que des employeurs en font même un « contrat » au moment de l'embauche, un outil de rétention au-delà de celui de la formation. C'est un engagement employeur-employé, le temps que se fasse la formation.

²¹ Mentionnons que le programme actuel consacre 75 heures à la préparation de produits en chocolat et autant pour la viennoiserie, sur un total de 1350 heures. Il semble donc que ce soit jugé insuffisant par les employeurs qui embauchent des pâtisseries de métier en souhaitant leur confier la confection de chocolat ou de viennoiserie. Ajoutons cependant qu'il y a des formations continues disponibles à Callixa-Lavallée, sur mesure, en chocolaterie ou viennoiserie, qui peuvent aller au-delà des notions vues dans le DEP. Ces formations de perfectionnement sont ouvertes à tous. Cette option ne semble toutefois pas connue (Communication personnelle, Robert de Tilly).

²² À ce titre, notons que le DEP en cuisine a intégré récemment un module de qualité organoleptique, pour répondre à un besoin similaire.

²³ Rappelons qu'à la suite de la crise de la listériose à l'automne 2009, le MAPAQ a développé un guide de bonnes pratiques pour éliminer les risques de contamination croisée entre les produits.

« Tous nos boulangers, on les a formés à l'interne avec le PAMT. La personne doit souhaiter s'embarquer dans la formation, pour au moins ces deux ans-là, car c'est un critère non négociable à l'embauche. »

- En ce qui concerne la formation des gérants, dans les bannières avec des magasins corporatifs, ce sera généralement un entraînement supervisé dans des magasins-écoles. Pour les gérants recrutés à l'externe, les employeurs vont rechercher des diplômés du collégial (DEC en gestion de commerce de détail ou en administration), plus facile à retenir que des diplômés universitaires.

« Pour les gens recrutés à l'interne, on privilégie les magasins-écoles à cause du coût d'une formation en école à l'externe : pour nous, c'est beaucoup d'heures d'études inutiles, alors que toutes les heures doivent être utiles. Avec nos propres formations, on est sûr que chaque heure étudiée est utile. »

- Comme mentionné, plusieurs ont noté le rôle stratégique des gérants, compte tenu des différentes tâches qui leur sont confiées (gestion des inventaires, des coûts, mais aussi gestion des ressources humaines, impliquant même parfois l'embauche). Or, il semble que les gestionnaires manquent de formation sur le plan relationnel, pour la gestion des ressources humaines. Pour les supermarchés indépendants ou affiliés, peut-être serait-il judicieux de centraliser cette fonction à la direction, et d'ainsi renforcer la gestion de personnel.
- Malgré l'existence de plusieurs formules de formation chez les principales bannières, les employés interrogés jugent la formation encore inadéquate. Selon eux, les personnes nouvellement embauchées ont une formation interne assez sommaire. Et bien que la formation spécialisée soit offerte, dans les écoles professionnelles par exemple, elle est encore trop peu valorisée par les employeurs. Ils constatent le même phénomène pour les gérants et assistants-gérants qui œuvrent dans le secteur avec peu ou pas de formation, mais qui ont progressé dans l'entreprise. Ce constat est donc partagé avec une partie des employeurs.

PROBLÉMATIQUE INTERGÉNÉRATIONNELLE ET TRAVAILLEURS EXPÉRIMENTÉS

Le conflit intergénérationnel marquait au fer rouge le précédent diagnostic, trouvant même sa place dans le titre de la publication²⁴. C'est un thème qui s'est exprimé encore fortement, mais avec quelques nuances.

- Certains des employeurs interrogés se sont adaptés à la génération Y et ont modulé leur mode de gestion en conséquence : flexibilité des horaires, offre plus rapide de défis et de responsabilité, etc. Mais plusieurs condamnent encore sévèrement la génération Y : manque de savoir-vivre, peu vaillant, pas de sens de l'initiative, etc.

²⁴ Groupe AGÉCO, *Entre la nostalgie Steinberg et la génération Y, un commerce de l'alimentation en quête d'identité*, 2006.

« On dit que les jeunes sont de moins en moins travailleurs, mais ce n'est pas vrai. C'est ingrat de les condamner comme ça. J'ai peur qu'à force de les pointer du doigt, ils se tannent des emplois qui ont du service à la clientèle, alors que ça peut être si valorisant quand ça va bien. Il faut ajuster nos attentes envers ces jeunes de 15-16 ans. »

« Les jeunes ne veulent pas travailler dur, ils sont sur le
« party » et partent après quelques jours. »

- Est-ce que les travailleurs expérimentés (retraités et semi-retraités) sont une avenue prometteuse pour combler les besoins de main-d'œuvre? La réponse est mitigée. Certaines caractéristiques de cette clientèle de travailleurs dérangent les employeurs (peu habiles avec l'informatique, plus lents et peu endurants physiquement avec le travail debout), mais des atouts certains sont reconnus : politesse et savoir-vivre, disponibilité, expériences de travail et de vie, etc.
- Dans les commerces syndiqués, les conventions collectives limitent également l'embauche lorsque les retraités ou les semi-retraités aimeraient un horaire différent de ce qui est convenu dans les conventions. Il ne peut y avoir d'arrangement pour un travailleur expérimenté, il doit être traité comme un plus jeune.

« Ils ont travaillé toute leur vie, alors ils sont parfois capricieux par rapport à l'horaire de travail. »

« On aimerait ça, pour enrichir les discussions, pour apporter de la maturité, mais nos expériences n'ont pas été concluantes. C'est un travail physique, mine de rien. On est souvent debout. »

- Mentionnons enfin que pour une des trois grandes bannières, c'est spontanément les changements technologiques qui ont été évoqués comme principal défi et nouveauté par rapport à 2006 : lecteur optique, système de commande informatisé, etc. Cela touche d'abord les gérants, mais par effet ricochet les assistants-gérants et les commis. Si une formation est nécessaire pour accompagner les employés en place dans cette mise à jour technologique, cela vient aussi amplifier l'apprentissage que doivent faire les retraités ou semi-retraités embauchés, moins familiers avec la technologie.
- D'un autre côté, la technologie est aussi vue comme un moyen de séduire la nouvelle génération, par exemple en formation.

« On pense que l'ambiance amenée par le fait de travailler avec des technologies de pointe est aidante pour garder un grand nombre d'employés, surtout les plus jeunes de la génération Y. C'est structuré, ça fait partie de leur culture. »

LES DIFFÉRENCES ENTRE LES COMMERCE (TYPE BANNIÈRES ET LES RÉGIONS)

Des différences ont été notées ci-haut sur les thèmes du recrutement, de la rétention et de la formation entre les types de commerces de l'alimentation, notamment entre les supermarchés banniérés ou affiliés et les commerces indépendants. Mais il existe aussi des différences plus générales entre les bannières elles-mêmes, compte tenu de leurs caractéristiques respectives (cf. section 4.1).

- Du point de vue des employés, des différences marquées s'observent en effet selon la bannière. Celle dominée par le modèle corporatif qui offrirait peu de flexibilité et peu d'attention serait accordée à la main-d'œuvre (reconnaissance, ambiance, etc.). Mais surtout, le sentiment perçu est une pression de performance qui semble se transmettre jusqu'aux employés travaillant sur le plancher.

« Pour nous, la grosse insatisfaction, c'est la bourse, les actions. La compagnie presse le citron pour sa valeur en bourse. Si les ventes baissent, on a des coupures d'heures et ça vient cristalliser le conflit intergénérationnel, entre les employés plus âgés qui ont le « S » [Steinberg] tatoué sur le cœur, et les jeunes qui s'en foutent et qui vont aller travailler ailleurs. »

« Quand l'entreprise est corporative, tu [directeur de magasin] n'es pas propriétaire de grand-chose et tu passes les commandes qui viennent d'en haut. C'est ce qu'on ressent. »

- En ce qui concerne les commerces indépendants, en particulier de petite taille et en région, une problématique majeure s'annonce et s'était peu manifestée en 2006 : celle du transfert et de la relève. La catégorie « épicerie de type dépanneur » est particulièrement concernée. Pour les bannières qui reposent largement sur des indépendants, c'est aussi un défi d'aller chercher des gens qualifiés « pour avoir des affiliés indépendants, dynamiques et enracinés dans leur milieu ».

« Nous, les indépendants, on n'a pas de relève et on s'inquiète de voir arriver les Wal-Mart de ce monde. »

- Les chaînes d'alimentation ont également des postes qui ne sont pas présents chez les commerces indépendants. Par exemple, les sièges sociaux ont besoin de spécialistes pour appuyer leurs marchands affiliés. Un certain nombre de spécialistes doivent donc être développés pour supporter des magasins et des gérants. Le recrutement de ces spécialistes ne serait pas évident. À l'interne,

plusieurs gérants convoiteraient le poste, mais sans posséder les compétences. À l'externe, les diplômés universitaires seraient difficiles à attirer et à retenir.

« Leur rôle s'apparente plus à un poste de conseiller que de gestionnaire (comme c'est le cas des gérants de rayon). C'est du support aux marchands, du transfert d'expertise. »

- Notons enfin des différences régionales qui viennent accentuer la problématique de recrutement, mais surtout de rétention pour les postes à l'entrée, en particulier. En région éloignée, le départ des jeunes pour les études collégiales ou universitaires est inévitable, il peut donc y avoir un taux de roulement plus important. Les efforts doivent donc viser à les garder minimalement le temps du secondaire. En contrepartie, être en région signifie aussi avoir une concurrence moins vive de la part d'autres employeurs, donc un bassin de jeunes qui serait suffisant avant leur exode vers la ville.

7.2 COMMERCE DE GROS

Note : *rappelons que compte tenu que l'étude était orientée vers le commerce de détail, le nombre d'entrevues réalisées auprès de représentants d'employeurs et d'employés du commerce de gros a été limité²⁵. Les commentaires fournis ci-dessous sont donc davantage à titre indicatif.*

Dans le commerce de gros aussi, les constats sont relativement similaires à ceux effectués il y a cinq ans. Il s'agit d'un secteur où la syndicalisation est très présente, ce qui délimite beaucoup plus les règles de fonctionnement en matière de conditions de travail (horaire, salaire) et de recrutement. Contrairement au secteur du détail, le commerce de gros implique pour les postes d'entrée des tâches moins particulières à l'alimentation, plus physiques et technologiques (reconnaissance vocale, par exemple).

« Le taux de roulement est critique chez les temps partiels résiduels. On fait des milliers d'entrevues par année. »

- Les camionneurs-livreurs demeurent une main-d'œuvre difficile à trouver, parce qu'elle requiert autant des capacités physiques et des compétences en conduite de véhicule, que des compétences relationnelles avec les clients. Le problème serait général au secteur du transport, et non particulier à celui de l'alimentation.
- Alors que la formation scolaire est souvent dévalorisée, il est intéressant de noter que des employeurs reconnaissent l'apport de la formation pour le poste de gestionnaire de catégorie. Les diplômés universitaires en sciences et technologies des aliments seraient notamment très appréciés pour leurs connaissances particulières du monde de l'alimentation et leur capacité à anticiper les tendances,

²⁵ Contrairement à 2006, seuls les grossistes des chaînes d'alimentation et le Groupe Colabor ont été interrogés.

l'évolution des normes, etc. Seule la catégorie des fruits et légumes demeurerait difficile à gérer, compte tenu de sa grande diversité (les variétés et les provenances ne cessent de croître) et la spécificité du milieu, contrôlé par quelques gros négociants.

- Alors que les postes de contremaître et de surintendant n'étaient pas évoqués parmi les professions critiques, ils semblent le devenir pour certains. Il y aurait notamment un problème de relève parce qu'un départ massif à la retraite est anticipé et il devient de plus en plus difficile de recruter à la base chez les commis d'entrepôt. Certaines bannières vont chercher des candidats universitaires. Le régime coopératif de l'Université de Sherbrooke serait notamment apprécié à cause de sa formule alternant les stages et les études.

« Pour les directeurs de centres de distribution et les contremaîtres, beaucoup ont été embauchés en même temps et ils partiront. Une moitié a 30 ans, l'autre a 55 ans, et personne ne se trouve entre les deux. »

« Si on embauche des gens avec une formation d'ingénieur ou avec une formation universitaire en gestion des opérations, il faut les bouger vite. Après deux ans, s'ils sont encore contremaîtres, on les perd. »

8. RECOMMANDATIONS

Compte tenu des constats effectués ci-haut et du mandat du CSMOCA, les recommandations s'articulent autour de trois principaux axes : la valorisation des métiers et des professions, les perspectives de carrières et la formation. Ces axes d'intervention ont tous comme objectif fédérateur de pouvoir agir sur le recrutement et la rétention, des défis encore bien présents dans le secteur du commerce de l'alimentation.

VALORISATION DES MÉTIERS ET DES PROFESSIONS

- Valoriser les métiers et professions, c'est un besoin partagé par les employeurs et par les employés. Certains emplois, tant dans les commerces de gros que de détail, demeurent méconnus : bouchers, poissonniers, contremaîtres, gérants de rayon, etc.
 - ♦ L'exemple de la France est intéressant sur ce point : on y organise une compétition où les différentes enseignes jouent le jeu pour valoriser le savoir-faire des chefs de rayon, dans ce cas les fruits et légumes. Chacune des enseignes sélectionne des candidats dans ses points de vente et ces derniers sont visités par un jury²⁶ pour le choix des lauréats. Cela a le mérite de diriger les projecteurs sur cette profession. Le CSMOCA pourrait très bien piloter un tel concours.
 - ♦ Il semble aussi pertinent de procéder à une véritable campagne de promotion, adaptée selon la clientèle, tant d'un point de vue des médias utilisés (ex. les réseaux sociaux et les affiches Zoom pour les jeunes) que du message véhiculé (ex. valoriser les commerces de l'alimentation comme premier emploi pour les jeunes, faire reconnaître les métiers et professions de l'alimentation auprès des diplômés concernés, etc.).

PERSPECTIVES DE CARRIÈRES

- Valoriser les possibilités de carrières dans le commerce de l'alimentation est également une action à poursuivre. Pour cela, il faut que les employeurs transmettent cette perspective, dès l'embauche, aux jeunes qui occupent des postes à l'entrée. Une partie de ces jeunes ne sont que de passage et n'y feront jamais carrière, mais ces derniers peuvent être retenus à tout le moins le temps que durent leurs études et être fiers d'y occuper un emploi. Une autre partie peut y découvrir un potentiel de carrière et graviter dans le commerce de l'alimentation, par un détour sur les bancs d'école ou par une formation à l'interne (PAMT).
- Développer des partenariats avec des cégeps et des universités pour des stages, de manière à faire connaître aux étudiants inscrits à des programmes non particuliers

²⁶ Composé de représentants de la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (FCD), de l'interprofession (c'est-à-dire, l'association privée reconnue par la loi pour rassembler et représenter paritairement les collèges des organisations professionnelles de la production et de la distribution des fruits et légumes frais) et d'un centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (« Les rois des primeurs primés par la FCD », *Linéaires*, n° 263, novembre 2010, p. 112).

à l'alimentation que le commerce de l'alimentation peut représenter un milieu de travail stimulant et dynamique.

- ♦ Commencer par cibler une université et un cégep dans la région de Montréal, et la même chose à Québec, pour ne pas éparpiller les efforts. Si les grandes bannières offrent chacune 2 ou 3 stages, tant dans les commerces de détail que de gros, se mailler devient intéressant pour les établissements d'enseignement.

FORMATION

Bien que plusieurs des personnes interrogées jugent suffisante l'offre de formation pour l'embauche et la mise à niveau à l'interne, il semble néanmoins que le format n'est pas encore idéal : manque de temps et manque de formateurs sont souvent évoqués comme prétextes pour ne pas former sa main-d'œuvre. De la même façon, l'offre de formation initiale ne semble pas encore parfaitement coïncider avec les besoins. La formation de poissonnier en est l'exemple le plus probant. Il semble donc devoir encore se questionner sur ce thème. **Un examen approfondi de l'adéquation de l'offre et de la demande de la formation, tant initiale que continue (incluant les formations maison des bannières, si possible) apparaît nécessaire** pour mettre le doigt correctement sur les chevauchements, les manques, les inadéquations, les problèmes de financement, etc. De manière plus précise, les éléments suivants se dégagent :

Services de formation en magasin

- Compte tenu des raisons évoquées, il pourrait être pertinent de développer un service de formation en magasin, de courte durée (de 1 à 3 heures, selon le contenu) et avec des formateurs qui se déplacent en magasin. L'objectif est de concevoir des formats qui facilitent le transfert de connaissances, sans mettre de pression sur les ressources à l'interne. Deux thèmes apparaissent prioritaires : service à la clientèle et gestion informatisée.
- Étant donné que plusieurs formations en ligne sont maintenant offertes auprès du CSMOCA, il pourrait être intéressant de faire un sondage auprès des employeurs et des employés pour connaître le profil des usagers et leur satisfaction à l'égard de ces outils.
- Pour le commerce de gros, il pourrait être intéressant de développer un module de formation pour les gestionnaires de catégorie dans les fruits et légumes. Cela pourrait se faire dans un format similaire à celui décrit ci-haut. Il faudrait voir si, éventuellement, le microprogramme en distribution alimentaire de l'Université Laval pourrait inclure ce genre de module plus précis.

Formation des cadres intermédiaires

- Par ailleurs, une lacune est ressortie de manière très forte sur le plan de la formation des cadres intermédiaires. Les gérants de rayons occupent notamment un rôle crucial et ne sont pas toujours formés en conséquence.
 - ♦ La gestion des ressources humaines (GRH) devrait notamment être attaquée de front. Selon le type du commerce ou de sa taille, cette fonction devrait

être centralisée à l'échelle du magasin et confiée au directeur de magasin. Si elle est déléguée à chacun des gérants, la formation en GRH est alors cruciale.

Formation initiale

- Les établissements de formation technique comme Calixa-Lavallée semblent offrir des formations généralement satisfaisantes pour les employeurs. Par contre, l'intégration et l'alternance avec des stages semblent davantage souhaitées. Le besoin pour des modules spécifiques (chocolaterie, farines spécialisées, etc.) est également nommé. Bien que ce type de perfectionnement sur mesure soit disponible à Calixa-Lavallée, il ne semble pas connu par les employeurs. Il faudrait donc s'assurer de diffuser l'information.
- Le Centre de formation de l'alimentation et du commerce (CFACQ) a définitivement une place. Rappelons que le taux de placement des immigrants au CFACQ est excellent.

AUTRES BESOINS PARTICULIERS (PAR TYPE DE COMMERCE)

- Il est clair que le besoin prioritaire des grandes bannières est la promotion des métiers et des professions, de manière unanime.
- Bien que certaines bannières aient déjà procédé à des enquêtes à l'interne auprès de leurs employés, il pourrait être intéressant de faire un vaste sondage auprès des travailleurs du commerce de l'alimentation pour connaître les facteurs de satisfaction et de non-satisfaction et ainsi mieux sensibiliser les cadres intermédiaires qui peuvent agir sur ces facteurs.
- Du côté des commerces indépendants, de type épicerie surtout, mais aussi des commerces spécialisés, il pourrait être intéressant de mieux connaître la situation de la relève : combien prévoient vendre leur entreprise d'ici 5 ans, combien ont identifié une relève, de quels outils auraient-ils besoin (accompagnement fiscal, comptable, etc.)?
- Quant à la pertinence de mettre en place un mécanisme de rétroaction annuel du diagnostic vers les commerçants indépendants spécialisés de taille inférieure, il semble que l'envoi minimal d'un mémo leur indiquant le lien Internet vers le rapport et les résumés/recommandations soit suffisant. Établir un mécanisme plus complexe et coûteux apparaît inutile.

CONDITIONS DE TRAVAIL

De par son mandat, le CSMOCA ne peut d'aucune façon développer des projets en relation avec les conditions de travail. En conséquence aucune recommandation n'est proposée en lien avec cet aspect du travail du secteur du commerce de l'alimentation.

BASSIN DE TRAVAILLEURS

- Un mot enfin sur les bassins de main-d'œuvre. Les travailleurs expérimentés, semi-retraités ou retraités sont une solution vers laquelle se tournent de plus en plus d'employeurs. Dans le secteur du commerce de l'alimentation, il semble que la pénibilité des tâches et les horaires de travail nuisent à la fois à l'attrait du secteur pour ce type de travailleurs, mais également à la satisfaction des employeurs à leur égard. Par contre, des avantages très nets sont soulignés et s'avèrent particulièrement précieux pour un travail qui repose sur le service à la clientèle : maturité, savoir-vivre et fiabilité. Il semble possible pour les employeurs d'adapter leurs exigences ou leurs horaires pour faciliter l'embauche de ces travailleurs. Par exemple, la plage horaire de 11 h à 14 h est relativement courte, donc acceptable pour les retraités, mais elle correspond à un moment plus intense. Il est donc utile pour les employeurs d'y mobiliser plus de main-d'œuvre. Par contre, les conventions collectives peuvent apporter des contraintes sur l'aménagement des horaires.
- Les étudiants demeurent néanmoins la base du bassin de main-d'œuvre pour les postes d'entrée. Il faut poursuivre la réflexion pour les inciter davantage à choisir le commerce de l'alimentation comme premier emploi. Dans le même sens, il convient de sensibiliser encore les employeurs pour qu'ils offrent un encadrement, de la flexibilité et des sources de défi et de motivation adaptées à cette génération.

ANNEXE 1

DÉFINITION DES CODES SCIAN

DÉFINITION DES CODES SCIAN

La définition des codes SCIAN présentée ci-dessous provient du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) 2007, publié par Statistique Canada.

COMMERCE DE DÉTAIL

445 Magasins d'alimentation

Ce sous-secteur comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre au détail une gamme générale ou spécialisée de produits alimentaires ou de boissons.

Excluant :

454, Détaillants hors magasin.

4451 Épiceries

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre au détail une gamme générale de produits alimentaires.

44511 Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)

Cette classe comprend les établissements, appelés « supermarchés » et « épiceries », dont l'activité principale consiste à vendre au détail une gamme générale de produits alimentaires : conserves, aliments séchés ou congelés; fruits et légumes frais; viandes fraîches ou préparées, poissons, volailles, produits laitiers, produits de boulangerie et de pâtisserie et aliments à grignoter. En outre, ces établissements vendent souvent divers produits domestiques non alimentaires, tels qu'articles en papier, produits de nettoyage, articles de toilette et médicaments vendus sans ordonnance.

Excluant :

44512, Dépanneurs;

44611, Pharmacies;

45291, Clubs de gros et hypermarchés.

445110 Supermarchés et autres épiceries (sauf les dépanneurs)

Cette classe canadienne comprend les établissements, appelés « supermarchés » et « épiceries », dont l'activité principale consiste à vendre au détail une gamme générale de produits alimentaires : conserves, aliments séchés ou congelés; fruits et légumes frais; viandes fraîches ou préparées, poissons, volailles, produits laitiers, produits de boulangerie et de pâtisserie et aliments à grignoter. En outre, ces établissements vendent souvent divers produits domestiques non alimentaires, tels qu'articles en papier, produits de nettoyage, articles de toilette et médicaments vendus sans ordonnance.

44512 Dépanneurs

Cette classe comprend les établissements appelés « dépanneurs », qui vendent au détail une gamme limitée de produits de consommation courante et où l'on trouve en général du lait, du pain, des boissons gazeuses, des aliments à grignoter, des produits du tabac, des journaux et des revues. Ces établissements peuvent aussi vendre au détail une gamme limitée de conserves, de produits laitiers, de papiers de ménage et de produits de nettoyage, ainsi que des boissons alcoolisées, en plus de fournir des services connexes et de vendre, par exemple, des billets de loterie ou de louer des vidéos.

Excluant :

44711, Stations-service avec dépanneurs.

4452 Magasins d'alimentation spécialisés

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre au détail des produits alimentaires spécialisés.

44521 Boucheries

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre au détail de la viande et de la volaille fraîches, congelées ou fumées. Les épiceries fines qui vendent surtout de la viande fraîche sont incluses.

44522 Poissonneries

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre au détail du poisson et des fruits de mer frais, congelés ou fumés.

44523 Marchés de fruits et de légumes

Cette classe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre au détail des fruits et des légumes frais.

Excluant : Établissements dont l'activité principale consiste :

à cultiver des légumes et des fruits et à les vendre sur le bord de la route (11121, 1113).

44529 Magasins d'autres alimentations spécialisées

Cette classe comprend les établissements qui ne figurent dans aucune autre classe et dont l'activité principale consiste à vendre au détail des spécialités alimentaires. Les magasins de produits laitiers, les boulangeries et pâtisseries, les confiseries et les magasins de noix sont inclus.

Excluant : Établissements dont l'activité principale consiste :

à vendre au détail des articles de confiserie fabriqués sur place et qui ne sont pas destinés à une consommation immédiate (3113, Fabrication de sucre et de confiseries);

▪ à vendre au détail des produits de boulangerie faits sur place et non destinés à une consommation immédiate (31181, Fabrication de pain et de produits de boulangerie);

- à vendre au détail des aliments destinés à une consommation immédiate, comme les vendeurs de beignes et de bagels (722, Services de restauration et débits de boissons).

445291 Boulangeries-pâtisseries

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre au détail du pain et des pâtisseries qui ne sont pas cuits sur place et non destinés à une consommation immédiate.

Excluant : Établissements dont l'activité principale consiste :

- à vendre au détail du pain et des pâtisseries cuits sur place et non destinés à une consommation immédiate (31181, Fabrication de pain et de produits de boulangerie);
- à vendre au détail du pain et des pâtisseries destinés à une consommation immédiate, cuits ou non sur place (722210, Établissements de restauration à service restreint).

445292 Confiseries et magasins de noix

Cette classe canadienne comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre au détail des bonbons et autres confiseries, des noix et du maïs soufflé.

Excluant : Établissements dont l'activité principale consiste :

- à vendre au détail des noix et des produits de confiserie fabriqués sur place et non destinés à une consommation immédiate (3113, Fabrication de sucre et de confiseries).

445299 Tous les autres magasins d'alimentation spécialisés

Cette classe canadienne comprend les établissements qui ne figurent dans aucune autre classe canadienne et dont l'activité principale consiste à vendre au détail des spécialités alimentaires.

Excluant : Établissements dont l'activité principale consiste :

- à préparer et à servir des repas légers destinés à une consommation immédiate (722210, Établissements de restauration à service restreint).

COMMERCE DE GROS

4131 Grossistes-distributeurs de produits alimentaires CAN

Ce groupe comprend les établissements dont l'activité principale consiste à vendre en gros du lait transformé et d'autres produits laitiers, des volailles et des œufs, du poisson et des fruits de mer, des fruits et des légumes frais, de la viande rouge et des produits de viande, du pain et d'autres produits de boulangerie, du riz traité, de la farine, des mélanges de farines, des céréales préparées et des épices.

ANNEXE 2

DÉFINITION DES CODES CNP

DÉFINITION DES CODES CNP

0015 CADRE SUPÉRIEUR – COMMERCE

Les cadres supérieurs de ce groupe de base planifient, organisent, dirigent, contrôlent et évaluent, par l'entremise de cadres intermédiaires, les compagnies des secteurs du commerce. Ils formulent les politiques qui établissent la direction à suivre par ces compagnies, seuls ou conjointement avec un conseil d'administration.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ président de grand magasin
- ♦ vice-président aux finances – vente d'aliments en gros
- ♦ vice-président du marketing – chaîne de magasins d'alimentation

FONCTIONS PRINCIPALES

Les cadres supérieurs de ce groupe de base exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ établir les objectifs de la compagnie, en formulant ou en approuvant ses politiques et ses programmes;
- ♦ autoriser et organiser l'établissement des principaux services de l'organisation et la création des postes de niveau supérieur qui s'y rattachent;
- ♦ allouer les ressources humaines, matérielles et financières nécessaires à la mise en œuvre des politiques et des programmes de la compagnie, établir les contrôles administratifs et financiers, formuler et approuver les campagnes de promotion et approuver le plan d'ensemble de la gestion des ressources humaines;
- ♦ sélectionner les cadres intermédiaires, les directeurs et le reste du personnel de direction;
- ♦ coordonner le travail des régions, des divisions ou des services;
- ♦ représenter la compagnie, ou déléguer des représentants, pour agir au nom de la compagnie au cours de négociations ou d'autres fonctions officielles.

Les cadres supérieurs de ce groupe de base peuvent se spécialiser dans des domaines tels que les finances, le marketing, les ressources humaines ou dans la vente d'un produit particulier ou la prestation d'un service déterminé.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études universitaires ou collégiales en administration des affaires, en finance ou dans une discipline connexe rattachée au service est habituellement exigé.
- ♦ Plusieurs années d'expérience en tant que cadre intermédiaire dans les secteurs du commerce sont habituellement exigées.

- ♦ Il est possible de se spécialiser dans un domaine ou un service particulier en acquérant soit de l'expérience, soit une formation universitaire ou collégiale particulière.

0621 DIRECTEUR – COMMERCE DE DÉTAIL

Les directeurs du commerce de détail planifient, organisent, dirigent, contrôlent et évaluent les activités des établissements qui vendent des produits ou des services au détail. Ils travaillent dans des commerces de détail ou ils peuvent être gérants et propriétaires de leur propre magasin.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ directeur adjoint – commerce de détail
- ♦ gérant de commerce de détail
- ♦ gérant de grand magasin
- ♦ gérant de supermarché

FONCTIONS PRINCIPALES

Les directeurs du commerce de détail exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ planifier, diriger et évaluer les activités d'un établissement de vente au détail ou d'un rayon d'un tel établissement;
- ♦ gérer le personnel et assigner les tâches;
- ♦ examiner les études de marché et les tendances de consommation pour déterminer la demande, le chiffre d'affaires possible et l'incidence de la concurrence sur les ventes;
- ♦ déterminer les produits et les services à vendre et établir les prix et les politiques de crédit;
- ♦ repérer, choisir et se procurer de la marchandise qui sera revendue;
- ♦ élaborer et mettre en œuvre des stratégies de commercialisation;
- ♦ planifier les budgets et autoriser les dépenses;
- ♦ régler les plaintes des clients;
- ♦ déterminer les besoins en personnel et embaucher ou voir à l'embauche du personnel.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est exigé.
- ♦ Un diplôme d'études universitaires ou collégiales en administration des affaires ou dans un domaine apparenté au produit ou au service vendu peut être exigé.
- ♦ Plusieurs années d'expérience dans la vente au détail, à des niveaux croissants de responsabilité, sont habituellement exigées.

0713 DIRECTEUR DES TRANSPORTS

Les directeurs du transport des opérations planifient, organisent, dirigent, contrôlent et évaluent, sous la direction d'un directeur général ou d'un autre cadre supérieur, les opérations d'entreprises ou de services de transport telles les compagnies de camionnage. Les directeurs du transport de mouvement du fret planifient, organisent, dirigent, contrôlent et évaluent, sous la direction d'un directeur général ou d'un autre cadre supérieur, la circulation des marchandises. Ils travaillent dans des entreprises de transport, d'expédition de marchandises et des agences d'expédition et dans les sections d'expédition des commerces de détail et des secteurs de la fabrication et des utilités publiques.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ directeur du service des transports
- ♦ directeur du transport

FONCTIONS PRINCIPALES

Les directeurs du transport – opérations et mouvement du fret exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

Directeurs du transport – opérations

- ♦ planifier, organiser, diriger, contrôler et évaluer les opérations d'une entreprise de transport;
- ♦ définir les politiques et les normes du service, y compris les procédures concernant la sécurité et la manutention de marchandises dangereuses et veiller au respect des règlements du transport;
- ♦ veiller à la répartition des véhicules routiers, des navires ou des avions;
- ♦ contrôler le budget de l'entreprise ou du service, y compris les acquisitions;
- ♦ contrôler le rendement de l'entreprise ou du service, rédiger des rapports à l'intention de la haute direction et planifier les changements d'horaires et de politiques;
- ♦ recruter le personnel et voir à sa formation.

Directeurs du transport – mouvement du fret

- ♦ planifier, organiser, diriger, contrôler et évaluer les activités d'une entreprise ou d'un service chargé de coordonner, de planifier et de contrôler le mouvement des marchandises;
- ♦ prendre des dispositions pour l'envoi de documentation et surveiller les horaires des expéditions et le mouvement des marchandises en transit et en retrouver la trace;
- ♦ définir les objectifs de rendement, surveiller l'établissement des tarifs pour les services de transport et contrôler les recettes;
- ♦ élaborer les plans et les procédures qui s'appliquent au transport et à l'entreposage des marchandises;
- ♦ négocier des services et des taux préférentiels avec les transporteurs, les opérateurs d'entrepôt et les représentants de compagnies d'assurance;
- ♦ contrôler le budget du service.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

Directeurs du transport – opérations

- ♦ Un baccalauréat en administration des affaires ou en génie est habituellement exigé.
- ♦ Plusieurs années d'expérience dans les opérations de transport sont habituellement exigées, y compris de l'expérience en supervision.
- ♦ Une vaste expérience comme superviseur et comme conducteur dans un mode de transport en particulier, tel que pilote, conducteur de locomotive, capitaine de navire ou camionneur peut suppléer aux titres scolaires.
- ♦ Un certificat de qualification comme conducteur dans un mode de transport en particulier tel que pilote de ligne, capitaine de navire ou camionneur est habituellement exigé.

Directeurs du transport – mouvement du fret

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est exigé.
- ♦ Un diplôme d'études collégiales ou universitaires en administration des affaires ou en gestion du transport peut être exigé.
- ♦ Plusieurs années d'expérience du travail de bureau ou d'expérience administrative pratique et de l'expérience dans le domaine du fret sont exigées.

1215 SUPERVISEUR DE COMMIS À LA TRANSCRIPTION, À LA DISTRIBUTION ET AUX HORAIRES

Les superviseurs de ce groupe de base supervisent et coordonnent le travail du personnel des groupes de base suivants : (1471) Expéditeur et réceptionnaire, (1474) Commis aux achats et à l'inventaire et (1476) Horairiste de trajets et préposé à l'affectation des équipages. Ils travaillent aussi bien dans le secteur privé que dans le secteur public.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ coordonnateur du contrôle des approvisionnements
- ♦ expéditeur en chef
- ♦ logisticien du service d'expédition de fret
- ♦ logisticien-répartiteur
- ♦ répartiteur en chef
- ♦ superviseur en logistique – transport

FONCTIONS PRINCIPALES

Les superviseurs de ce groupe de base exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ coordonner, assigner et réviser le travail des commis préposés à l'expédition, à la réception, au stockage, à la distribution des matériaux, des pièces et des produits et à

leur inventaire, au traitement de transactions d'achat, à la coordination des travaux de production, à la répartition des équipes, à la planification des horaires et des circuits des équipes de transport;

- ♦ établir les horaires et les procédures de travail, et coordonner les activités avec les autres services ou divisions;
- ♦ résoudre des problèmes liés au travail, rédiger et soumettre des rapports d'étape et d'autres rapports;
- ♦ assurer la formation des travailleurs quant à leurs tâches, aux normes de sécurité et aux politiques de l'entreprise;
- ♦ commander les fournitures et le matériel;
- ♦ assurer le bon fonctionnement des systèmes informatiques et des autres appareils et machines de bureau, et voir à leur entretien et à leur réparation;
- ♦ exercer, au besoin, les mêmes fonctions que les travailleurs supervisés.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est habituellement exigé.
- ♦ Plusieurs années d'expérience dans le poste supervisé sont habituellement exigées.

1471 EXPÉDITEUR ET RÉCEPTIONNAIRE

Les expéditeurs et les réceptionnaires expédient, reçoivent et enregistrent le roulement des pièces, des fournitures, de l'équipement et du stock de l'établissement. Ils travaillent, entre autres endroits, dans le secteur public et dans des établissements de commerce de détail et de gros.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ agent expéditeur
- ♦ commis à l'expédition et à la réception
- ♦ commis aux marchandises d'importation
- ♦ expéditeur
- ♦ expéditeur de marchandises
- ♦ expéditeur-réceptionnaire
- ♦ réceptionnaire
- ♦ réceptionnaire du fret

FONCTIONS PRINCIPALES

Les expéditeurs et les réceptionnaires exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ déterminer le mode d'expédition et prendre les arrangements nécessaires;
- ♦ établir les notes de chargement, les documents de douanes, les factures et les autres documents d'expédition, à la main ou avec un ordinateur;

- ♦ assembler les contenants et les caisses de marchandises, en consigner le contenu à la main ou avec un ordinateur, emballer les articles à expédier et apposer les étiquettes d'identification ainsi que les instructions d'expédition;
- ♦ surveiller le chargement et le déchargement des articles dans des camions ou d'autres véhicules;
- ♦ examiner et vérifier les articles en les comparant avec les factures ou d'autres documents, noter les articles manquants et retourner les articles endommagés;
- ♦ déballer, coder et distribuer les articles aux endroits d'entreposage appropriés;
- ♦ gérer les systèmes internes, manuels ou informatisés, de conservation des dossiers;
- ♦ manœuvrer, si nécessaire, un chariot élévateur, un diable ou tout autre équipement pour charger ou décharger, transporter ou stocker des articles.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est habituellement exigé.
- ♦ De l'expérience dans un travail de bureau ou d'entrepôt connexe peut être exigée.
- ♦ Un certificat de conducteur de chariot élévateur à fourches peut être exigé.
- ♦ Un permis de conduire peut être exigé.

1474 COMMIS AUX ACHATS ET À L'INVENTAIRE

Les commis aux achats et à l'inventaire traitent les transactions d'achat et vérifient l'inventaire du matériel, de l'équipement et des stocks. Ils travaillent, entre autres endroits, dans des établissements de commerce de détail et de gros.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ aide-commis aux achats
- ♦ analyste d'inventaire
- ♦ commis à l'inventaire
- ♦ commis au contrôle des stocks
- ♦ commis aux achats
- ♦ commis aux acquisitions
- ♦ planificateur d'inventaire

FONCTIONS PRINCIPALES

Les commis aux achats et à l'inventaire exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

Commis aux achats

- ♦ examiner les demandes pour en assurer l'exactitude et vérifier si le matériel, l'équipement et les stocks sont vraiment épuisés;
- ♦ trouver des sources et obtenir les prix à partir de catalogues ou de fournisseurs et préparer les bons de commande d'achat;

- ♦ calculer les coûts des commandes et en demander le paiement ou transmettre les factures aux services concernés;
- ♦ traiter les achats pour lesquels ils ont le pouvoir d'achat;
- ♦ communiquer avec les fournisseurs pour fixer l'horaire des livraisons et pour résoudre les problèmes d'articles manquants, d'erreurs de livraisons et d'autres problèmes;
- ♦ préparer et tenir à jour des dossiers d'achats, des rapports et des listes de prix.

Commis à l'inventaire

- ♦ surveiller le niveau des stocks à mesure que les matériaux, l'équipement et les autres articles sont mis en circulation, transférés à l'intérieur de l'établissement ou vendus au public, à l'aide d'un système manuel ou informatisé;
- ♦ compiler les rapports sur l'inventaire, enregistrer la quantité, la nature et la valeur des matériaux, de l'équipement et des stocks disponibles, à l'aide d'un système manuel ou informatisé;
- ♦ préparer les commandes pour renouveler les stocks de matériaux, d'équipement et d'autres articles;
- ♦ voir au roulement des stocks, dresser la liste des stocks périmés et les éliminer;
- ♦ entrer les données nécessaires à la préparation du calendrier de production, au réapprovisionnement ou déplacement des stocks et aux rajustements de l'inventaire;
- ♦ faire concorder les inventaires calculés par ordinateur avec les décomptes manuels des articles en stock.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est habituellement exigé.
- ♦ Des cours en gestion des achats peuvent être exigés des commis aux achats.
- ♦ Des cours en production et en gestion d'inventaire, et l'aptitude à faire fonctionner un système informatisé, peuvent être exigés des commis à l'inventaire.

1476 HORAIRISTE DE TRAJETS ET PRÉPOSÉ À L'AFFECTATION DES ÉQUIPAGES

Les horairistes de trajets et préposés à l'affectation des équipages établissent les horaires des mouvements des véhicules de transport, des équipages et des opérateurs des véhicules de transport. Ils travaillent, entre autres endroits, pour des entreprises de camionnage et de livraison des compagnies de transport.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ analyste d'horaires
- ♦ horairiste de camions
- ♦ horairiste des transports

horairiste de trains

FONCTIONS PRINCIPALES

Les horairistes de trajets et les préposés à l'affectation des équipages exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ examiner les demandes d'horaire, les temps de parcours, les distances, la disponibilité du personnel et les autres renseignements pertinents en vue de déterminer les paramètres pour l'établissement des horaires;
- ♦ élaborer de nouveaux horaires, ou modifier les horaires existants, selon les besoins, à l'aide de logiciels informatiques ou d'autres méthodes;
- ♦ tenir compte des éléments qui influent sur la circulation, par exemple les périodes de pointe, les congés, les manifestations spéciales et les travaux de construction, en vue d'assurer un service efficace tout en réduisant les coûts;
- ♦ affecter le personnel aux véhicules, lui assigner un itinéraire et établir l'horaire des équipes de travail;
- ♦ rassembler des données provenant des dossiers du personnel et des registres des véhicules, notamment des données sur les heures d'utilisation, les distances, l'entretien, les réparations nécessaires et les autres données en vue de produire des rapports d'exploitation.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est exigé.
- ♦ Plusieurs années d'expérience dans un secteur de transport visé sont habituellement exigées.
- ♦ Une formation en cours d'emploi peut être fournie.

6211 SUPERVISEUR – COMMERCE DE DÉTAIL

Les superviseurs – commerce de détail supervisent et coordonnent les activités des travailleurs inclus dans les groupes de base suivants : (6421) Vendeur et commis-vendeur – commerce de détail, (6611) Caissier, (6622) Commis d'épicerie et autre garnisseur de tablettes – commerce de détail et (6623) Autre personnel élémentaire de la vente. Ils travaillent, entre autres endroits, dans des magasins et d'autres commerces de détail, des commerces de gros qui font de la vente de détail au public.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ chef caissier
- ♦ superviseur de la section des fruits et légumes
- ♦ superviseur de magasin à rayons
- ♦ surveillant de circuits de livraison – commerce de détail

FONCTIONS PRINCIPALES

Les superviseurs – commerce de détail exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ superviser et coordonner les activités du personnel de vente et des caissiers;
- ♦ répartir les tâches et établir les horaires de travail;
- ♦ autoriser les paiements par chèque et le retour des marchandises;
- ♦ vendre la marchandise aux clients;
- ♦ résoudre les problèmes, par exemple ceux liés aux plaintes des clients et aux pénuries de marchandises;
- ♦ tenir un inventaire prédéterminé et commander les marchandises;
- ♦ préparer des rapports sur les chiffres de ventes, les techniques marchandes et les problèmes liés au personnel;
- ♦ embaucher et former le personnel de vente ou déléguer sa formation.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est habituellement exigé.
- ♦ De l'expérience, dans la vente de détail, par exemple en tant que vendeur, commis-vendeur, caissier, télévendeur, vendeur de porte à porte ou agent de service de location, est exigée.

6233 ACHETEUR DES COMMERCE DE GROS ET DE DÉTAIL

Les acheteurs des commerces de gros et de détail achètent des marchandises pour la revente dans un commerce de gros et de détail et sont généralement responsables des techniques marchandes des établissements des commerces de détail et de gros. Les acheteurs des commerces de gros et de détail qui occupent des postes de supervision et les acheteurs adjoints sont inclus dans ce groupe de base.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ acheteur adjoint
- ♦ acheteur – commerce de détail
- ♦ acheteur – commerce de gros
- ♦ acheteur de denrées alimentaires
- ♦ acheteur de fruits et légumes
- ♦ acheteur-dégustateur de boissons
- ♦ acheteur en chef

FONCTIONS PRINCIPALES

Les acheteurs des commerces de gros et de détail exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ acheter des marchandises pour la revente dans un commerce de gros ou de détail;
- ♦ examiner les besoins du commerce et déterminer la quantité et le type de marchandises à acheter;
- ♦ étudier les analyses de marché, les revues pertinentes, les catalogues publicitaires et visiter les salons professionnels, les expositions, les usines et les présentations des concepteurs de produits;
- ♦ choisir la marchandise qui répond le mieux aux exigences du commerce;
- ♦ rencontrer les fournisseurs, négocier les prix, les escomptes, les modalités de crédit et le transport des marchandises;
- ♦ superviser la distribution des marchandises aux points de vente et maintenir des stocks adéquats;
- ♦ établir et maintenir des contacts avec les fournisseurs;
- ♦ surveiller le travail d'autres acheteurs des commerces de détail.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est exigé.
- ♦ Un diplôme d'études universitaires ou collégiales en administration des affaires, en marketing ou dans une discipline connexe est habituellement exigé.
- ♦ De l'expérience dans des commerces de gros ou de détail est habituellement exigée.
- ♦ Les superviseurs des acheteurs et les acheteurs en chef doivent posséder de l'expérience en supervision.

6242 CUISINIER

Les cuisiniers préparent et font cuire une grande variété d'aliments. Ils travaillent dans des restaurants, des hôtels, des centres hospitaliers, des services alimentaires centralisés et d'autres établissements. Les apprentis cuisiniers sont inclus dans ce groupe de base.

FONCTIONS PRINCIPALES

Les cuisiniers exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ préparer et faire cuire des plats ou des repas complets;
- ♦ superviser les aides de cuisine et établir leurs horaires de travail;
- ♦ superviser les opérations de la cuisine;
- ♦ tenir l'inventaire de la nourriture, des fournitures et du matériel;
- ♦ voir, s'il y a lieu, à l'organisation et à la supervision des buffets;
- ♦ nettoyer, s'il y a lieu, la cuisine et les aires de travail;
- ♦ dresser, s'il y a lieu, des menus, déterminer les portions, évaluer les besoins en aliments et le coût des aliments et commander le matériel nécessaire;
- ♦ procéder, s'il y a lieu, à l'embauche et à la formation du personnel de cuisine.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est habituellement exigé.
- ♦ Un programme d'apprentissage de trois ans pour cuisiniers ou un cours de niveau collégial, ou un autre, en cuisine ou plusieurs années d'expérience comme cuisinier en restauration sont exigés.
- ♦ Un certificat de qualification est offert, mais facultatif, dans tous les provinces et territoires.
- ♦ Les cuisiniers qualifiés peuvent obtenir le Sceau rouge.

6251 BOUCHER, COUPEUR DE VIANDE ET POISSONNIER – COMMERCE DE GROS ET DE DÉTAIL

Les bouchers, les coupeurs de viande et les poissonniers – commerce de gros ou de détail préparent des coupes régulières de viande, de volaille, de poisson et de crustacés qui seront vendues par des détaillants ou des grossistes de produits alimentaires. Ils travaillent dans des supermarchés, des épicerie, des boucheries, des poissonneries, ou ils peuvent être des travailleurs autonomes. Ce groupe comprend les bouchers qui occupent des postes de surveillants ou de chefs de service.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ apprenti boucher
- ♦ boucher – commerce de détail
- ♦ boucher – commerce de gros
- ♦ découpeur de viande dans un supermarché
- ♦ poissonnier – commerce de détail

FONCTIONS PRINCIPALES

Les bouchers, les coupeurs de viande et les poissonniers – commerce de gros ou de détail exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ couper, parer et préparer des coupes régulières de viande, de volaille, de poisson et de crustacés, pour la vente à des comptoirs libre-service ou selon les directives des clients;
- ♦ hacher les viandes crues et trancher les viandes cuites à l'aide de hachoirs électriques et de machines à découper;
- ♦ préparer des assortiments spéciaux de viande, de volaille, de poisson et de crustacés pour l'étalage;
- ♦ façonner et ficeler les rôtis et les autres viandes, ainsi que les volailles ou les poissons et, à l'occasion, envelopper les viandes, les volailles, les poissons et les crustacés préparés;

- ♦ gérer les stocks, tenir le relevé des produits vendus et déterminer la quantité, la gamme et la fraîcheur des produits à présenter selon les exigences du commerce et de la clientèle;
- ♦ s'assurer que les conditions d'entreposage sont adéquates;
- ♦ superviser, s'il y a lieu, d'autres bouchers, coupeurs de viande ou poissonniers.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires peut être exigé.
- ♦ Une formation collégiale ou une autre formation spécialisée ou encore un programme d'apprentissage de trois ans dans la coupe de viande et de poisson, peut être exigé.
- ♦ Une formation en milieu de travail dans les magasins d'alimentation est habituellement offerte aux bouchers, aux coupeurs de viande et aux poissonniers pour la vente au détail.

6252 BOULANGER-PÂTISSIER

Les boulangers-pâtisseries font des pains, des petits pains, des muffins, des tartes, des pâtisseries, des gâteaux et des biscuits dans des pâtisseries qui font le commerce de gros et de détail ainsi que dans des restaurants. Ils travaillent dans des boulangeries-pâtisseries, des magasins d'alimentation, des services de traiteur, des hôtels, des restaurants, des centres hospitaliers et d'autres établissements, ou encore ils peuvent être des travailleurs autonomes. Les boulangers-pâtisseries qui occupent des postes de surveillants sont inclus dans ce groupe de base.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ apprenti boulanger-pâtissier
- ♦ boulanger
- ♦ chef de boulangerie-pâtisserie

FONCTIONS PRINCIPALES

Les boulangers-pâtisseries exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ préparer la pâte pour les tartes, les pains et les petits pains, les sucreries, les muffins, les biscuits et les gâteaux ainsi que les glaçages, selon les recettes ou les commandes spéciales des clients;
- ♦ faire fonctionner les machines;
- ♦ faire cuire les produits préparés;
- ♦ glacer et décorer des gâteaux ou d'autres produits de boulangerie;
- ♦ s'assurer que les produits sont à la hauteur des normes de qualité exigées;
- ♦ établir un calendrier de production pour déterminer la gamme et la quantité d'articles à produire;

- ♦ acheter les fournitures de boulangerie et de pâtisserie;
- ♦ voir, au besoin, à la vente et à la mise en marché des produits;
- ♦ embaucher, former et superviser, au besoin, le personnel de cuisine et de boulangerie-pâtisserie.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est habituellement exigé.
- ♦ Un programme d'apprentissage de trois ou quatre ans ou
une formation collégiale ou spécialisée en boulangerie-pâtisserie est habituellement exigé.
- ♦ Une formation en cours d'emploi peut être offerte.
- ♦ Les boulangers-pâtisseries qualifiés peuvent obtenir le Sceau rouge.

6411 REPRÉSENTANT DES VENTES NON TECHNIQUES – COMMERCE DE GROS

Les représentants des ventes non techniques – commerce de gros vendent des biens et des services non techniques à des détaillants, grossistes, et établissements commerciaux, industriels ou spécialisés, ainsi qu'à d'autres clients au Canada et à l'étranger. Ils travaillent pour des établissements pourvoyeurs de services et de produits dans les secteurs, entre autres produits, des produits alimentaires et des boissons. Les représentants des ventes non techniques – commerce de gros qui occupent des postes de supervision sont aussi compris dans ce groupe.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ représentant de commerce en denrées alimentaires
- ♦ superviseur de représentants de commerce de gros

FONCTIONS PRINCIPALES

Les représentants des ventes non techniques – commerce de gros, exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ faire de la promotion auprès des clients;
- ♦ déterminer les clients éventuels et les solliciter;
- ♦ présenter aux clients un exposé ou une description des avantages et des utilisations des biens ou des services;
- ♦ évaluer et établir les prix, les conditions de crédit ou de contrat, les garanties et les dates de livraison;
- ♦ rédiger les contrats de vente ou d'autres contrats, ou en assurer la rédaction;
- ♦ communiquer avec les clients, après la vente ou la signature des contrats, pour résoudre les problèmes et assurer un suivi;

- ♦ lire la documentation au sujet des innovations d'un produit, des concurrents et des conditions du marché, et agir en conséquence;
- ♦ représenter des entreprises qui exportent et importent des produits ou des services à destination ou en provenance de pays étrangers;
- ♦ effectuer, s'il y a lieu, des transactions de vente à l'aide du commerce électronique;
- ♦ superviser, s'il y a lieu, le travail d'autres représentants de commerce.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est exigé.
- ♦ Un diplôme d'études universitaires, collégiales ou d'un autre programme spécialisé peut être exigé.
- ♦ De l'expérience dans le domaine de la vente ou dans une profession liée aux produits ou aux services est habituellement exigée.
- ♦ La connaissance d'une langue étrangère et/ou de l'expérience de travail ou des voyages à l'étranger peuvent être exigés des représentants des ventes qui sollicitent un emploi au sein d'une entreprise qui importe ou exporte des biens ou des services.
- ♦ De l'expérience est exigée des superviseurs et des représentants de commerce cadres.
- ♦ Ceux qui le désirent peuvent obtenir un certificat de l'Association canadienne des professionnels de la vente.

6421 VENDEUR ET COMMIS-VENDEUR – COMMERCE DE DÉTAIL

Les vendeurs et les commis-vendeurs – commerce de détail vendent ou louent une gamme de produits et de services techniques et non techniques directement aux consommateurs. Ils travaillent dans des magasins et d'autres établissements de vente au détail ainsi que dans des commerces de gros ouverts au public pour la vente au détail.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ commis au comptoir – commerce de détail
- ♦ commis de grand magasin
- ♦ commis-vendeur en commerce de détail
- ♦ vendeur – commerce de détail

FONCTIONS PRINCIPALES

Les vendeurs et les commis-vendeurs – commerce de détail exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ accueillir les clients et discuter des caractéristiques, de la qualité et de la quantité des marchandises ou des services qu'ils désirent acheter ou louer;
- ♦ renseigner les clients sur l'utilisation et l'entretien des marchandises, et les conseiller sur les produits ou services spécialisés;

- ♦ indiquer les prix, préciser les modalités de crédit et d'échange, les garanties et les dates de livraison;
- ♦ préparer les marchandises à vendre ou à louer;
- ♦ préparer les contrats de vente ou de location, et accepter les paiements en espèces, par chèque, par carte de crédit ou par débit automatique;
- ♦ aider à l'étalage des marchandises;
- ♦ tenir à jour les registres des ventes pour l'inventaire;
- ♦ se servir des systèmes informatisés de tenue d'inventaire et de commande de stocks;
- ♦ effectuer, au besoin, des transactions par le biais du commerce électronique.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires peut être exigé.
- ♦ Un diplôme d'études universitaires ou collégiales peut être exigé par certains employeurs.
- ♦ Des cours ou une formation sur un sujet particulier peuvent être exigés.

6611 CAISSIER

Les caissiers se servent de caisses enregistreuses, de lecteurs optiques des prix, d'ordinateurs et d'autre matériel pour consigner et recevoir les paiements de clients qui achètent des produits, des services ou des billets. Ils travaillent, entre autres endroits, dans des magasins et d'autres entreprises de services ainsi que dans des commerces de détail et de gros.

EXEMPLE D'APPELLATION D'EMPLOI

- ♦ caissier d'épicerie

FONCTIONS PRINCIPALES

Les caissiers exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ accueillir les clients;
- ♦ établir ou trouver le prix des produits, des services ou des billets à l'aide d'une caisse enregistreuse électronique ou d'un autre type, d'un lecteur optique ou d'une autre machine, et établir le montant du paiement total requis;
- ♦ peser la marchandise et les produits en vrac;
- ♦ recevoir et traiter les paiements en espèces, par chèque, par carte de crédit ou par débit automatique;
- ♦ emballer les marchandises ou les mettre dans des sacs;
- ♦ donner des renseignements aux clients;
- ♦ aider les spectateurs d'événements sportifs et la clientèle de cinéma à la sélection des places;
- ♦ calculer les taux de change;

- ♦ calculer les montants perçus à la fin de leur quart de travail et les concilier avec le chiffre total des ventes;
- ♦ prendre, au besoin, des réservations et des commandes à emporter;
- ♦ garnir, au besoin, les tablettes et nettoyer le comptoir autour de la caisse.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Quelques années d'études secondaires sont habituellement exigées.
- ♦ Un cautionnement peut être exigé.

6622 COMMIS D'ÉPICERIE ET AUTRE GARNISSEUR DE TABLETTES – COMMERCE DE DÉTAIL

Les commis d'épicerie et les autres garnisseurs de tablettes – commerce de détail emballent les achats des clients, apposent les prix sur les produits, garnissent les étagères et remplissent les commandes postales et téléphoniques. Ils sont employés dans des commerces de détail, tels que des épiceries, des grands magasins et des entrepôts de vente.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ commis à l'emballage – commerce de détail
- ♦ commis d'épicerie
- ♦ commis de supermarché
- ♦ emballeur d'épicerie
- ♦ garnisseur de tablettes – commerce de détail

FONCTIONS PRINCIPALES

Les commis d'épicerie et les autres garnisseurs de tablettes de commerce de détail exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ emballer les achats des clients et préparer les colis pour la livraison;
- ♦ apporter les achats sur le terrain de stationnement et les ranger dans le véhicule des clients;
- ♦ déballer les marchandises reçues par le magasin et compter, peser et trier ces produits;
- ♦ utiliser un lecteur de codes à barres pour consigner les marchandises reçues, confirmer les prix et tenir un inventaire informatisé des stocks;
- ♦ apposer les prix au moyen d'un marqueur ou d'étiquettes, selon une liste de prix;
- ♦ fixer des dispositifs de protection sur les produits pour contrer le vol à l'étalage;
- ♦ garnir les étagères, les îlots et les présentoirs, et tenir la marchandise propre et en ordre;
- ♦ remplir les commandes postales à partir des stocks de l'entrepôt;
- ♦ obtenir pour les clients des produits se trouvant sur les tablettes ou dans l'entrepôt à l'arrière du magasin;
- ♦ diriger les clients vers l'endroit où se trouve le produit recherché;

- ♦ balayer, au besoin, les allées, épousseter les tablettes et exécuter d'autres tâches de nettoyage général;
- ♦ utiliser, au besoin, la caisse ou un ordinateur pour effectuer des transactions électroniques;
- ♦ commander, s'il y a lieu, de la marchandise.

CONDITION D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Quelques années d'études secondaires sont habituellement exigées.

6623 AUTRE PERSONNEL ÉLÉMENTAIRE DE LA VENTE

Ce groupe de base comprend les travailleurs qui vendent des produits ou des services à l'occasion de présentations à domicile, en faisant de la sollicitation par téléphone, pendant des expositions ou dans la rue. Ils sont employés, entre autres choses, par divers établissements de commerce de détail et de gros, ou ils peuvent être des travailleurs autonomes.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ démonstrateur – commerce de détail
- ♦ distributeur – commerce de détail

FONCTIONS PRINCIPALES

Les principales fonctions exercées dans certaines professions incluses dans ce groupe de base sont résumées ci-dessous :

Démonstrateurs

- ♦ organiser des démonstrations de vente;
- ♦ montrer, décrire et vendre les articles ou les services dans les entreprises de commerce de gros et de détail, les entreprises industrielles, à l'occasion de foires, de salons professionnels ou dans les maisons privées.

Distributeurs

- ♦ contacter d'éventuels clients par téléphone ou en personne;
- ♦ faire la démonstration de leurs produits et les vendre directement à des clients individuels ou pendant des réunions de vente;
- ♦ livrer la marchandise achetée aux clients.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Quelques années d'études secondaires sont habituellement exigées. Certains employeurs peuvent exiger un diplôme d'études secondaires.
- ♦ Un permis municipal peut être exigé pour les vendeurs ambulants ou de porte à porte.

7411 CONDUCTEUR DE CAMIONS

Les conducteurs de camions conduisent des camions lourds pour le transport de marchandises ou de matériaux sur des routes urbaines, interurbaines, provinciales ou internationales. Ils travaillent pour des entreprises de camionnage, de fabrication et de distribution, pour des agences de services d'emplois, ou ils peuvent être des travailleurs autonomes. Les conducteurs de camions de manœuvre qui déplacent les remorques entre les quais de chargement et les cours de transit sont aussi inclus dans ce groupe de base.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ camionneur
- ♦ conducteur de poids lourd
- ♦ routier

FONCTIONS PRINCIPALES

Les conducteurs de camions exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

Conducteurs de grand routier

- ♦ conduire des camions ou des ensembles articulés d'un poids total supérieur à 4600 kg, à trois essieux ou plus et transportant des marchandises et des matériaux vers des destinations diverses;
- ♦ surveiller tous les aspects des véhicules, tels que l'état des équipements, les opérations de chargement et de déchargement, ainsi que la sûreté et la sécurité de la cargaison;
- ♦ inspecter les systèmes et équipements des camions avant le départ, par exemple les pneus, les phares et clignotants, les freins et les compartiments frigorifiques;
- ♦ effectuer des réparations d'urgence au bord de la route;
- ♦ obtenir les licences spéciales et les autres documents exigés pour transporter une cargaison sur les routes internationales;
- ♦ noter l'information sur les cargaisons, les distances parcourues, la consommation d'essence et les autres renseignements dans le livre de bord ou dans l'ordinateur de bord;
- ♦ communiquer avec le répartiteur et les autres camionneurs au moyen d'une radio bidirectionnelle, d'un téléphone cellulaire et d'un ordinateur de bord;
- ♦ faire partie d'une équipe de deux camionneurs ou d'un convoi, s'il y a lieu;
- ♦ transporter, au besoin, des substances ou des marchandises dangereuses.

Conducteurs routiers et conducteurs de camions locaux

- ♦ conduire des camions porteurs pour transporter des marchandises et des biens dans les villes et entre les villes, sur des distances courtes;
- ♦ conduire, au besoin, des camions légers à des fins précises, comme des remorqueuses, des camions basculeurs et des bétonnières;

- ♦ inspecter les camions avant le départ et surveiller tous les aspects des véhicules, comme l'état de l'équipement, ainsi que le chargement et le déchargement de la cargaison.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires est habituellement exigé.
- ♦ Une formation en cours d'emploi est offerte.
- ♦ Un permis de conduire de classe D est exigé des conducteurs de camions porteurs.
- ♦ Un permis de conduire de classe A est exigé des conducteurs de camions articulés.
- ♦ La mention « freins pneumatiques » (Z) est exigée des conducteurs qui conduisent des véhicules équipés de freins pneumatiques.

7414 CHAUFFEUR-LIVREUR – SERVICES DE LIVRAISON

Les chauffeurs-livreurs conduisent des automobiles, des fourgonnettes et des camions légers afin de ramasser et de livrer divers produits. Ils travaillent, entre autres endroits, dans des laiteries, des pharmacies et dans plusieurs autres établissements, ou ils peuvent être travailleurs autonomes.

FONCTIONS PRINCIPALES

Les chauffeurs-livreurs exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- ♦ conduire des automobiles, fourgonnettes et camions légers afin de ramasser et de livrer divers produits;
- ♦ inspecter le véhicule avant le départ;
- ♦ vendre des produits en suivant un itinéraire établi et payer ou se faire payer pour les produits;
- ♦ noter l'information concernant les cueillettes et les livraisons, le kilométrage du véhicule, le coût de l'essence et les problèmes rencontrés;
- ♦ communiquer, au besoin, avec le répartiteur central au moyen d'un téléphone cellulaire ou d'une radio bande publique (BP).

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Un diplôme d'études secondaires peut être exigé.
- ♦ Un permis de conduire correspondant à la classe du véhicule conduit est exigé.
- ♦ Un dossier de bon conducteur depuis un an est habituellement exigé.
- ♦ Une formation en cours d'emploi est offerte.

7452 MANUTENTIONNAIRE

Les manutentionnaires manipulent, déplacent, chargent et déchargent des matériaux à la main ou à l'aide de divers appareils de manutention. Ils travaillent dans des entreprises de transport et d'entreposage ainsi que dans des entrepôts de commerce de détail et de gros.

EXEMPLES D'APPELLATIONS D'EMPLOI

- ♦ chargeur de camions
- ♦ conducteur de chariot élévateur à fourche
- ♦ entreposeur
- ♦ manutentionnaire
- ♦ ouvrier d'entrepôt – manutention

FONCTIONS PRINCIPALES

Les manutentionnaires exercent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

Manutentionnaires qui travaillent manuellement

- ♦ charger, décharger et déplacer des produits et des matériaux, à la main ou à l'aide d'accessoires de manutention;
- ♦ remplir d'autres fonctions liées à la manutention, telles que compter, peser, trier, emballer et déballer divers produits et matériaux.

Manutentionnaires qui utilisent des appareils de manutention

- ♦ charger et décharger, à l'aide de treuils et d'autres appareils de levage, des camions et des wagons, sur des quais d'entrepôts et dans des établissements industriels;
- ♦ conduire des camions, des tracteurs, des chargeuses et d'autre matériel industriel pour assurer le déplacement d'articles à partir de véhicules de transport et de quais ou vers ceux-ci, et pour entreposer et retirer le matériel des entrepôts;
- ♦ faire fonctionner des transporteurs, des convoyeurs et divers appareils afin de transférer des céréales ou d'autres produits des véhicules de transport aux élévateurs, aux contenants et aux aires d'entreposage;
- ♦ exécuter d'autres tâches, s'il y a lieu, telles qu'ouvrir des conteneurs et des caisses, remplir des commandes dans un entrepôt, participer à la prise d'inventaire et peser et vérifier divers articles.

CONDITIONS D'ACCÈS À LA PROFESSION

- ♦ Quelques années d'études secondaires peuvent être exigées.
- ♦ Les manutentionnaires d'objets lourds doivent faire preuve de force physique pour accomplir leurs tâches.

ANNEXE 3

LISTE DES INTERVENANTS ET EMPLOYEURS INTERROGÉS

LISTE DES PARTICIPANTS AU GROUPE DE DISCUSSION

LISTE DES INTERVENANTS ET EMPLOYEURS INTERROGÉS

DISTRIBUTEURS

Madame Manon Thivierge
Responsable ressources humaines
Colabor (Bertrand distributeurs)

COMMERCES DE DÉTAIL ET DISTRIBUTEURS – CORPORATIFS

Monsieur Michel Turner
Directeur des ressources humaines — Services corporatifs
Épiciers unis Métro-Richelieu inc.

Madame Caroline Rousseau
Vice-présidente — Ressources humaines
Provigo

Monsieur Richard Leblanc
Directeur principal, gestion des talents, dotation et rémunération
Sobeys

Monsieur Mario Paladin
Directeur performance réseau de détail
Première Moisson

INDÉPENDANTS BANNIÉRÉS

Madame Ginette Reid
IGA Marché Reid et Gadoua
Beauharnois (Québec)

Monsieur Daniel Choquette
Propriétaire, Marché Provigo D. Choquette et Fils Itée
Marieville

Madame Caroline Bouchard
Propriétaire, Provigo
Chicoutimi-Nord

Monsieur Christian Jasmin
Propriétaire, IGA au Chalet Sainte-Adèle
Sainte-Adèle

INDÉPENDANTS ET SPÉCIALISÉS

Monsieur André Forget
Propriétaire, Dépanneur Forget
Montréal

Monsieur Claude Bernier
Épicerie CH Bernier
Sainte-Luce

Monsieur Dominic Ayot
Épicerie Despins
Drummondville

Madame Myriam Faradese
Épicerie Myriam
Scott

Monsieur Serge Vaillancourt et Madame Lise St-Pierre
Les baguettes en l'air
Rimouski

Monsieur Bernard Côté
Boucherie Côté inc., Les bouchers associés
Saint-Jérôme

Monsieur Stéphane Goulet
Boucherie W. E. Bégin inc.
Québec

Monsieur Georges Bakas
Poissonnerie Nouveau Falero
Montréal

Monsieur Thomas Schneider
Chef pâtissier, Boulangerie Première Moisson
Vaudreuil-Dorion

Monsieur Raphaël Thévenoux
Première Moisson Masson
Montréal

Madame et Monsieur Lapeyrie
Propriétaires, Chocolune
Laval

Monsieur Max Dubois
L'échoppe des fromages
Saint-Lambert

Monsieur Jérôme Matte
Jardin Mobile
Québec

REPRÉSENTANTS D'ASSOCIATIONS

Monsieur Florent Gravel
Président directeur général
Association des détaillants en alimentation du Québec

Monsieur Frédéric Alberro
Directeur général
Conseil canadien des distributeurs en alimentation

REPRÉSENTANTS DU MILIEU DE L'ENSEIGNEMENT

Monsieur Robert De Tilly
Conseiller pédagogique
Calixa-Lavallée

Madame Geneviève Yanire
Coordonnatrice formation et gestion
Centre de formation de l'alimentation et du commerce du Québec (CFACQ)

LISTE DES PARTICIPANTS AU GROUPE DE DISCUSSION (REPRÉSENTANTS SYNDICAUX)

Syndicat	Nom	Coordonnées
CSN (magasin)	Gilles Truchon	(MEMBRE CA)
CSN (magasin)	Pierre Morel	1925, Auger Est Alma, G8B 5V2
TUAC Local 501 (entrepôt)	Alain Lachaine	(MEMBRE CA)
TUAC Local 501 (entrepôt)	Serge Bell	Sobeys Centre de distribution 1500, boul. Montarville Boucherville
TUAC Local 501 (entrepôt)	Alain Mercier	Provigo Centre de distribution 180, ch. Du Tremblay Boucherville
TUAC Local 500 (magasin)	Robert Armstrong	(MEMBRE CA)
TUAC Local 500 (magasin)	Léo Lavoie	CFACQ 1200, boul. Crémazie Est, bureau 101 Montréal, H2P 3A6
TUAC Local 500 (magasin)	Myriam Denis	CFACQ 1200, boul. Crémazie Est, bureau 101 Montréal, H2P 3A6
CSD (magasin)	Jocelyn Lavoie	(MEMBRE CA)
CSD (magasin)	Paul Goyette	IGA Lambert 3500, boul. Fréchette Chambly, J3L 1X9
CSD (magasin)	Benoît Thibault	COOP IGA Extra 1971, Rue Bilodeau Plessisville, G6L 3J1
CSD	Tony Gosselin	COOP IGA Extra 1971, Rue Bilodeau Plessisville, G6L 3J1

BIBLIOGRAPHIE

CANADIAN GROCER. *Market Survey 2009*, February 2010, p. 18-22.

CANADIAN GROCER. *Market Survey 2008*, February 2009, p. 25-31.

CCRHS. *Comprendre le roulement du personnel et déceler les pratiques exemplaires en matière de conservation du personnel dans le secteur de l'alimentation au détail/en gros*, Rapport d'information sur le marché du travail, 2008, 8 p.,
http://www.cghrc.ca/images/pdf/Roulement_et_conservation.pdf

GROUPE AGÉCO. *Entre la nostalgie Steinberg et la génération Y, un commerce de l'alimentation en quête d'identité*, 2006, 110 p.

MAPAQ. *Profil régional de l'industrie bioalimentaire au Québec – Estimations pour 2009*, Direction des études et des perspectives économiques, 2010, 164 p.

MAPAQ. *Bottin statistique de l'alimentation – Édition 2008*, Direction générale des politiques agroalimentaires, 2009, 119 p.,
<http://www.mapaq.gouv.qc.ca/NR/rdonlyres/3E275211-730E-415D-BAD7-97835E339991/0/Bottinstatistiquedelalimentation2008.pdf>

RADAR. *Les compensations non monétaires*, septembre-octobre 2010, p. 21.

RADAR. *L'avenir de la formation est en ligne*, avril-mai 2010, p. 13.

RADAR. *Le gouvernement du Québec favorise l'apprentissage en ligne dans le secteur de l'alimentation*, par Laurence Zert, novembre-décembre 2009, p. 18.

RADAR. *La rotation du personnel : Une dépense sans facture*, septembre-octobre 2008, p. 22.

TRAVAIL QUÉBEC. *L'effet du salaire minimum sur la rémunération des salariés syndiqués au Québec*, Regards sur le travail, vol. 7, n° 1, automne 2010,
http://www.travail.gouv.qc.ca/actualite/regardstravail/regardstravail-vol07-01/effet_salaire_minimum-2.html

SITES INTERNET ET PUBLICATIONS

- Les Guides Choisir
- Ftpinforoute
- CSMOCA
- Emploi-Québec
- MELS
- RADAR
- Canadian Grocer
- L'alimentation