

# PORTRAIT DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE AU DÉTAIL

Roger Lamontagne  
Richard Bourdeau



*Agriculture, Pêcheries  
et Alimentation*

Québec 

# COMMENÇONS PAR QUELQUES DÉFINITIONS...

- **Distribution** : « Ensemble des activités d'intermédiation qui s'exercent entre la production et la consommation d'un bien »
- Fonctions très variées, selon les ententes (livraison, prise de commande, facturation, représentation, suivi en magasin, prospection, listing...)

# QU'EST-CE QU'UN COURTIER EN ALIMENTATION ?

- Le courtier assure la **représentation des produits** pour le compte du manufacturier auprès des acheteurs potentiels
- Il **ne prend pas possession** physique ou légale d'une marchandise



# COURTIER EN ALIMENTATION

- Le courtier est surtout **utile pour ses connaissances** des marchés, **ses relations professionnelles** établies de longue date auprès des acheteurs et **son expérience** en représentation de produits
- Le courtier prend autour de 5 % de commission, mais celle-ci peut varier selon l'importance du produit : il prend **moins** pour un produit à fort roulement et volume et **plus** pour un produit dont la demande est faible

# QU'EST-CE QU'UN DISTRIBUTEUR ?

- Le distributeur **est propriétaire** de la marchandise qu'il achète et en assume les risques
- Il peut être à fonction complète ou limitée, selon l'étendue de la gamme de services qu'il accepte d'offrir aux manufacturiers
- Règle générale, le distributeur peut exiger entre 20 et 30 % de marge pour l'utilisation de ses services

# DISTRIBUTEUR OU GROSSISTE ?

La nuance entre le  
distributeur et le grossiste  
est principalement une question d'échelle,  
celle du distributeur étant plus petite



# GROSSISTE

- Le grossiste achète généralement en **grande quantité** aux transformateurs, maintient un **inventaire** et **revend la quantité demandée** par les détaillants ou par son propre réseau de distribution

# **LES GRANDS DÉTAILLANTS AU QUÉBEC, C'EST :**

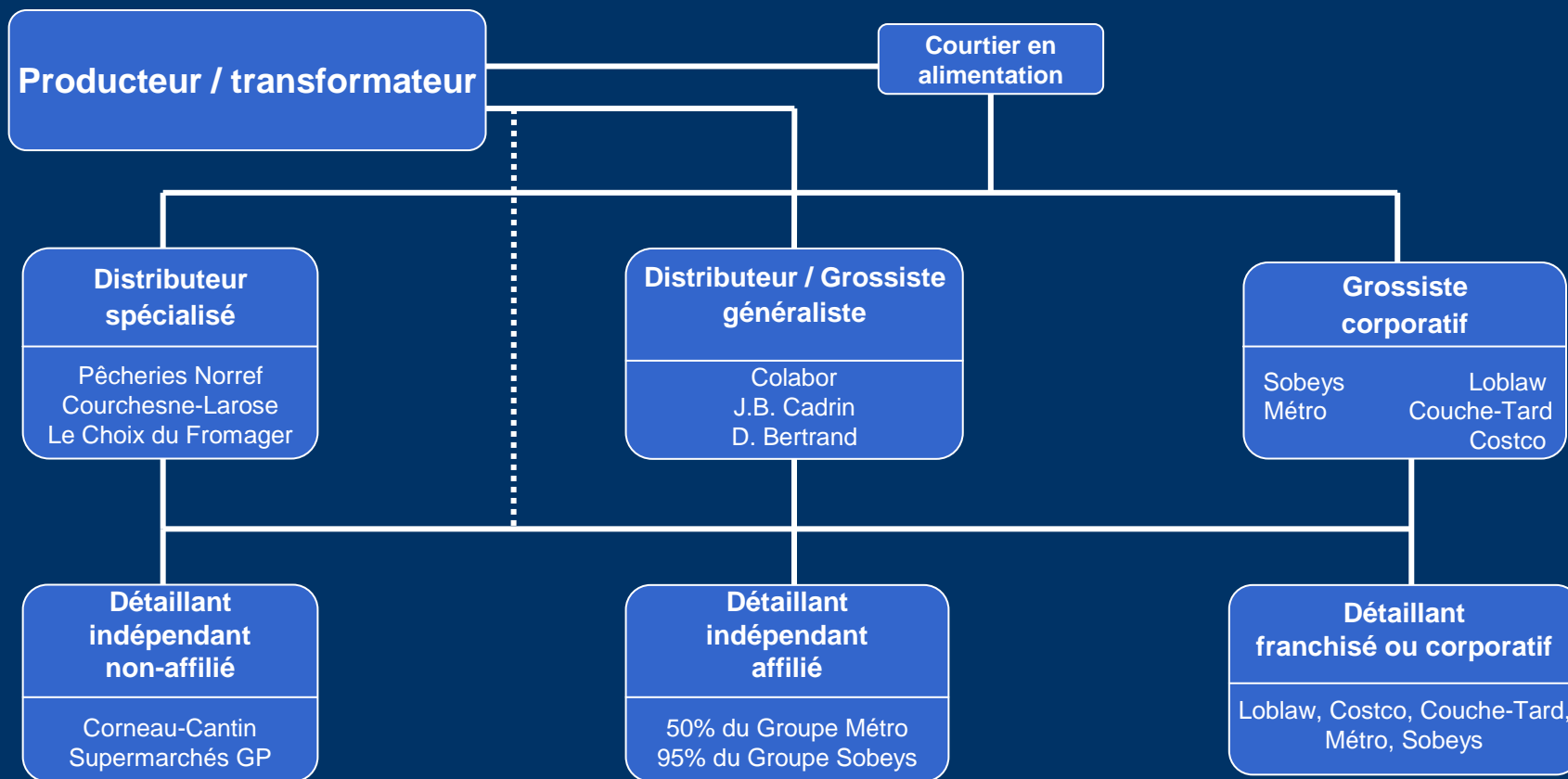
3 groupes qui contrôlent 75%  
des ventes au détail

La plus forte concentration au monde  
après la Suède et la Norvège

## Nombre de points de vente d'aliments au détail au Québec, en 2006

	GRANDES SURFACES		ÉPICERIES DE QUARTIER		DÉPANNEURS
Groupe Métro (18,3%)	230	Métro et Métro Plus	107	Richelieu	812
			85	Marché Ami	
	56	Super C	2	Les 5 Saisons	
Groupe Sobeys (21,9%)	252	IGA et IGA Extra	29	Tradition	465
			83	Bonichoix	
Groupe Loblaw 26,6%)	106	Provigo	35	Intermarché	294
	37	Loblaws			
	112	Maxi et Maxi & Cie			
Costco (7,7%)		17		-----	-----
Couche- Tard		-----		-----	565

# LIENS FONCTIONNELS ENTRE LES ACTEURS QUÉBÉCOIS DE LA GRANDE DISTRIBUTION AU DÉTAIL



# Ventes en supermarchés, épiceries et dépanneurs selon le type de propriété (2005)

	<i>Québec</i>	<i>Ontario</i>	<i>Canada</i>	<i>Canada sans Québec</i>
<b>Ventes totales (millions \$)</b>	<b>17 335</b>	<b>23 534</b>	<b>71 561</b>	<b>54 226</b>
Part du marché canadien (%)	24,2	32,9	100	75,8
Part des commerces corporatifs et franchisés (chaînes) (%)	<b>36,7</b>	<b>62,5</b>	60,7	<b>68,4</b>
Part des commerces indépendants affiliés (%)	59,2	31,7	34,7	26,9
Part des commerces indépendants non affiliés (%)	4,1	5,7	4,6	4,8

Source : Statistique Canada et Canadian Grocer, National Market Survey, numéros de février 2006.