



CANADA  
GROCERY  
CODE

CODE  
D'ÉPICERIE  
DU CANADA

# Étude sectorielle 2025 du Code d'épicerie du Canada

Présentation des résultats complets

Janvier 2026

**AGI** 

Advantage Group International

# Méthodologie de l'enquête



## Objectif principal :

- *Évaluer le niveau de connaissance du Code, le degré de préparation des organisations, les domaines nécessitant un soutien accru, et identifier les priorités liées au Code d'épicerie du Canada*



## Approche :

- *Sondage en ligne mené auprès des contacts du **Bureau du Code de conduite pour le secteur des produits d'épicerie (BCCSPÉ)**, du réseau de partenaires de l'industrie, ainsi que d'un panel de contacts du secteur de l'épicerie d'Advantage*
- *La collecte des données a débuté le 30 septembre et s'est poursuivie jusqu'au 25 novembre*

# Présentation des répondants

**250**

**Nombre total  
de réponses  
complètes**

## Types d'entreprises

Grand détaillant 36  
Détaillants indépendants 23  
Grands fabricants 130  
Fabricants de petite et moyenne taille 38  
Producteurs primaires 10  
Grossistes/distributeurs non affiliés 4  
Autres 9

## Couverture régionale

Ouest du Canada (C.-B., Alb., Sask.) 42  
Ontario 48  
Québec 49  
Région de l'Atlantique (N.-B., N.-É., T.-N.-  
L., Î.-P.-É.) 21  
Territoires (Yukon, Territoires du Nord-  
Ouest, Nunavut) 9  
National 154

*Forte représentation à tous les niveaux hiérarchiques (des cadres supérieurs aux employés) et dans l'ensemble des fonctions (p. ex., gestion des catégories, ventes, chaîne d'approvisionnement, etc.)*

*Selon le lieu d'activité des entreprises. Plusieurs réponses possibles.*

# Aperçu des répondants (suite)

Les répondants représentent également un large éventail de niveaux de responsabilité et de fonctions au sein de leur organisation.

## Niveau de responsabilité

Cadres supérieurs 59  
Haute direction 74  
Employés / gestionnaires 99  
Autres 18

## Fonction

Gestion des catégories 44  
Ventes / approvisionnement 121  
Opérations / fonctions de l'entreprise 9  
Chaîne d'approvisionnement / logistique 20  
Tous les secteurs d'activité 46  
Autres 10

*Remarque : Tous les répondants devaient confirmer qu'ils travaillent dans une catégorie de produits d'épicerie (alimentaire ou non alimentaire) pour pouvoir participer.*

# Sommaire exécutif

# Sommaire exécutif



- **Le niveau de connaissance du Code est variable et plus faible en dehors des cadres supérieurs**



- **L'efficacité attendue du Code et les bénéfices pour les organisations demeurent incertains, en particulier chez les fabricants de petite et moyenne taille, les détaillants indépendants et les producteurs primaires**



- **La formation sur le Code est jugée très utile par ceux qui l'ont suivie**
  - Une meilleure visibilité de la formation favorisera son adoption



- **Certaines perceptions erronées subsistent concernant l'adhésion au Code, notamment en ce qui a trait à l'investissement requis et à la valeur ajoutée**
  - En particulier chez les petits acteurs du secteur (fabricants de petite et moyenne taille, détaillants indépendants et producteurs primaires)

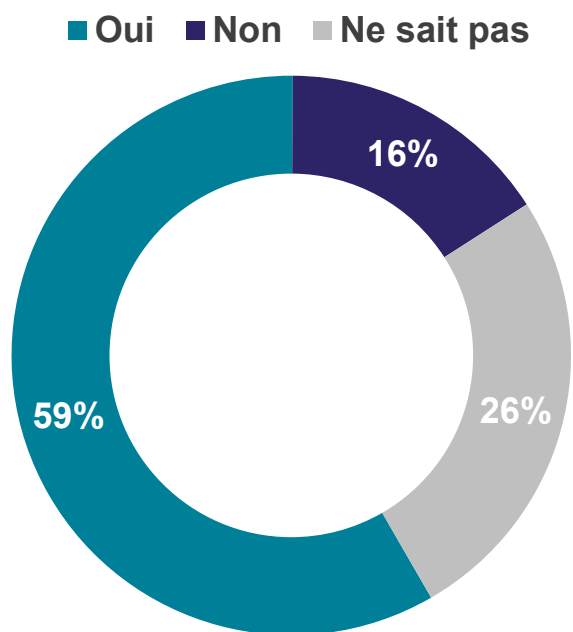
# Perceptions et attentes

# Adhésion au BCCSPÉ

Un peu plus de la moitié des entreprises répondantes sont déjà membres BCCSPÉ; une incertitude demeure parmi celles qui ne le sont pas encore.

Le taux d'adhésion est similaire d'une région à l'autre et entre les différents types d'organisations.

Votre organisation est-elle membre du BCCSPÉ?



	Votre entreprise a-t-elle l'intention de devenir membre du BCCSPÉ ?
Oui	23 %
Non	23 %
Ne sait pas	54 %
Taille de base	39

*Les producteurs primaires et les détaillants indépendants sont les plus enclins à répondre « non ».*

Question posée à celles qui ont répondu « Non » à l'adhésion à l'OGSCC

# Ne souhaitent pas devenir membres

Les commentaires des répondants qui n'ont pas l'intention de devenir membres indiquent un manque de connaissance, notamment la perception que leur organisation est trop petite ou que le Code ne s'applique pas à eux.

	Votre entreprise a-t-elle l'intention de devenir membre du BCCSPÉ ?
Oui	23 %
Non	23 %
Ne sait pas	54 %
Taille de l'échantillon	39

Question posée aux entreprises ayant répondu « Non » à la question d'adhésion au BCCSPÉ.

« En raison de notre relation de franchise, nous n'avons pas de contrats de service directs avec des fournisseurs, à l'exception de Sobeys Wholesale. »

« Non, ce n'est pas nécessaire. »

« Je ne comprends pas les avantages. Nous sommes une petite entreprise, pas une multinationale comme les grandes marques de produits de grande consommation. Nous n'avons pas de liquidités supplémentaires à dépenser. En tant qu'entreprise familiale, nous devons subvenir aux besoins de nos familles tout en faisant face à une forte concurrence. »

« Nous sommes des producteurs. »

« Notre entreprise est trop petite. »

« Nous sommes un petit producteur de pommes. »

« Nous en sommes aux premières étapes de notre présence dans le secteur de l'épicerie. »

« Nous n'y avons pas vraiment pensé, car nous vendons nos produits à des transformateurs. »

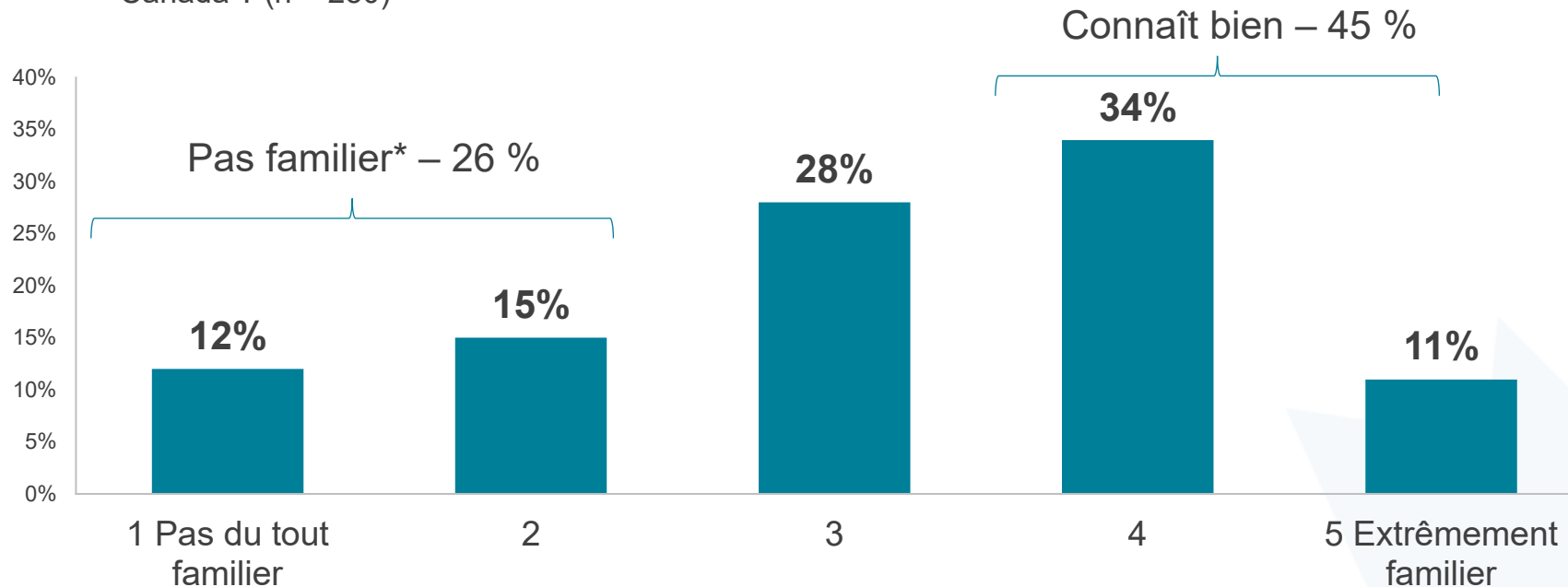
# Connaissance du Code d'épicerie du Canada

Le niveau de connaissance du Code est globalement variable, mais plus élevé chez les membres du BCCSPÉ et ceux ayant suivi une formation.

Moyenne

3,2

■ Dans l'ensemble, dans quelle mesure êtes-vous personnellement à l'aise avec le Code d'épicerie du Canada ? (n = 250)



Groupes les moins familiers (notes de 4 ou moins) :

- Non-membres
- Entreprises ne prévoyant pas devenir membres
- Producteurs primaires
- Employés / gestionnaires

# Objectif du Code

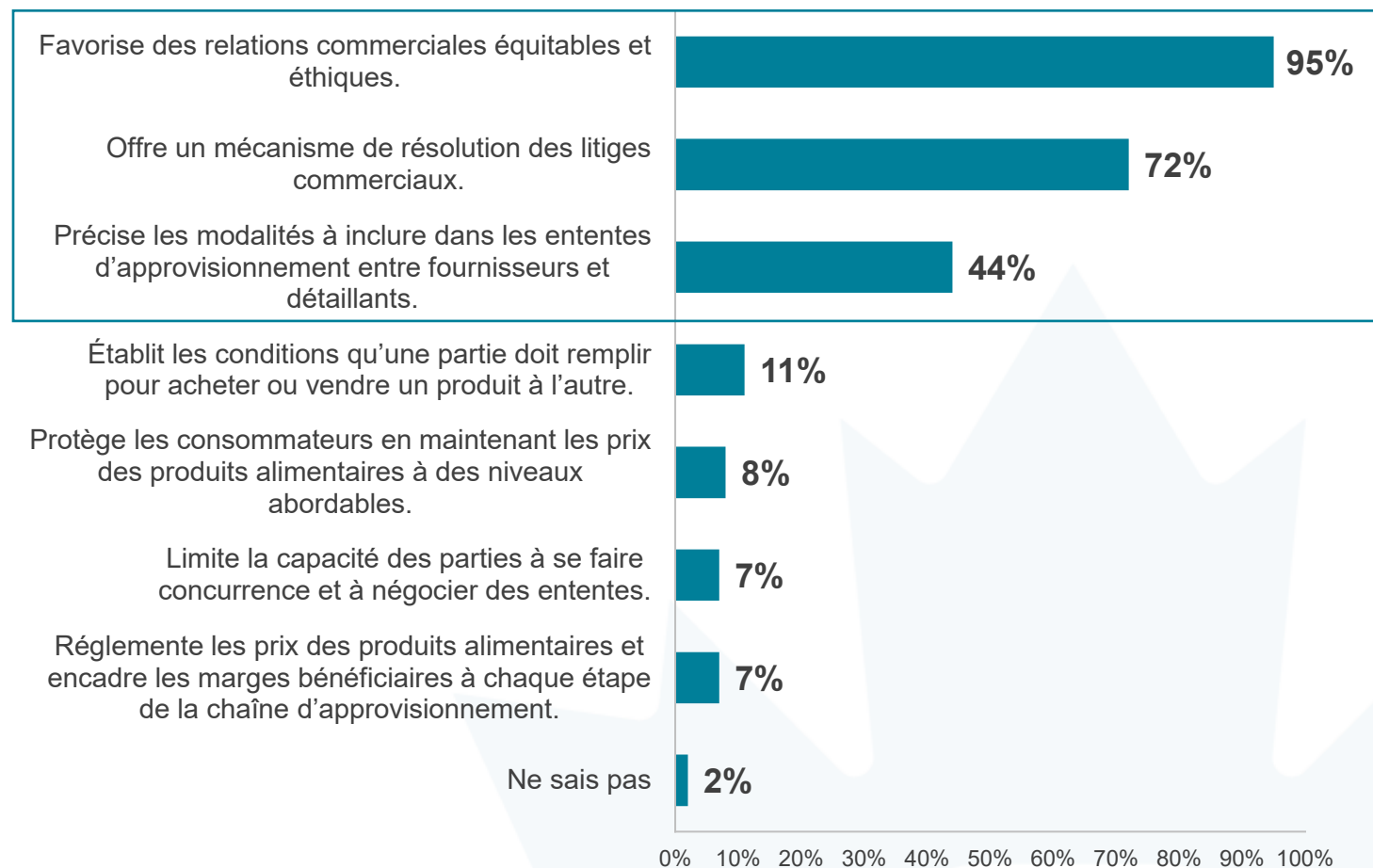
**Parmi les répondants ayant au moins une certaine connaissance du Code, la grande majorité indique que celui-ci vise à promouvoir des pratiques commerciales équitables et éthiques.**

**Une meilleure compréhension est nécessaire en ce qui concerne l'énoncé « Définit les modalités devant être incluses dans les contrats d'approvisionnement ».**



Réponses « correctes »

## Objectifs du Code d'épicerie du Canada



# Dispositions nécessitant des précisions supplémentaires

La moitié ou plus des répondants souhaitent obtenir davantage de précisions sur la résolution des différends et les conditions contractuelles.

Les conditions contractuelles et la résolution des différends sont les éléments les plus souvent mentionnés, notamment par les fabricants et les grossistes / distributeurs indépendants, ainsi que par les employés des fonctions ventes et approvisionnement.

La résolution des différends est également l'élément le plus souvent mentionné par les cadres supérieurs.

Domaines nécessitant des précisions supplémentaires	
Résolution des différends	58 %
Conditions contractuelles	52 %
Objectifs et principes du Code	31 %
Autre (veuillez préciser)	10 %
Aucune	9 %
Je ne sais pas	0 %

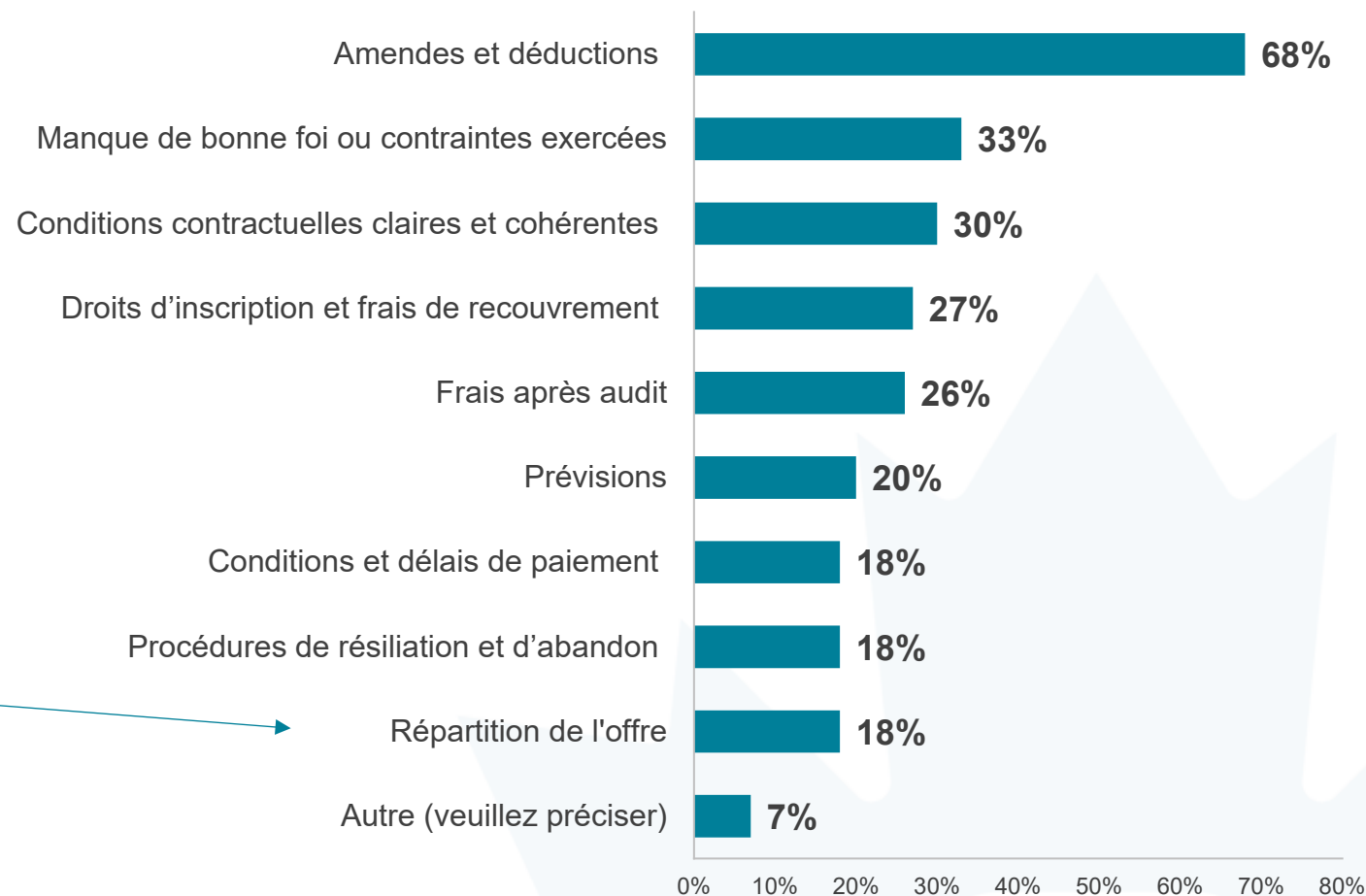
Question non posée aux répondants « pas du tout familiers » avec le Code d'épicerie du Canada. Plusieurs réponses possibles (n = 221).  
 Q : Le cas échéant, quelles dispositions du Code d'épicerie du Canada vous paraissent ambiguës ou nécessitent davantage de précisions ?

# Priorités pour les cinq prochaines années

**Les amendes et les déductions constituent le domaine prioritaire le plus souvent mentionné pour les cinq prochaines années.**

**Les détaillants accordent beaucoup moins d'importance aux amendes et aux déductions et se concentrent davantage sur la répartition de l'offre.**

**Domaines prioritaires du Code d'épicerie du Canada pour les cinq prochaines années**



Plusieurs réponses possibles, question posée à l'ensemble des répondants (n = 250).

Q : Parmi les priorités suivantes, sur lesquelles le Bureau du Code d'épicerie du Canada devrait-il concentrer ses efforts au cours des cinq prochaines années ?

# Les priorités varient selon le type d'organisation

Les amendes et les déductions constituent une priorité majeure pour la plupart des organisations.

Les détaillants accordent également une grande importance à la répartition de l'offre.

## Principaux domaines prioritaires identifiés selon le type d'organisation

Grand détaillant	Détaillant Indépendant	Grand Fabricant	Fabricant de petite et moyenne taille	Producteur primaire (agriculture)	Grossiste/distributeur indépendant
<ul style="list-style-type: none"> <li>Manque de bonne foi ou agir sous contrainte (47%)</li> <li>Répartition de l'offre (44%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Répartition de l'offre (74%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amendes et déductions (85%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amendes et déductions (87%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amendes et déductions (50%)</li> <li>Ne pas agir de bonne foi ou agir sous contrainte (40%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amendes et déductions (75%)</li> <li>Droits d'inscription et frais de recouvrement (75%)</li> </ul>

Q : Parmi les priorités suivantes, sur laquelle le Bureau du Code de conduite pour le secteur des produits d'épicerie devrait-il se concentrer au cours des cinq prochaines années?

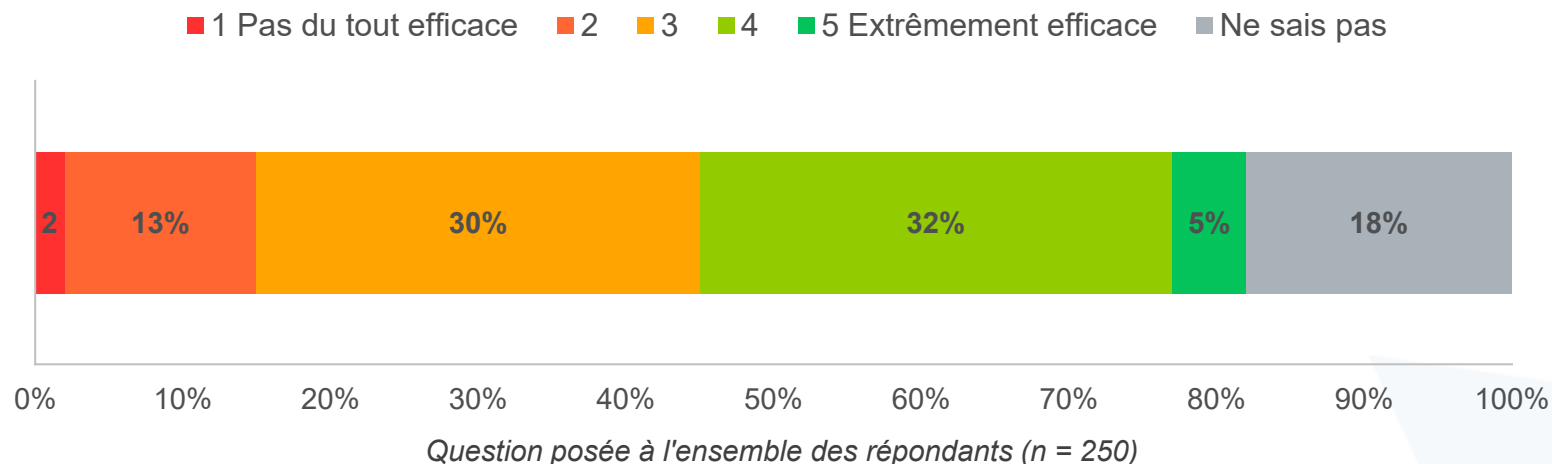
# Efficacité attendue du Code d'épicerie du Canada

Les attentes quant à l'efficacité sont mitigées, environ deux répondants sur dix se déclarant incertains.

Les perceptions varient selon le type et le niveau au sein de l'organisation.

Moyenne\*  
**3,3**

Efficacité attendue du Code canadien des produits alimentaires pour atteindre les objectifs fixés



Groupes ayant attribué la note moyenne la plus faible :

- Ceux qui n'ont pas l'intention de devenir membres
- Les producteurs primaires
- Fabricants (toutes tailles)
- Cadres et dirigeants

Q : Dans quelle mesure pensez-vous que le Code d'épicerie du Canada sera efficace pour atteindre ses objectifs déclarés :  
 Contribuer à la prospérité et à la compétitivité du secteur de l'épicerie ;  
 Favoriser la confiance mutuelle et la collaboration entre les partenaires de la chaîne de valeur de l'épicerie ;  
 Permettre à toutes les parties régies par le Code de prendre des décisions commerciales éclairées ;  
 Fournir un mécanisme efficace et équitable pour résoudre les différends commerciaux.

\* Exclut les réponses « Ne sait pas »

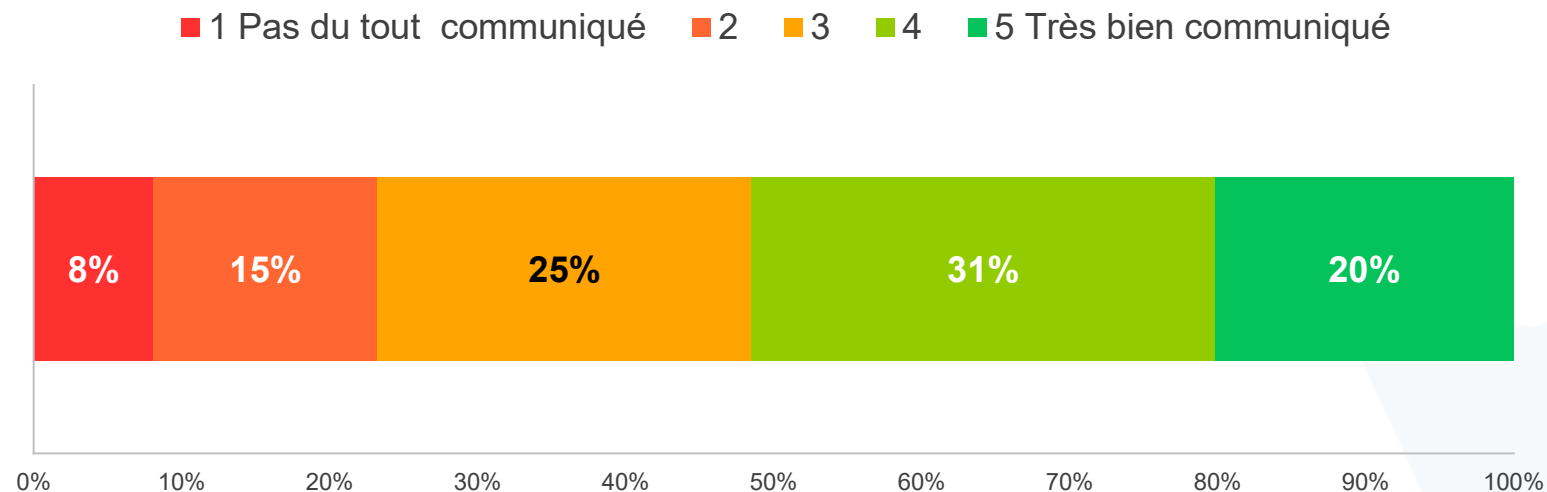
**Formation, sensibilisation et  
communication interne**

# Efficacité de la communication interne

Les organisations interrogées font état de niveaux variables de communication interne, même si neuf sur dix indiquent que cette information a été communiquée dans une certaine mesure.

Moyenne  
**3,4**

## Efficacité de la communication du Code au sein de leur organisation



Groupes ayant attribué la note moyenne la plus faible :

- *Non-membres*
- *Détaillants indépendants*
- *Fabricants de petite et moyenne taille*
- *Personnel des fonctions d'exploitation de l'entreprise*

Question posée aux répondants ayant au moins une certaine connaissance du Code d'épicerie du Canada (note de 2+) (n = 221).

Q : Dans quelle mesure l'information sur le Code d'épicerie du Canada a-t-elle été communiquée efficacement au sein de votre organisation ?

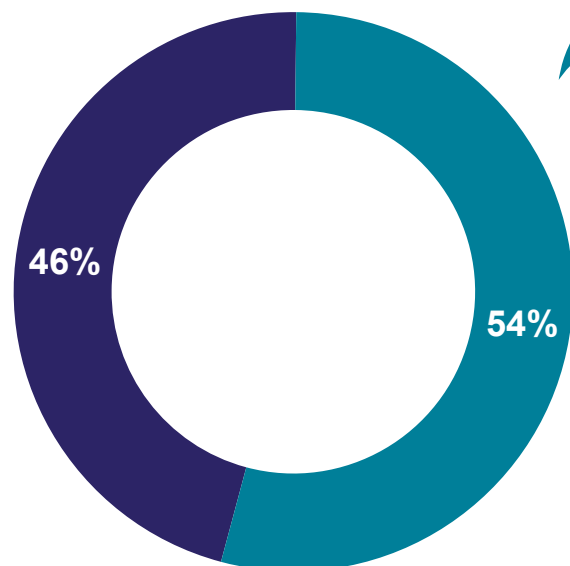
# Formation

Un peu plus de la moitié des répondants ont suivi une formation sur le Code, le plus souvent dispensée par un tiers (Sentinel Management Consultants étant le fournisseur le plus fréquemment mentionné).

La formation est plus répandue parmi les membres du BCCSPÉ, tandis que les fabricants de petite et moyenne taille et les détaillants indépendants sont les moins susceptibles d'avoir suivi une formation.

Avez-vous reçu une formation sur le Code d'épicerie du Canada ?

■ Non ■ Oui



## Qui a dispensé la formation

Une équipe interne de mon entreprise	33 %
Association professionnelle	18 %
Autre société tierce (veuillez préciser)	50 %
<i>Taille de la base</i>	<b>120</b>

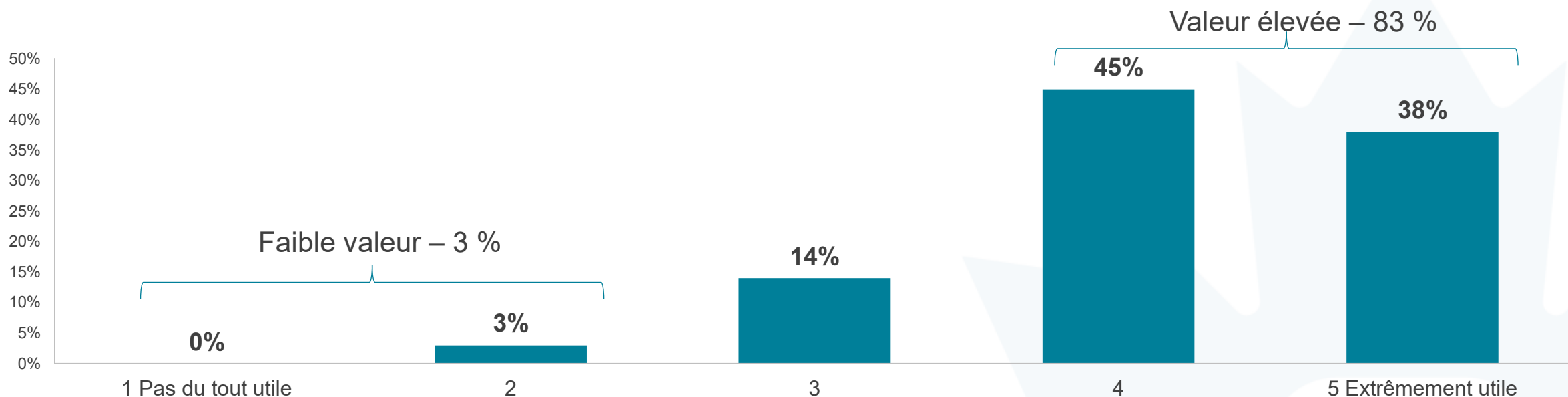
Q : Qui a dispensé votre formation sur le Code d'épicerie du Canada?

# Utilité perçue de la formation suivie

Du côté positif, la formation reçue est jugée très utile, peu de répondants lui attribuant une note inférieure à 3.

Moyenne  
**4,2**

■ Quelle a été l'utilité de la formation que vous avez suivie sur le Code d'épicerie du Canada ?



Question posée aux personnes ayant suivi une formation (n = 120)

# Poursuite de la formation

Parmi ceux qui n'ont pas suivi de formation, le manque de connaissance est la principale raison; quelques commentaires suggèrent également une incertitude quant à son utilité.

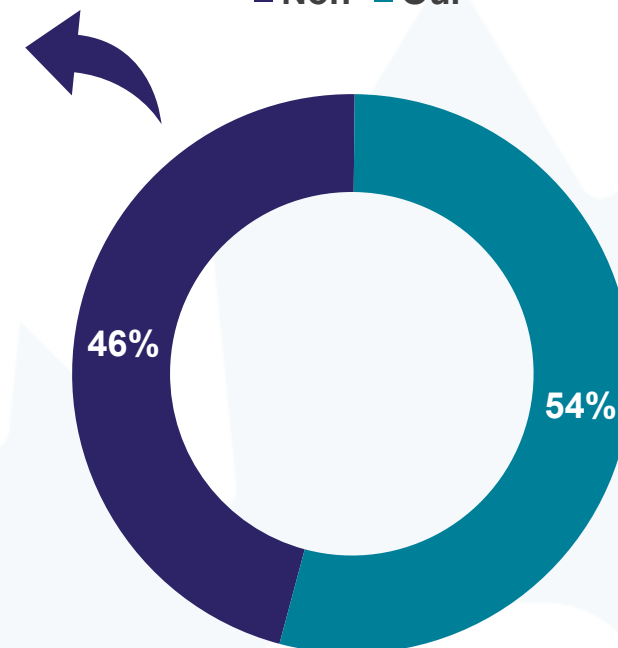
« Je ne sais pas vraiment quel effort consacrer à ce sujet. »

« Je ne sais pas exactement en quoi consiste la formation ni pourquoi je devrais la suivre. »

Raison pour laquelle vous n'avez pas suivi de formation	
Je suis intéressé(e) par une formation, mais je ne sais pas si une telle formation est offerte	46 %
La formation est prévue, mais n'a pas encore eu lieu	13 %
Je prévois suivre une formation, mais je n'ai pas encore eu le temps de le faire	9 %
Je n'ai pas l'intention de suivre une formation	6 %
Je suivrais une formation si elle était offerte par mon entreprise, mais je ne la suivrais pas autrement	17 %
Autre raison (veuillez préciser)	10 %
Taille de la base	101

Avez-vous reçu une formation sur le Code d'épicerie du Canada ?

■ Non ■ Oui



# **Changements organisationnels et attentes**

# Préparation organisationnelle

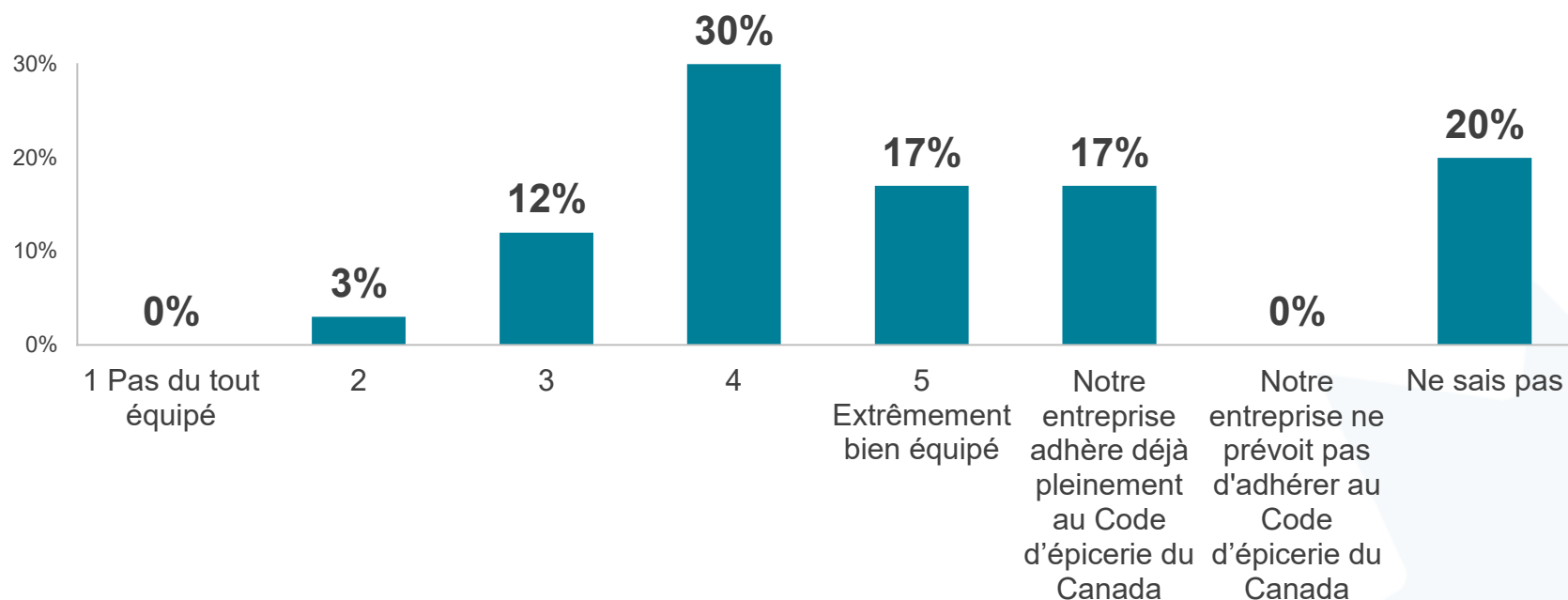
Les entreprises se sentent globalement bien équipées pour respecter le Code, même si une sur cinq n'en est pas certaine.

Le niveau de préparation varie selon le type d'organisation.

Moyenne\*

4,0

Dans quelle mesure votre entreprise est-elle bien équipée pour respecter le Code d'épicerie du Canada ?



Groupes ayant obtenu les notes moyennes les plus faibles :

- *Fabricants de petite et moyenne taille*
- *Producteurs primaires*
- *Entreprises exerçant des fonctions d'exploitation*

Question posée à l'ensemble des répondants (n = 250). Calculé uniquement sur la base des notes de 1 à 5; les autres réponses sont exclues.

Q : Dans quelle mesure votre entreprise est-elle bien équipée pour adopter les pratiques du Code d'épicerie du Canada ?

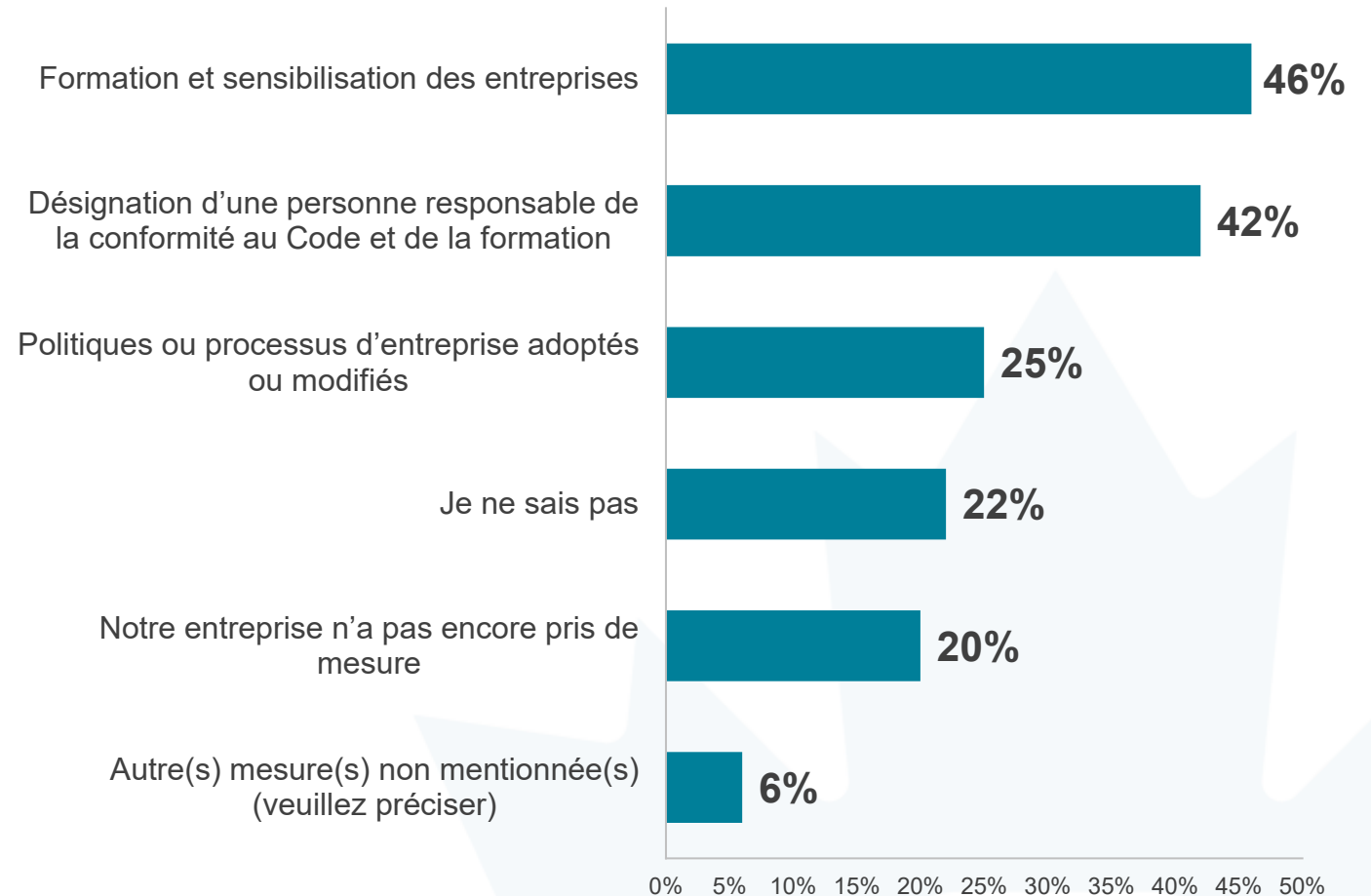
# Mesures prises pour la mise en œuvre

Quatre répondants sur dix ne savent pas quelles mesures, le cas échéant, ont été prises, ou indiquent qu'aucune mesure n'a été prise.

Parmi ceux qui ont pris des mesures, la formation et la désignation d'une personne responsable sont les deux plus courantes.

Les grands détaillants et les grands fabricants sont les plus susceptibles d'avoir pris au moins une mesure, ce qui suggère que les petites organisations pourraient avoir besoin d'un soutien supplémentaire.

Mesures prises pour mettre en œuvre le Code d'épicerie du Canada



Plusieurs réponses possibles; question non posée aux répondants ayant indiqué que leur organisation ne prévoyait pas d'adhérer au Code (n = 249).

Q : À votre connaissance, quelles mesures votre entreprise a-t-elle prises pour mettre en œuvre le Code d'épicerie du Canada ?

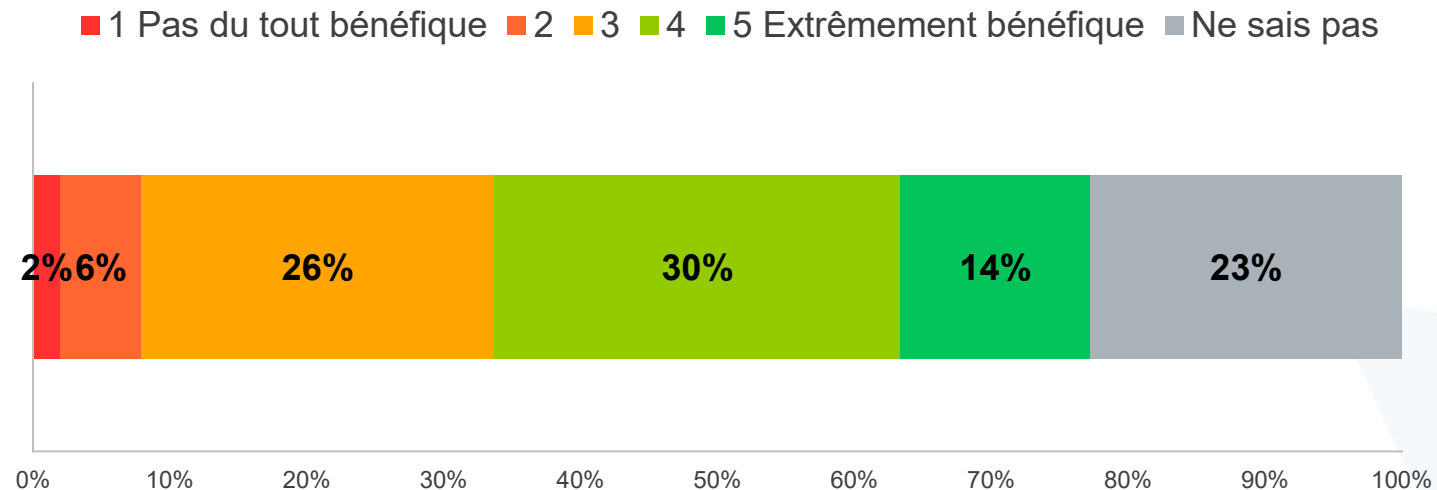
# Avantages attendus du Code d'épicerie du Canada

Une incertitude persiste quant aux avantages attendus, bien que les répondants s'attendent généralement à en tirer certains bénéfices. Les attentes varient selon le type d'organisation.

Moyenne\*

3,6

Niveau prévu des avantages que le Code d'épicerie du Canada apportera à leur organisation



Groupes ayant attribué les notes moyennes les plus faibles :

- *Non-membres*
- *Ceux qui n'ont pas l'intention de devenir membres*
- *Détaillants indépendants*
- *Producteurs primaires*
- *Cadres*

Question posée à l'ensemble des répondants (n = 250), à l'exclusion des réponses « Je ne sais pas ».

Q : Dans quelle mesure pensez-vous que le Code d'épicerie du Canada sera utile à votre entreprise au cours des cinq prochaines années ?

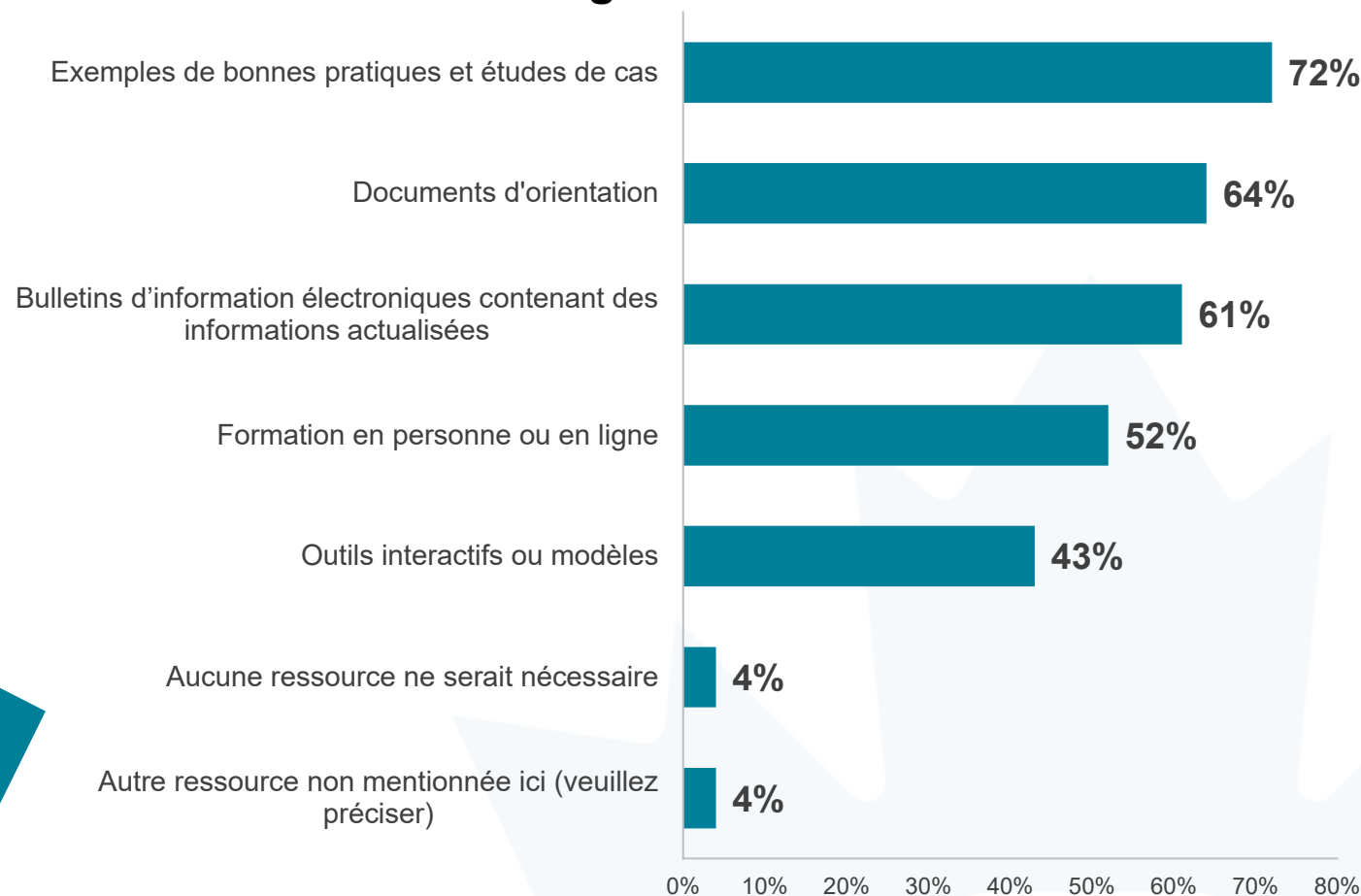
# Ressources du BCCSPÉ

Toutes les ressources suggérées seraient utiles, en particulier les études de cas et les exemples.

Les résultats sont similaires, quel que soit le type de répondant.

- « Demandes d'arbitrage et thèmes actuels »
- « Analyse et compilation automatisées de la documentation relative aux différends »
- « Soutien à l'arbitrage »
- « Séances réunissant clients et fournisseurs »
- « Réunions mensuelles entre fournisseurs, permettant d'échanger avec d'autres fournisseurs sur des enjeux similaires rencontrés avec les détaillants, leurs réussites et leurs relations, etc. »
- « Cela devrait se faire par l'intermédiaire de notre ambassadeur BCCSPÉ interne »
- « Diffusion d'informations dans les médias »
- « FAQ et questions fréquentes du secteur »

## Ressources du BCCSPÉ susceptibles d'aider les organisations



Plusieurs réponses possibles, question posée à l'ensemble des répondants (n = 250).

Q : Quelles ressources du Bureau du Code d'épicerie du Canada pourraient aider votre entreprise à se préparer à l'entrée en vigueur du Code d'épicerie du Canada ?

# Autres commentaires concernant le Code d'épicerie du Canada

- Les progrès actuels sont considérés comme un bon point de départ et l'avenir est envisagé avec optimisme.
- Une communication plus régulière est souhaitée.
- Veiller à ce que tous bénéficient d'un soutien, en particulier les petits acteurs et les indépendants.

« Nous avons hâte de voir cela contribuer à renforcer les relations et l'avenir du secteur. »