

UN CODE DE CONDUITE POUR LE SECTEUR DES PRODUITS D'ÉPICERIE

Sujet d'actualité au cours des dernières années, le Code de conduite pour le secteur canadien des produits d'épicerie de détail sera en vigueur prochainement. Puisque l'adhésion au Code se fait sur une base volontaire, la participation de tous les grands détaillants et fournisseurs en alimentation était indispensable. Le Code de conduite, mis en place par le secteur, est un ensemble de règles dont le but est de promouvoir la confiance, l'équité et la collaboration entre les partenaires de la chaîne de valeur du secteur de l'épicerie. Il prévoit également un mécanisme de résolution des litiges commerciaux. Ce Code permet donc à toutes les parties engagées de prendre des décisions dans un contexte de prévisibilité commerciale qui est régi par des accords clairs. De telles conditions pourraient également être favorables pour les consommateurs. Plusieurs pays, dont le Royaume-Uni et l'Australie par exemple, ont légiféré dans des contextes analogues.

L'ORIGINE DE CE CODE DE CONDUITE

L'idée d'un code de conduite pour le secteur de l'épicerie au Canada a émergé en réponse à des préoccupations soulevées par divers acteurs de la chaîne d'approvisionnement alimentaire. Bien que les détaillants et les fournisseurs aient travaillé ensemble d'un commun accord pour le bien du secteur lors de la mise en place du code, le sujet des frais de transaction entre eux a été un élément de grande discussion avant l'élaboration du code.

Les frais de transaction entre les détaillants et leurs fournisseurs sont un aspect plutôt méconnu des consommateurs. Pourtant, la question des frais et des pratiques commerciales entre les détaillants en alimentation et les fournisseurs de produits alimentaires (producteurs, transformateurs, etc.) fait l'objet de débats dans l'industrie alimentaire canadienne depuis plusieurs années. La notion de frais exigés par un détaillant englobe tous les paiements que verse un fournisseur de produits alimentaires à un détaillant pour pouvoir placer ses produits sur les tablettes du détaillant, de même que tous les autres coûts connexes.

Malgré des contrats d'approvisionnement, de nombreux frais restent non-inscrits aux contrats entre fournisseurs et détaillants¹. C'est le cas, notamment, de frais exigés pour garder des produits sur les étalages ou encore pour réaliser des promotions. Cette situation n'est pas propre au Canada. D'autres pays font face à des situations similaires.

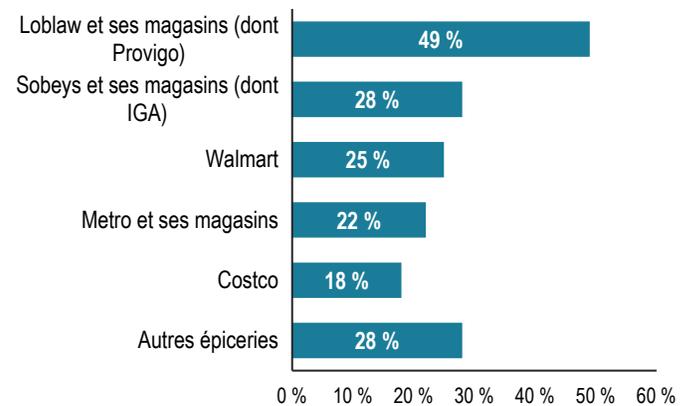
En 2020, à la suite de l'imposition de frais additionnels par certains grands détaillants au Canada, les fournisseurs ont publiquement réclamé l'intervention des gouvernements. Les ministres de l'Agriculture fédéral, provinciaux et territoriaux ont alors donné le mandat à un groupe de travail pour comprendre la problématique et proposer des solutions.

Parallèlement, la concentration du secteur des épiceries au Canada est devenue un sujet d'actualité.

LE SECTEUR CANADIEN DE L'ÉPICERIE EST CONCENTRÉ : ENVIRON 75 % DES VENTES ALIMENTAIRES AU DÉTAIL SONT RÉALISÉES PAR CINQ GRANDS DÉTAILLANTS

Au Canada, les ménages qui, en moyenne, consacrent 62 % de leur budget alimentaire annuel à l'achat de nourriture chez des détaillants ont accès à de nombreuses épiceries offrant une grande variété de produits. Cependant, le secteur canadien de l'épicerie est concentré. En effet, la plupart des consommateurs font leurs achats dans des magasins appartenant à quelques géants de l'épicerie.

Figure 1. Où les Canadiens font-ils leur épicerie en 2023? (Les personnes sondées pouvaient donner plusieurs réponses)



Le Bureau de la concurrence a utilisé le sondage du Bureau du conseil privé sur les questions d'actualité. Ce sondage a été mené par téléphone auprès d'un échantillon aléatoire de 1000 Canadiens, en deux vagues, du 23 au 29 janvier et du 30 janvier au 5 février 2023.

Sources : Bureau de la concurrence et Radio-Canada.

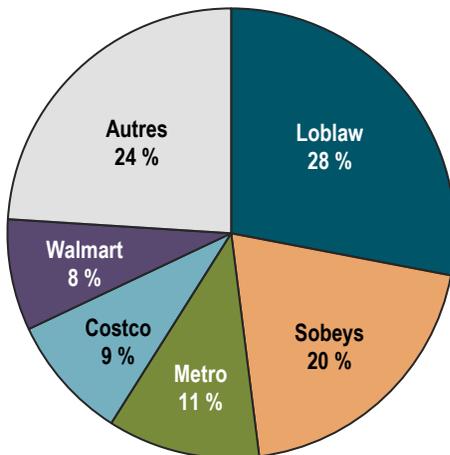
En matière de ventes, Loblaw, Sobeys et Metro sont les trois plus grands détaillants de produits d'épicerie au Canada. Contrairement aux deux premiers, qui ont des magasins à l'échelle canadienne, Metro n'est actif qu'en Ontario et au Québec. Costco et Walmart suivent au palmarès des plus grands épiciers au pays. Bien que ces deux détaillants aient des modèles d'affaires différents et vendent diverses marchandises en plus de la nourriture, ils rivalisent avec les trois leaders canadiens pour les ventes au détail de produits d'épicerie.

¹ GOUVERNEMENT DU CANADA. *Constats du Groupe de travail fédéral-provincial-territorial (FPT) sur les frais imposés par les détaillants, juillet 2021.*

<https://agriculture.canada.ca/fr/secteur/donnees-rapports/frais-imposes-detaillants-lindustrie-alimentaire-canadienne>

Selon les plus récentes données disponibles, les cinq grands joueurs se partagent environ les trois quarts des ventes de produits d'épicerie sur le marché canadien.

Figure 2. Répartition des parts de ventes des détaillants du secteur de l'épicerie au Canada, moyenne 2022-2023



Source : Canadian Grocer; compilation du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ).

LE QUÉBEC A ÉTÉ À L'AVANT-PLAN POUR TROUVER UNE SOLUTION

Le groupe de travail qui a reçu le mandat en 2020, coprésidé par la ministre de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire du Canada et par le ministre québécois de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, a mené de vastes consultations auprès des acteurs de l'industrie et a travaillé à rapprocher les parties.

En juillet 2021, les ministres canadiens de l'Agriculture ont demandé aux fournisseurs et aux détaillants d'élaborer une solution basée sur un large consensus, incluant un code de conduite volontaire et un mécanisme de règlement des différends, afin de favoriser l'équité, la transparence et la prévisibilité dans les relations d'affaires au sein de la chaîne d'approvisionnement au pays. Avec l'appui des gouvernements, les épiciers et les fournisseurs se sont mis au travail d'un commun accord pour trouver une solution mutuellement acceptable.

Le Bureau du code de conduite pour le secteur des produits d'épicerie (BCCSPÉ) a été créé le 1^{er} novembre 2023². Les détaillants alimentaires et les fournisseurs ont alors élaboré le Code de conduite des relations entre fournisseurs et détaillants qui prévoit des mécanismes d'application et le modèle d'arbitrage³. Par la suite, le Bureau de la concurrence fédéral a validé la conformité du Code aux règles et aux règlements existants.

En 2024, tous les grands détaillants se sont engagés à signer le Code de conduite pancanadien préparé par le comité directeur dirigé par l'industrie et composé d'associations d'agriculteurs, de transformateurs et de détaillants. Au Québec, les représentants du Conseil de la transformation alimentaire, de l'Union des producteurs agricoles et de l'Association des producteurs maraîchers ont siégé au comité.

Pour superviser la mise en place du Code, un conseil d'administration a été mis en place et le 9 janvier 2025, le BCCSPÉ a annoncé la nomination de Karen Proud en tant que présidente et surintendante de l'organisation.

UN CODE DE CONDUITE EN MATIÈRE D'ÉPICERIE DANS LE BUT D'ASSURER DES RELATIONS PLUS ÉQUILIBRÉES

Fondé sur des normes transparentes et équitables en matière de commerce, le Code de conduite pour le secteur des produits d'épicerie est un ensemble de règles qui visent à promouvoir la confiance réciproque et la collaboration entre les partenaires de la chaîne de valeur du secteur de l'épicerie. Il permet à toutes les parties régies par le Code de prendre des décisions dans un contexte de prévisibilité commerciale qui est régi par des accords clairs. De plus, le Code prévoit un mécanisme de résolution en cas de litiges commerciaux. En réponse à la demande de l'ensemble des ministres canadiens de l'Agriculture, les travaux sur le Code ont été réalisés pour et par l'industrie, sur une base volontaire.

Ainsi, le Code canadien comporte trois éléments principaux : les principes directeurs et les dispositions relatives aux règles commerciales; un modèle de gouvernance; et un processus d'arbitrage et de règlement des différends.

Le Bureau du surintendant pour le secteur des produits d'épicerie (BSSPE) aura la responsabilité d'appliquer le Code et de superviser le respect de celui-ci par les différentes parties. Le BSSPE sera composé d'entreprises qui vendent directement aux détaillants en épicerie et aux grossistes.

Précisément, le BCCSPÉ a pour objectifs :

- D'éduquer ses membres pour que les problèmes soient résolus dans la mesure du possible, en temps opportun, par discussion et consentement mutuels, plutôt que de déclencher une intervention directe du BCCSPÉ dans le cadre d'une procédure de règlement des litiges;
- De résoudre des problèmes systémiques au fur et à mesure qu'ils sont mis en lumière par des actions d'éducation et de sensibilisation supplémentaires;
- De fournir les moyens de résoudre et d'arbitrer les problèmes, un mécanisme qui n'existe actuellement pour aucune PME;
- De rendre compte publiquement des violations au Code.

Le BCCSPÉ prévoit par ailleurs organiser des activités telles que des webinaires de formation pour les membres, les fournisseurs et les détaillants et la publication de rapports et d'outils pour favoriser les bonnes pratiques. Bien que l'objectif de la mise en place du Code de conduite ne soit pas le contrôle de l'inflation des prix des aliments, il devrait accroître la concurrence et faciliter les relations économiques.

Soulignons que cet enjeu des frais et des pratiques commerciales entre détaillants et fournisseurs existe ailleurs dans le monde. Le Royaume-Uni et l'Australie, par exemple, ont légiféré à ce sujet.

² CODE DU CANADA. Page d'accueil, 2025. <https://codeducanada.org/>

³ CODE DU CANADA. Documents relatifs au Code, 2025. <https://codeducanada.org/documents-relatifs-au-code/>