



BLITZ D'INFORMATION

2025

Bienvenue!

Déroulement de la journée

- › La SAQ en transformation – Jacques Farcy
- › Notre contexte d'affaires – Sandrine Bourlet
- › La gestion de l'offre s'adapte au besoin client – Josée Dumas
- › Une approche marketing adaptée – Roxane Lalonde
- › Pause réseautage et visite des kiosques



SSID : Palais_des_congrès_de_Montréal
Mot de passe : PCM36509



Déroulement de la journée

- › Nouveaux projets et initiatives récentes
- › Cérémonie des prix Blitz
- › Repas servi aux tables
- › Ateliers sur les différentes catégories de produits
- › Cocktail réseautage et visite des kiosques



SSID : Palais_des_congrès_de_Montréal
Mot de passe : PCM36509



Le profil de Jacques



Profil :

Connaisseur

Pastille de goût :

**FRUITÉ ET
GÉNÉREUX**

Amateur de :

bio

nature


**ORIGINE
QUÉBEC**

faible en alcool
**0,5% alc.
et moins**

Le profil de Jacques



Profil :

Connaisseur

Pastille de goût :

**FRUITÉ ET
GÉNÉREUX**

Amateur de :

bio

nature


**ORIGINE
QUÉBEC**

faible en alcool
**0,5% alc.
et moins**

La SAQ en transformation

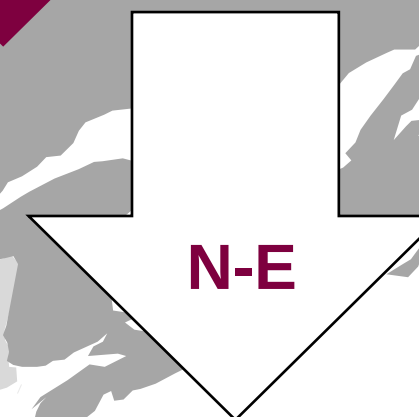
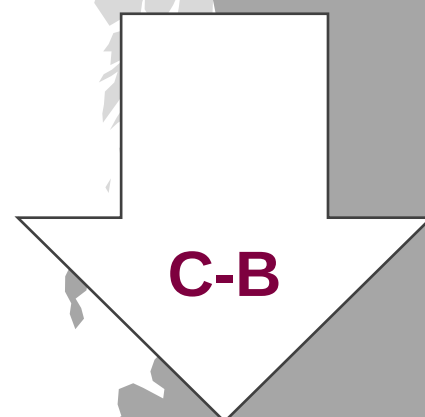
Jacques Farcy
Président et
chef de la direction





Ici, comme ailleurs

Les ventes d'alcool en baisse



Résultats préliminaires

Ventes 4 G\$

Dividende

1,4 G\$

↑ Titulaires de permis

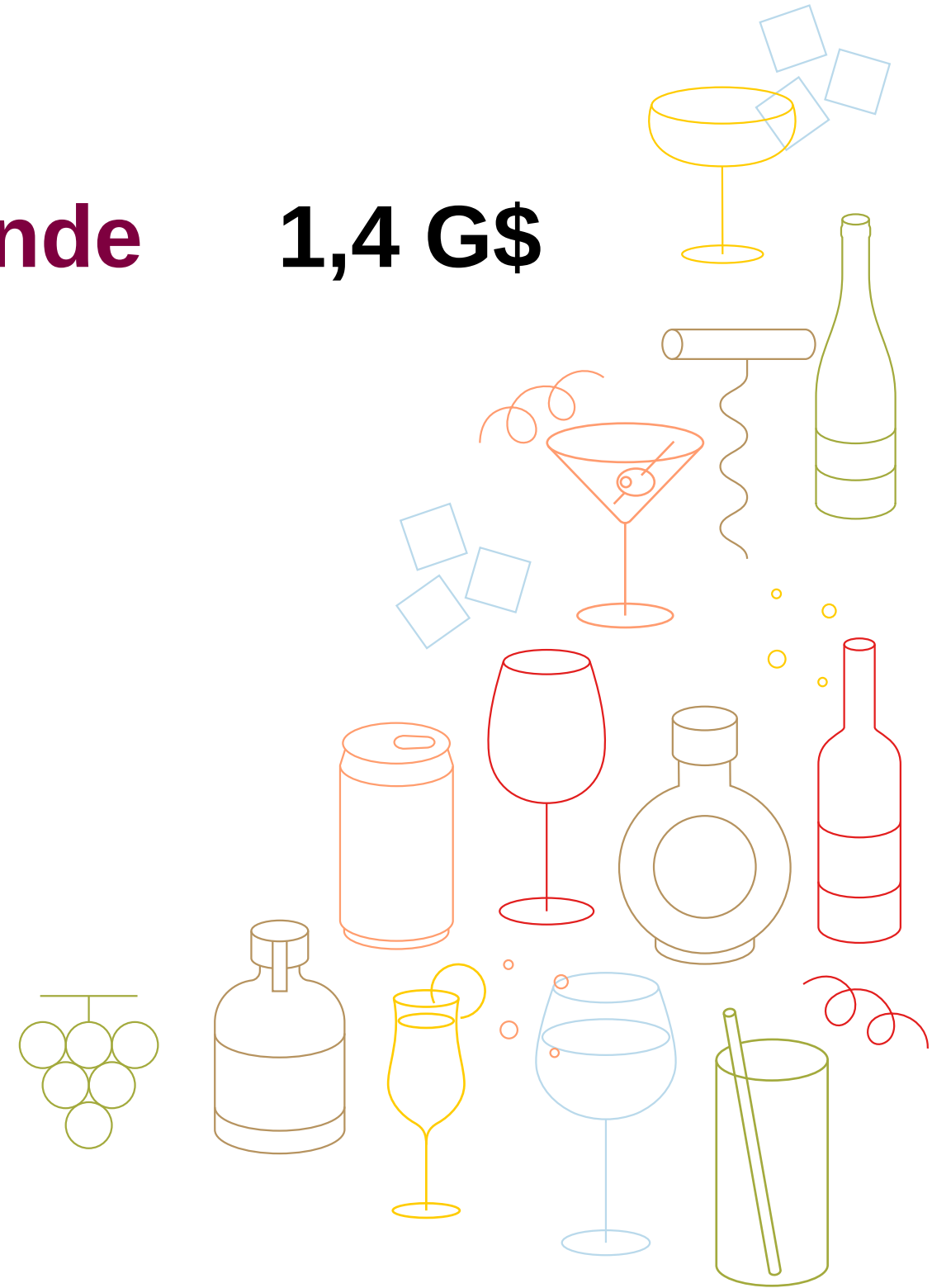
↑ Agences et autres clients

↑ Grossistes-épiciers

 **SAQ.COM**

↓ Importations privées

↓ Consommateurs



Marché consommateur



Ventes

3,013 G\$ | - 2,5%



Achalandage

**58,2 M
transactions**

- 4,3%



**Prix moyen
bouteille**

17,38\$

stable



Volume

148 M litres

- 4,9%



Le profil de Sandrine



Profil :

Passionnée

Pastille de goût :



Amatrice de :

bio

blanc

bulles

France

Le profil de Sandrine



Profil :

Passionnée

Pastille de goût :



Amatrice de :

bio

blanc

bulles

France

Notre contexte d'affaires

Sandrine Bourlet
Vice-présidente
Commercialisation

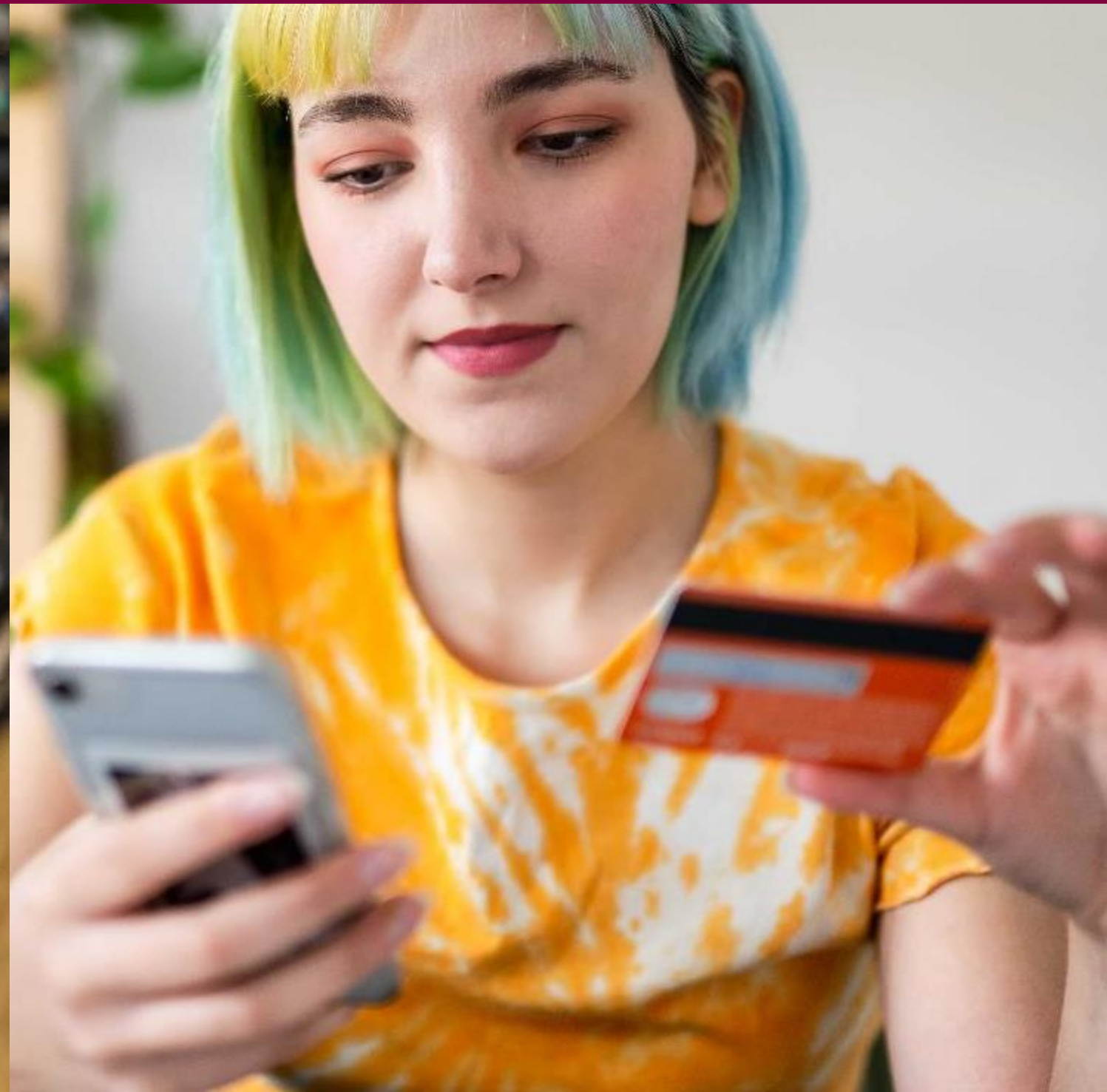




Les générations se suivent, mais ne se ressemblent pas!



Rejoindre le client là où il est!





Comment croître la part de marché de la SAQ?

63%

de la vente
d'alcool au
Québec



37%

des ventes
se font hors
SAQ

Le profil de Josée



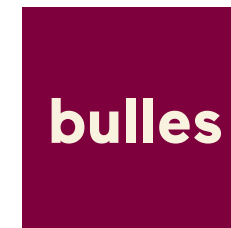
Profil :

Passionnée

Pastille de goût :



Amatrice de :



Le profil de Josée



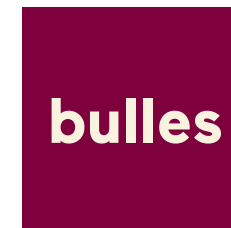
Profil :

Passionnée

Pastille de goût :



Amatrice de :



La GDO s'adapte au besoin client

Josée Dumas

Directrice

Gestion de l'offre et mise en marché



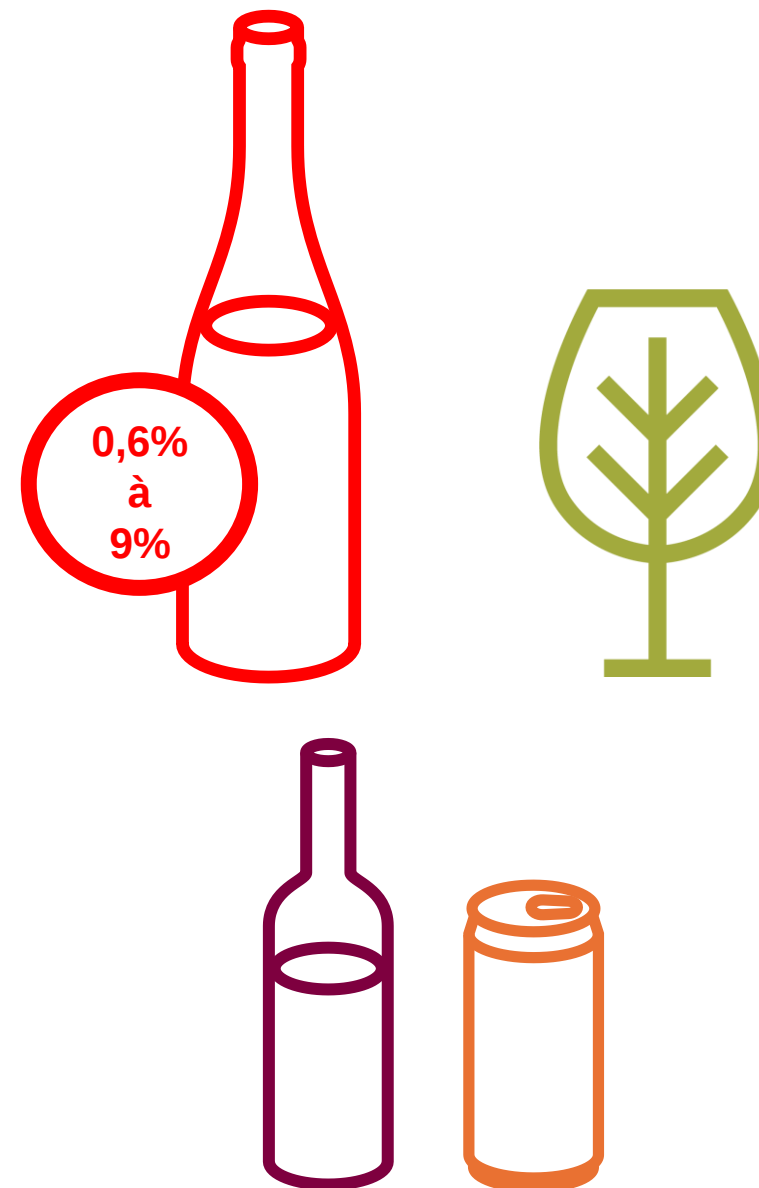
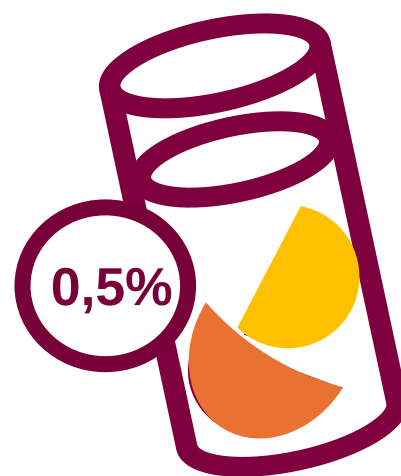


Tendances produits





Tendances produits



Plus de variété, plus de blanc

2024
2029

32%
↓

23%
↑

3%
↑

12%
↑

30%
↑

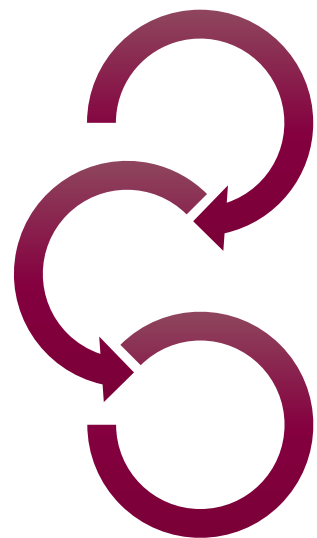




Combien de produits
ont été offerts aux
Québécois cette
année?

- A. 18 000
- B. 30 000
- C. 40 000

Nos pratiques évoluent



Optimisation des SL
Cycle de vie



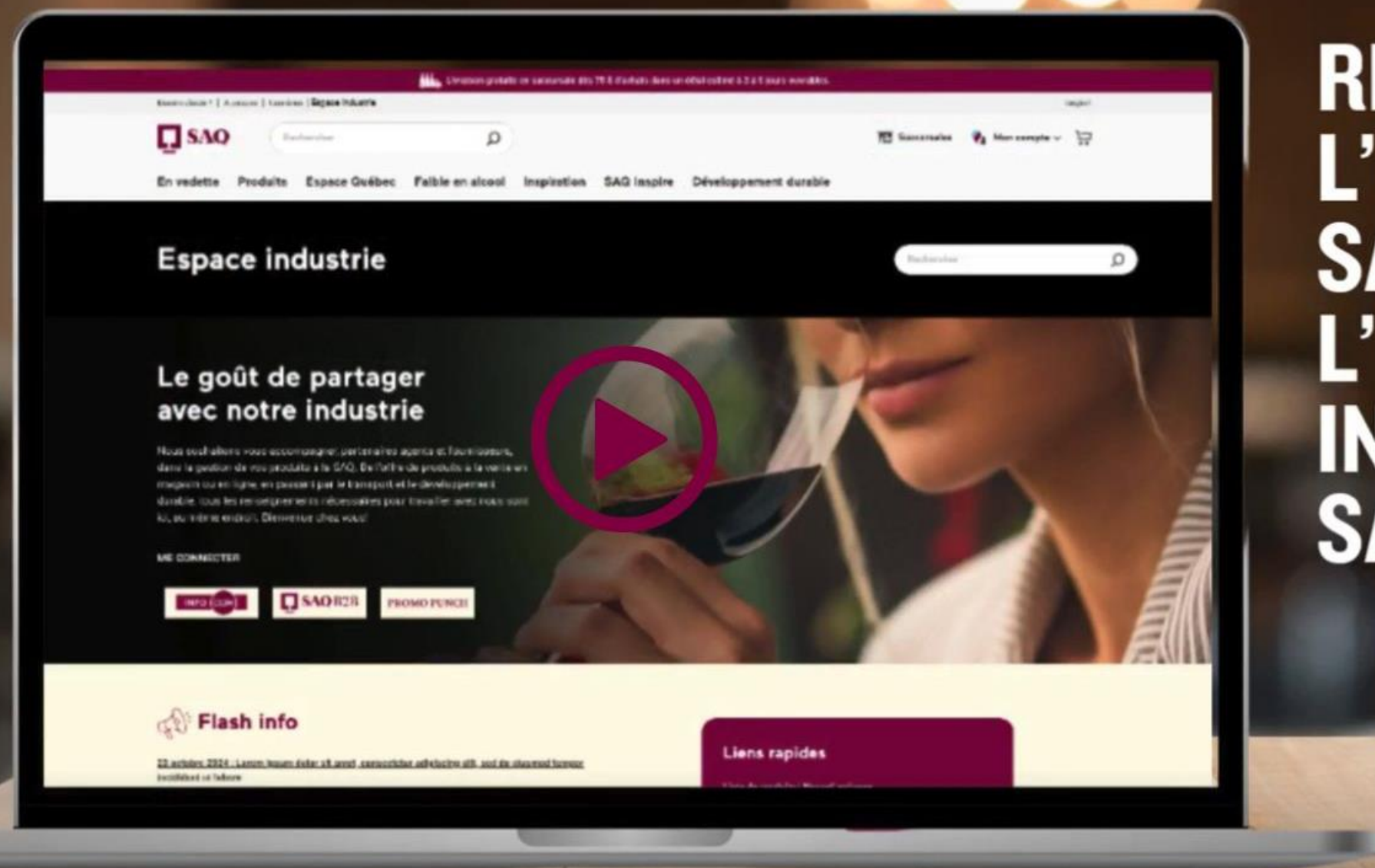
Promotions RA
en gré à gré



Nouvelles
réglementations



Des communications facilitées



**RETROUVEZ TOUTE
L'INFORMATION DE
SAQ-B2B DANS
L'ESPACE
INDUSTRIE DE
SAQ.COM.**

Le contexte change. Le client change.

Baisse de la
consommation

Évolution
démographique

Tendance des
habitudes d'achats

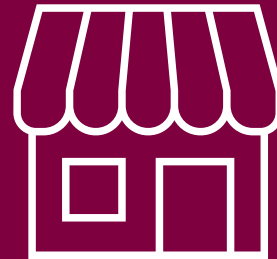
Comportement
de la clientèle



+



+



+



Ensemble, on s'adapte.

Une SAQ plus forte qui offre plus de commodité



Toute la variété
En ligne et avec
la Boutique IP



Des pilotes magasin
et hors magasin



Plus de modèles
de livraison



Période de questions

Le profil de Roxane



Profil :

Passionnée

Pastille de goût :



Amatrice de :



Le profil de Roxane



Profil :

Passionnée

Pastille de goût :



Amatrice de :

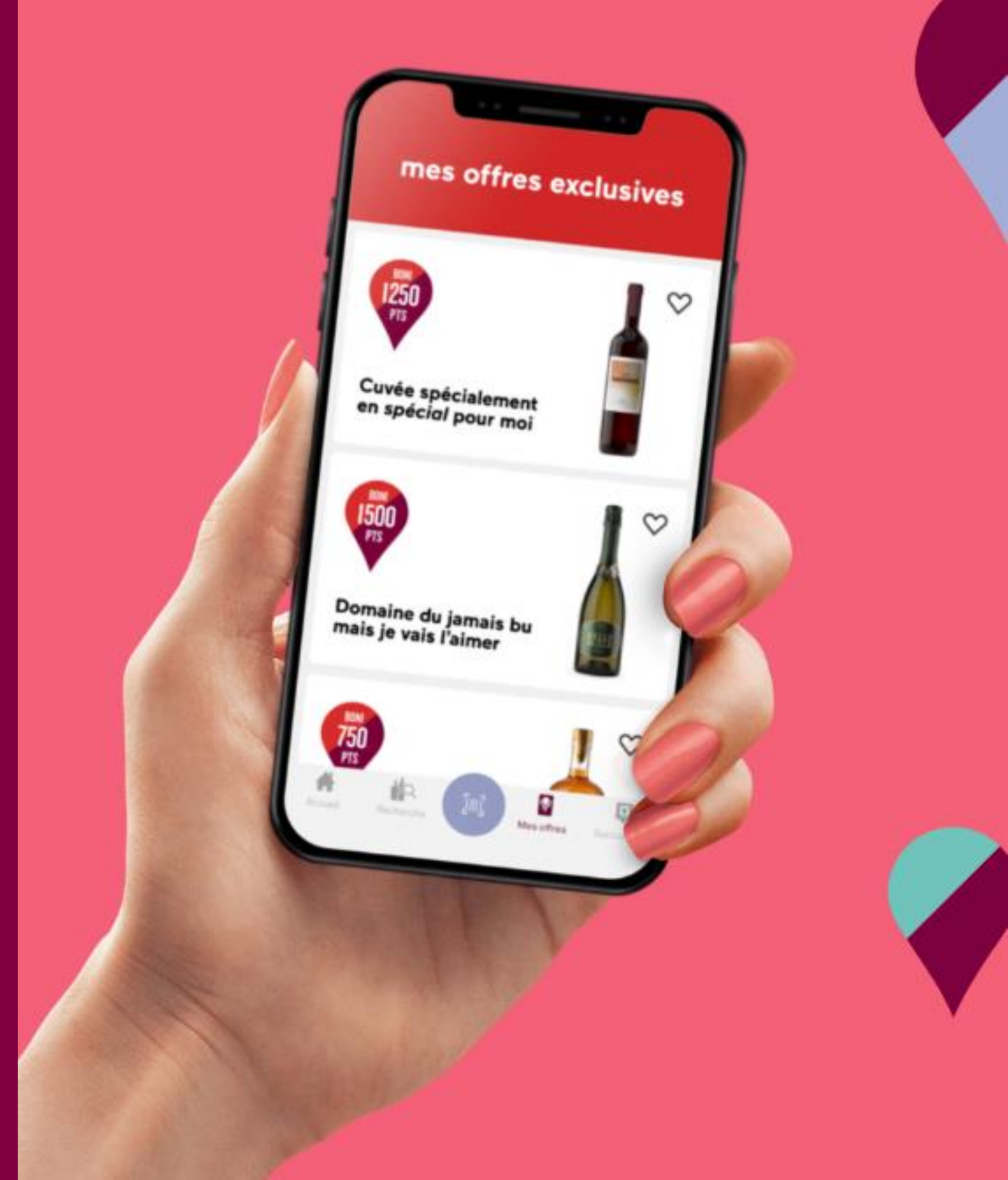


Une approche marketing adaptée

Roxane Lalonde

Directrice

Marketing et expérience client





Engager tous nos clients



**L'ÉTÉ EST COURT.
LA DISTANCE ENTRE NOUS AUSSI.**

**XX KM
ADRESSE À VENIR**

SAQ

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

**L'ÉTÉ EST TROP VITE PASSÉ
POUR SE PASSER D'UN BON ROSE.**

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

SAQ

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

**JUILLET:
MOIS DE 31 JOURS
TOUJOURS TROP COURT.**

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

SAQ

**L'ÉTÉ EST COURT.
ÉTIREZ LA SOIRÉE.**

SAQ

**L'ÉTÉ SE VIT SUR-LE-CHAMP
OU SUR LE BALCON.**

SAQ

SAQ

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

SAQ

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

L'ÉTÉ DURE LE TEMPS D'UNE GORGÉE DE ROSE.

SAQ

AUJOURD'HUI L'ÉTÉ COMMENCE À RACCOURCIR.

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

SAQ

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

SAQ

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

SAQ

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

SAQ

L'ÉTÉ SE VIT SUR-LE-CHAMP OU LE BALCON.

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

SAQ

L'ÉTÉ EST BREF. BREF, PROFITEZ.

SAQ

PAS D'ÉTÉ À PERDRE.

LA VIE DEVRAIT TOUJOURS ÊTRE EN JUILLET.

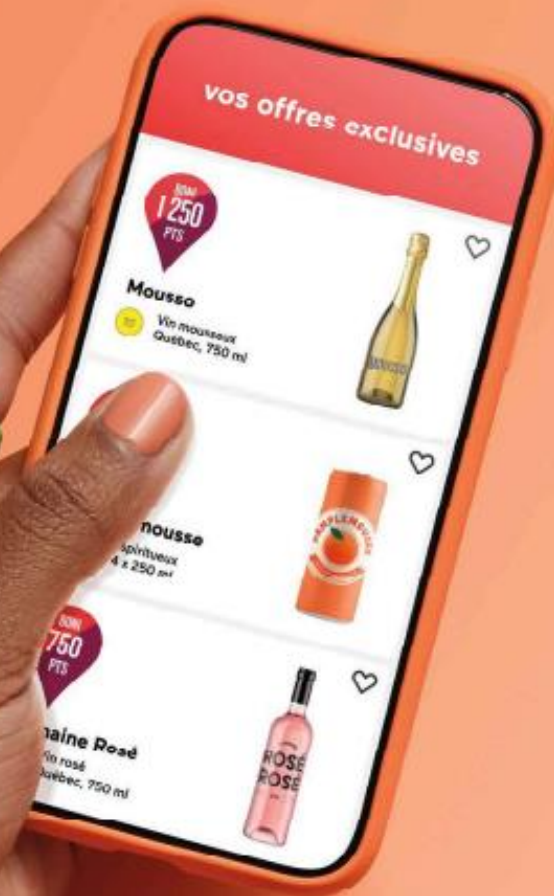
SAQ

Continuer d'inspirer nos clients



c'est le
printemps
de télécharger
l'appli

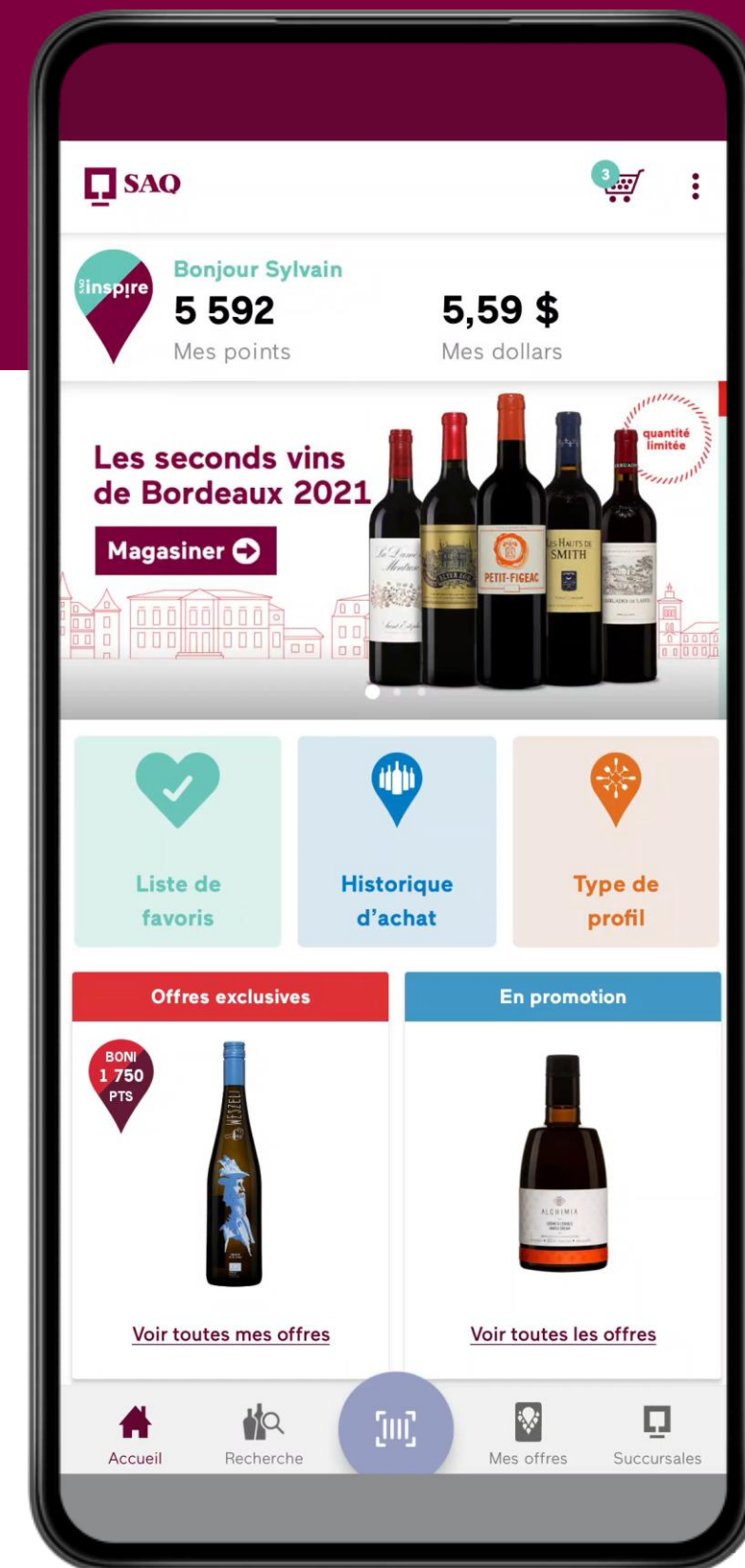
pour découvrir
vos offres et
vos économies



le goût de partager

- NOUVEL -
ARRIVAGE

Mieux engager les passionnés & connaisseurs



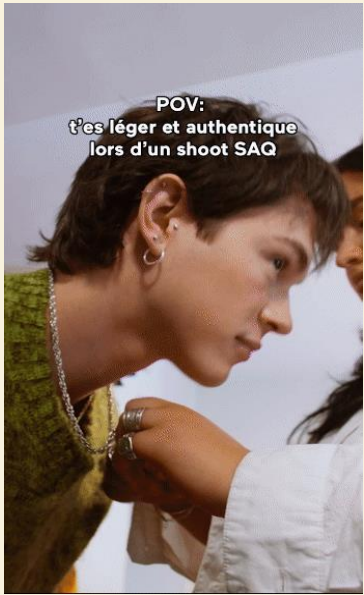
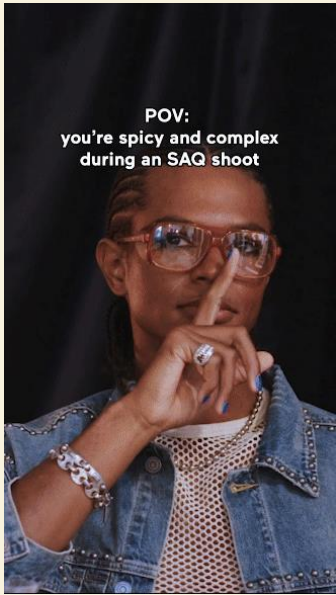
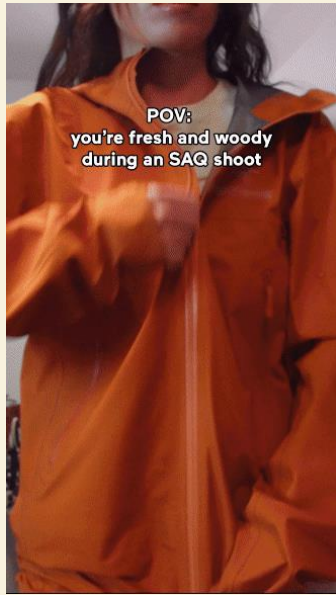
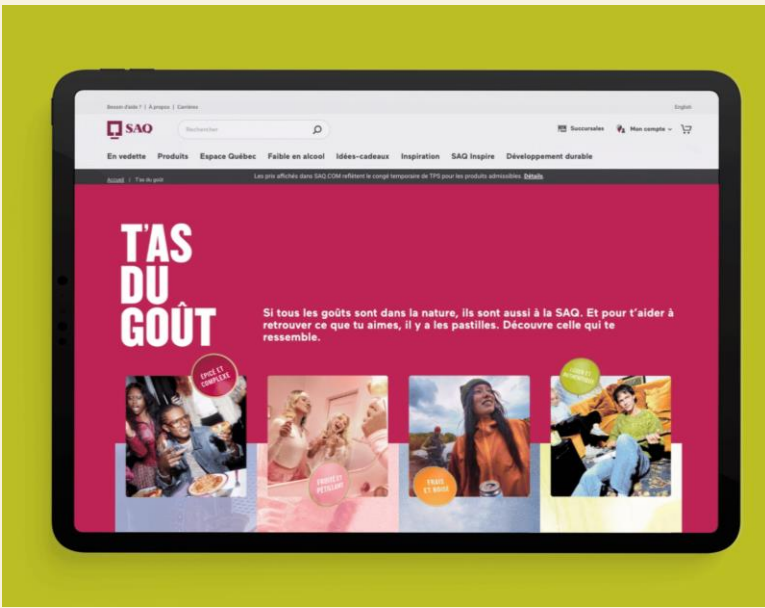
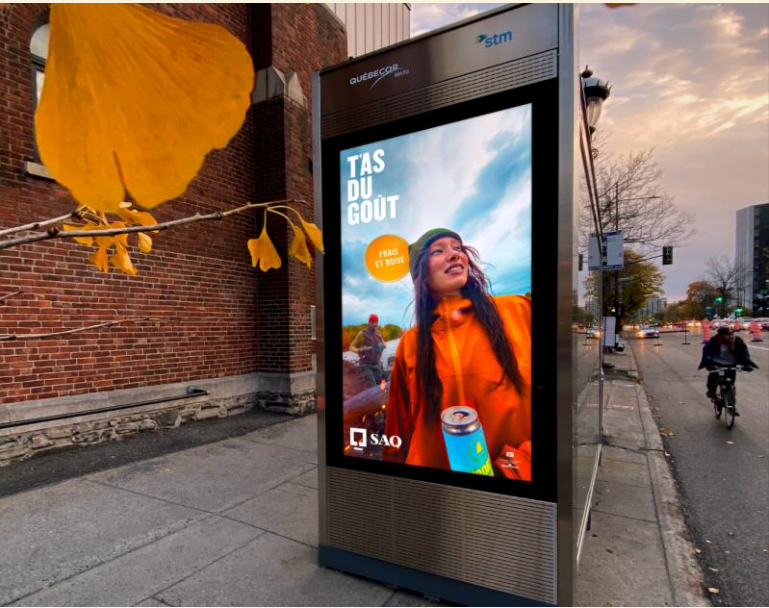
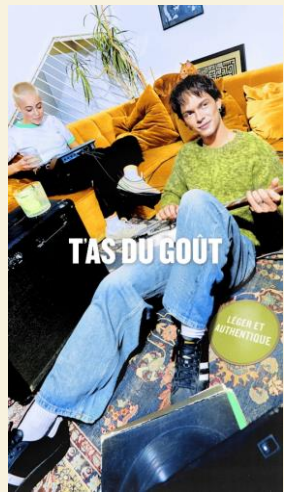



**10 ans,
ça se fête!**

Engager les
non membres
et les chasseurs
d'aubaines

SAMEDI 24 MAI SEULEMENT
**SUPER
SAMEDI** 20%
JUSQU'À ÉPUISEMENT DES STOCKS

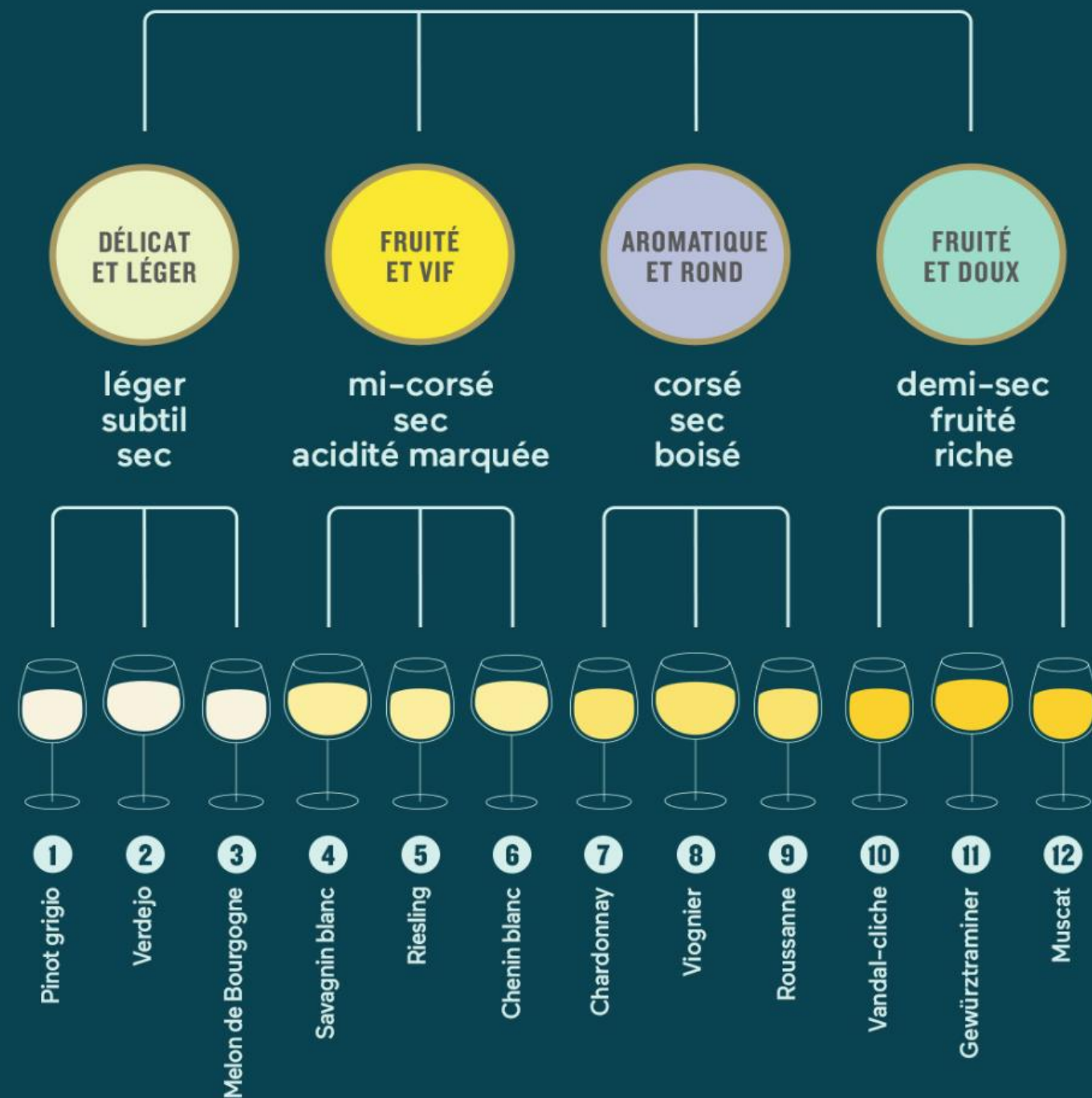




Mieux
éduquer
nos
clients

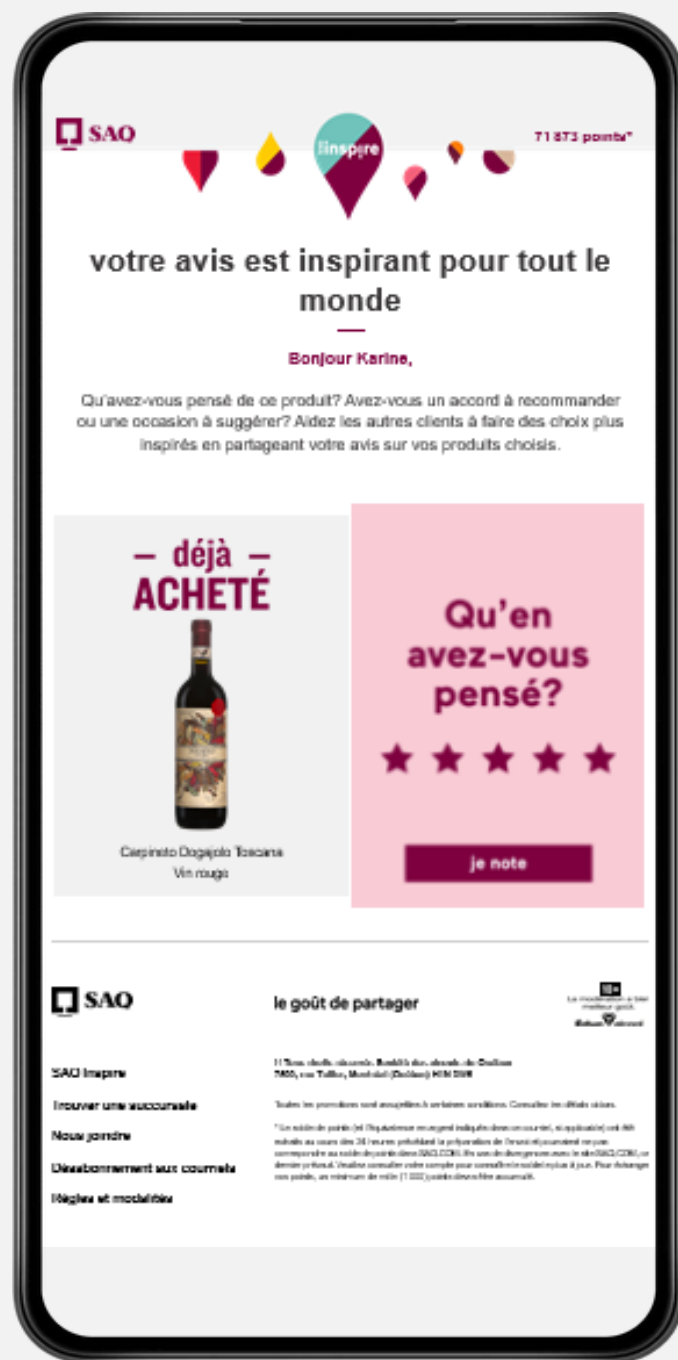


Vin blanc





De nouvelles opportunités pour se démarquer



Délicieux et doux!



Mon favori



super



Avis



4,65 sur 5





Créer plus d'expériences en succursale

espace COCKTAIL

GEORGES
DUBŒUF

LES
SPIRITUEUX FIN

SCOTCHS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

WHISKYS

JEU, VINS
ET CADEAUX!

Fun
Réserve

Fun
Réserve

Fun
Réserve

Fun
Réserve

Fun
Réserve

Fun
Réserve

NOUVELLE BOUTEILLE ECO-RESPONSABLE
NEW ECO-FRIENDLY BOTTLE

NOUVELLE BOUTEILLE ECO-RESPONSABLE
NEW ECO-FRIENDLY BOTTLE















Découvre la boutique
Jameson en SAQ et agence-toi
à ton spiritueux favori 🍷



SAQ

Rechercher

En vedetteProduitsEspace QuébecFaible en alcoolInspirationSAQ InspireDéveloppement durable

AccueilProduitsJameson

Vivez l'expérience Jameson

Signé J

Il y a les modes, et il y a les classiques. Comme les rayures, les couleurs nobles, la qualité, un cocktail qui se passe de présentation et le whiskey irlandais. Dans tous ces cas, on peut compter sur Jameson pour livrer la marchandise, littéralement.

En grande première, on propose quelques articles à la hauteur de la marque et de ton style : un chapeau bob, un polo rugby, des chaussettes côtelées et un verre. Tous bien conçus pour passer à travers les années.

JAMESON

WHISKEY OFFICIEL DU CF MONTREAL

Jameson, prêt-à-boire et à porter

Achetez les articles Jameson en ligne ou visitez la boutique de marque, seulement à la SAQ Ateliers Angus et SAQ Quartier DIX30.

Chaussettes côtelées

15,95 \$

Acheter

Chapeau bob réversible

29,95 \$

Acheter

Verre à cocktail highball

9,95 \$

Acheter

Polo rugby à rayures unisexe taille L

129,75 \$

Acheter

Pays

+

Région

+

Prix

+

Disponibilité

+

Taux de sucre

+

Degré d'alcool

+

Format

+

Pastille de goût

+

Type de spiritueux

+

8 résultats

Pertinence

Jameson

Whiskey Irlandais | 750 ml | Irlande

Code SAQ 10157

★★★★☆ (37)

42,25 \$

✓ En ligne ✓ En succursale

Jameson

Whiskey Irlandais | 375 ml | Irlande

Code SAQ 230987

★★★★☆ (5)

22,40 \$

✓ En ligne ✓ En succursale

Jameson, Caskmates Édition Stout

Whiskey Irlandais | 750 ml | Irlande

Code SAQ 12729798

★★★★☆ (79)

46,00 \$

✓ En ligne ✓ En succursale

**Notre
engagement:
travailler en
collaboration
avec vous**



Raspipav



CÉRÉMONIE DES PRIX



Période de questions

Visitez les kiosques!

Évolution du guide fournisseur

- Centre automatisé de Montréal (CAM)
- Code de conduite des fournisseurs
- Exigences gouvernementales et nouvelles réglementations
- Responsabilité sociétale
- Transport international et approvisionnement

Nouvelles initiatives

- Mini agences urbaines
- Agences SAQ
- Livraison de dépannage avec plateformes collaboratives
- Pilotes Assortiments de produits en succursale

Forfaits promotionnels, publicitaires et exécution

- Boutiques de marque et déclinaison
- Dégustations
- Forfaits numériques
- Plancher personnalisé
- Promopunch

Nouveautés Inspire et calendrier marketing

- Calendrier marketing
- Nouveautés Inspire
- Nouvel arrivage personnalisé en succursale (NAPS)
- Parcours client
- Offres personnalisées

Nouvel arrivage et boutique IP

- Nouvel arrivage
- Spécialité par lot (SL)
- Importations privées
- Boutique IP

Bonne pause!

Visitez les kiosques

BLITZ D'INFORMATION 2025

CÉRÉMONIE DES PRIX



Nos nouvelles initiatives

Luc Bourdeau

Vice-président

Développement stratégique, Chaîne d'approvisionnement

Michel-André St-Jean

Directeur

Marketing numérique

Ariane De Warren

Directrice

Clientèle affaires

Martin De Lottinville

Directeur

Projets et mise en marché





Pourquoi le Centre Automatisé de Montréal?

+ de
produits
offerts sur
SAQ.COM
à l'unité

Livraison
accélérée



Pour le client



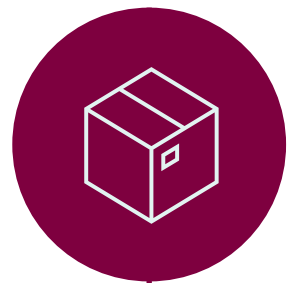
Pour l'industrie

Exactitude
des stocks
expédiés

Opportunité
d'augmenter
l'offre IP sur
SAQ.COM



Qui dit automatisation dit conformité



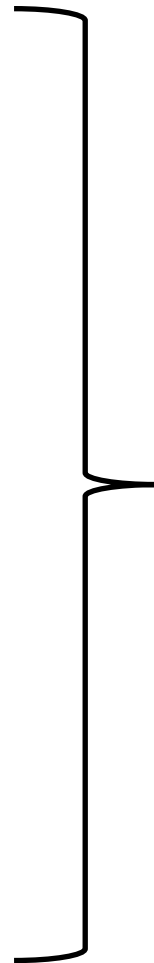
9 M de caisses
pour les succursales



Consommateurs
SAQ.COM et IP



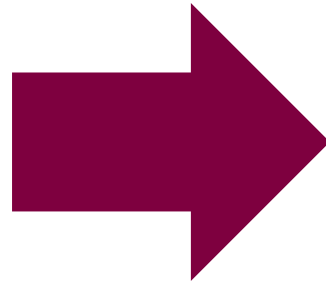
Titulaires de permis



**100% des
produits**

**RA
SA
SL
IP**

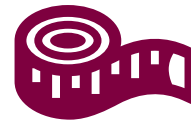
**Qui dit
automatisation
dit conformité**



Identification des produits par la caisse et non par la bouteille



**Code à barre lisible et bien
positionné**



Poids et dimensions



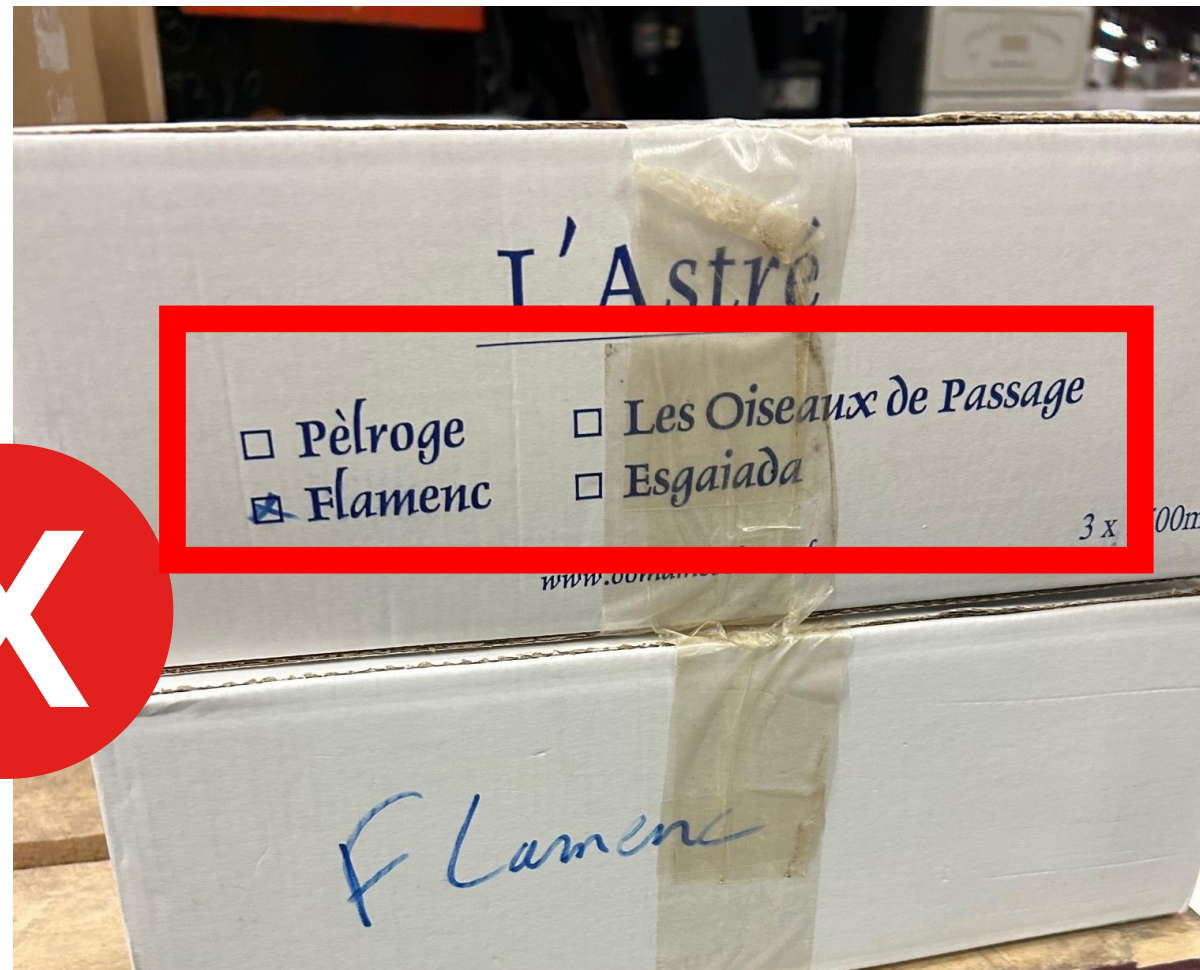
Conditionnement de la caisse



**Palettisation caisse conforme
pour RA et SA**

**Caisse non reconnue => « rejetée »
et correction requise**

Code à barre doit être présent sur deux côtés de la caisse



Absence de code à barre



Pellicule requise pour garder les produits avec le plateau



Pas de pellicule



Avec pellicule

La caisse doit être de dimension compatible au contenu



Caisse non valide



Les caisses ne doivent pas être collées entre elles



Les caisses doivent remplir convenablement l'espace sans créer un jeu excessif



Les caisses doivent être dans la même orientation (patron)

X



Problème caisses du milieu

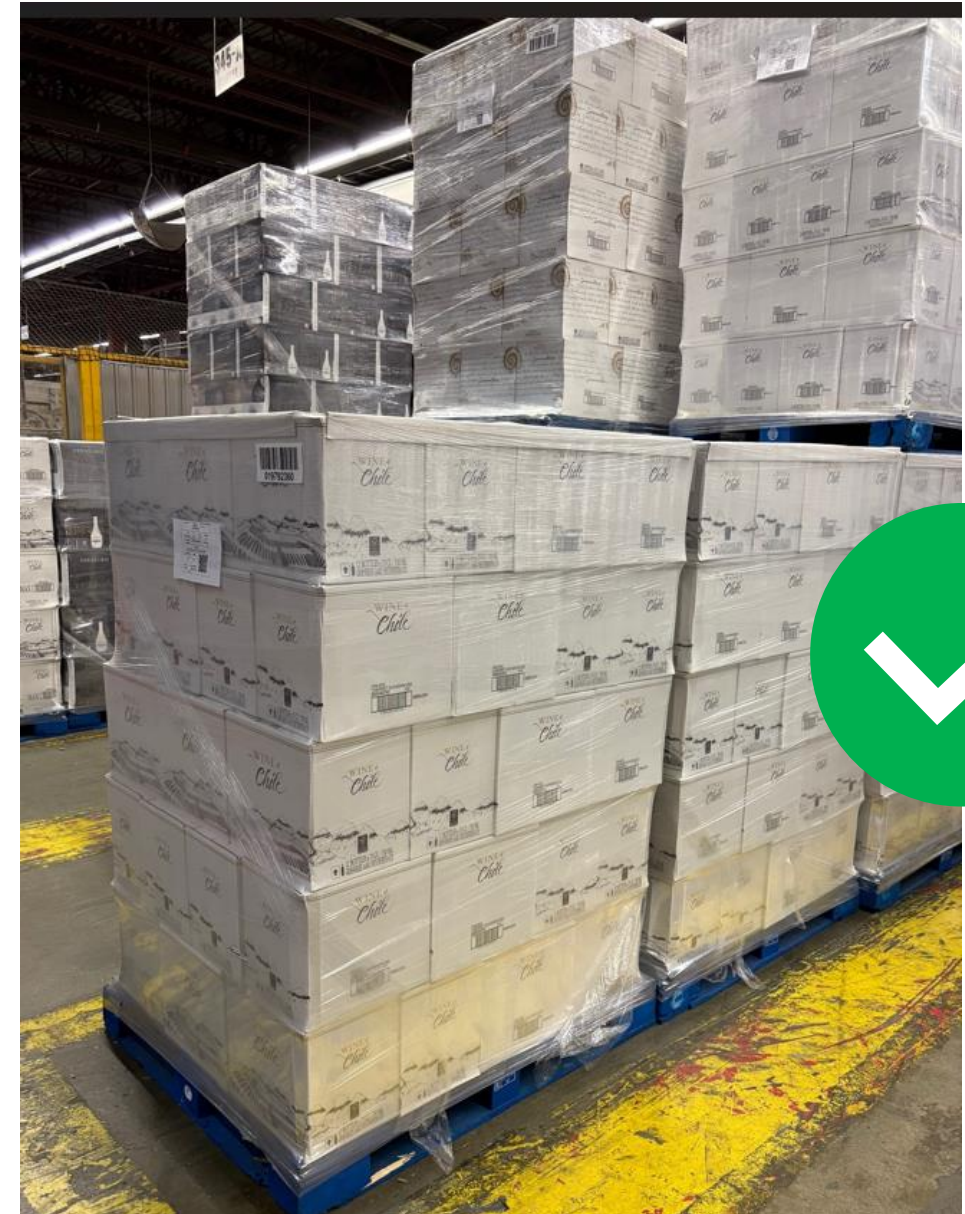
✓



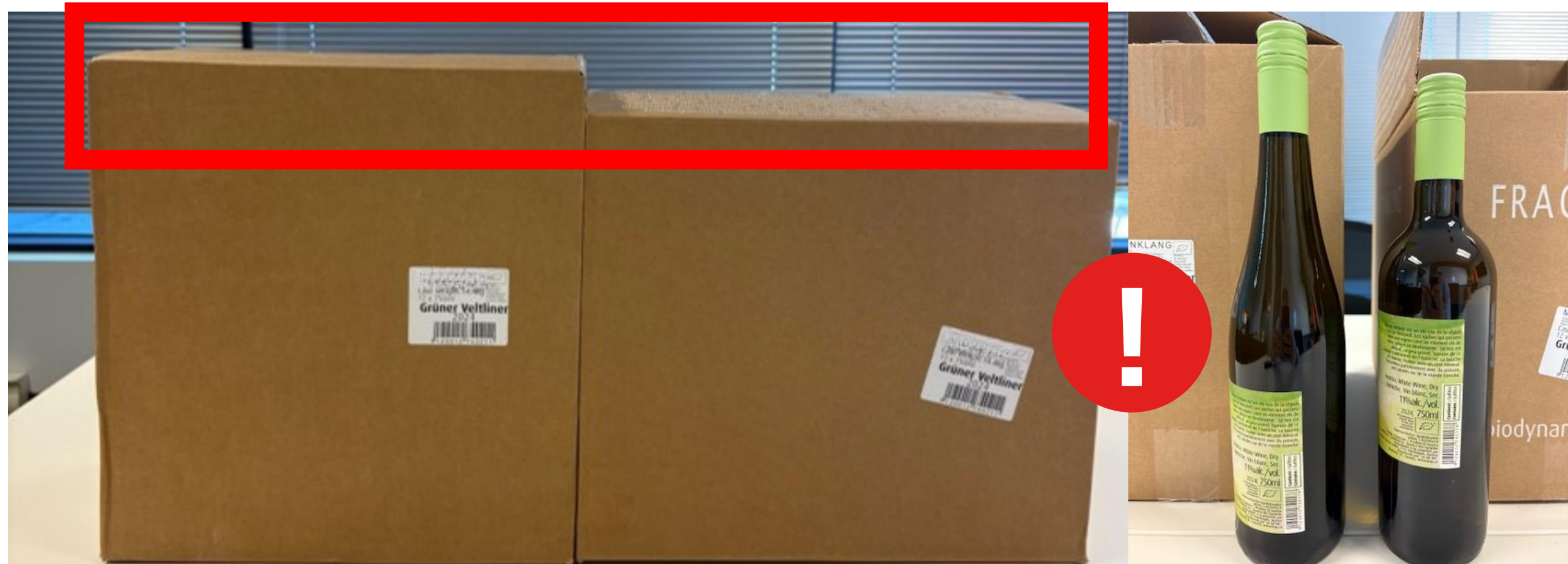
Le dernier rang doit être complet sur les palettes achetées



Dernier rang incomplet

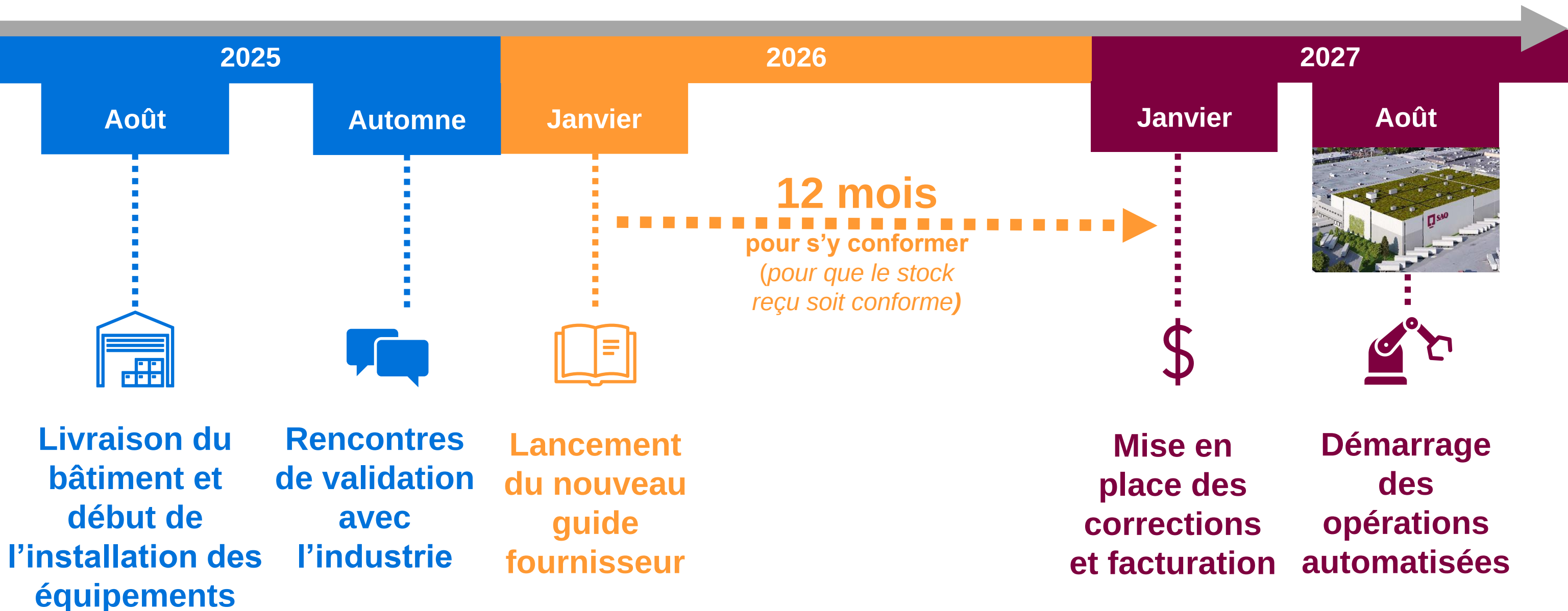


Communiquer le changement de dimension caisse (bouteille)



Changement de la bouteille impacte la dimension de la caisse
et l'algorithme de palettisation

Un nouveau guide fournisseur expliquera clairement les attentes envers les producteurs



**La
construction
avance!**



Livraison de dépannage avec des plateformes collaboratives



Livraison de dépannage

Pourquoi?

- **Pour répondre aux besoins de commodité** des Gen Z et milléniaux qui fréquentent peu nos succursales

Quel positionnement?

- **Offre produits de dépannage** (150 produits)
- **Pas de points Inspire**



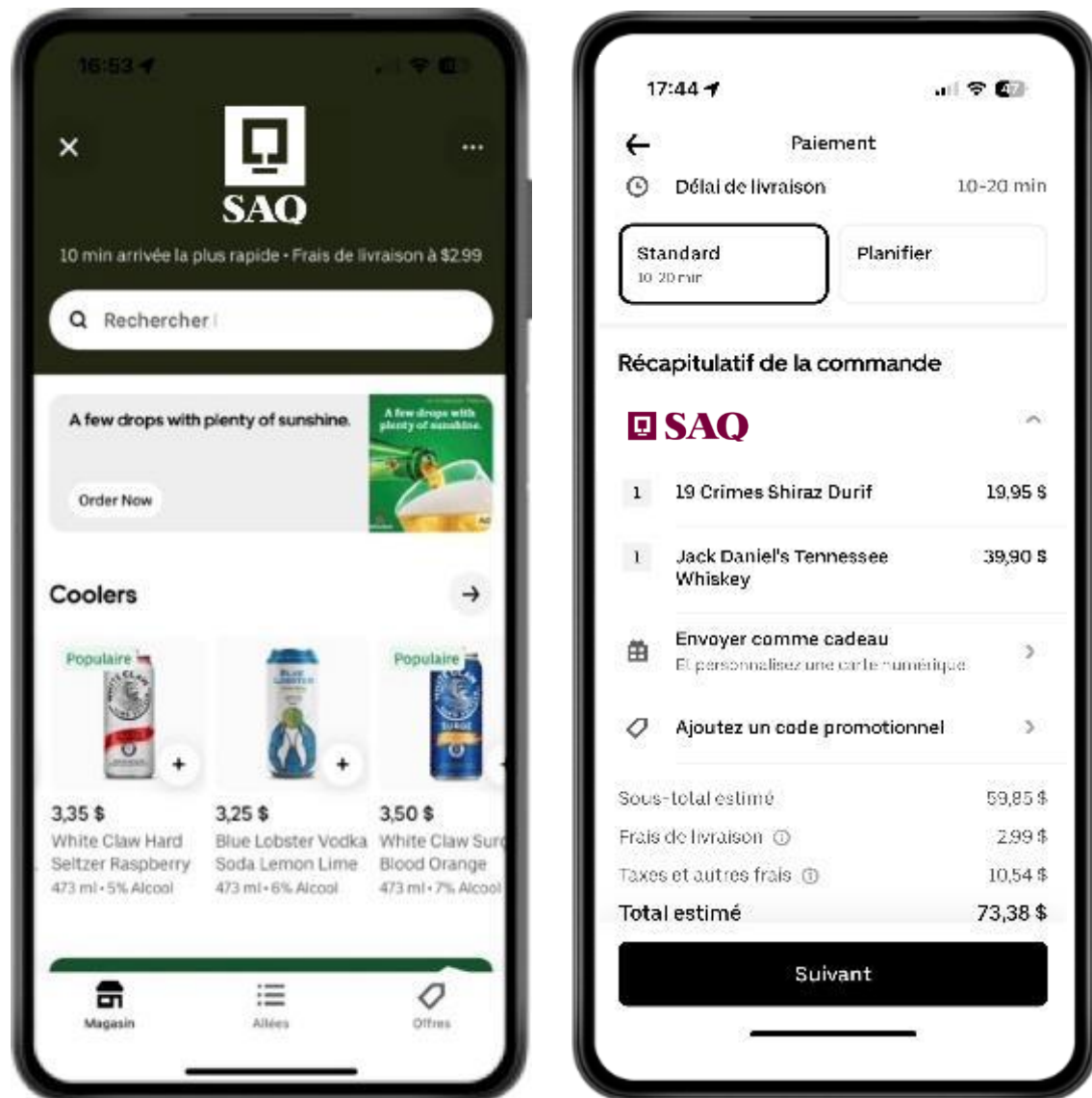
En 2024, quel est le % des foyers québécois ayant commandé de la nourriture via les plateformes de livraison?

- A. 20-35%**
- B. 35-50%**
- C. 57-70%**
- D. Plus de 70%**



Comment ça va fonctionner?

1 L'app partenaire propose une succursale à proximité, puis le client sélectionne et paie ses articles



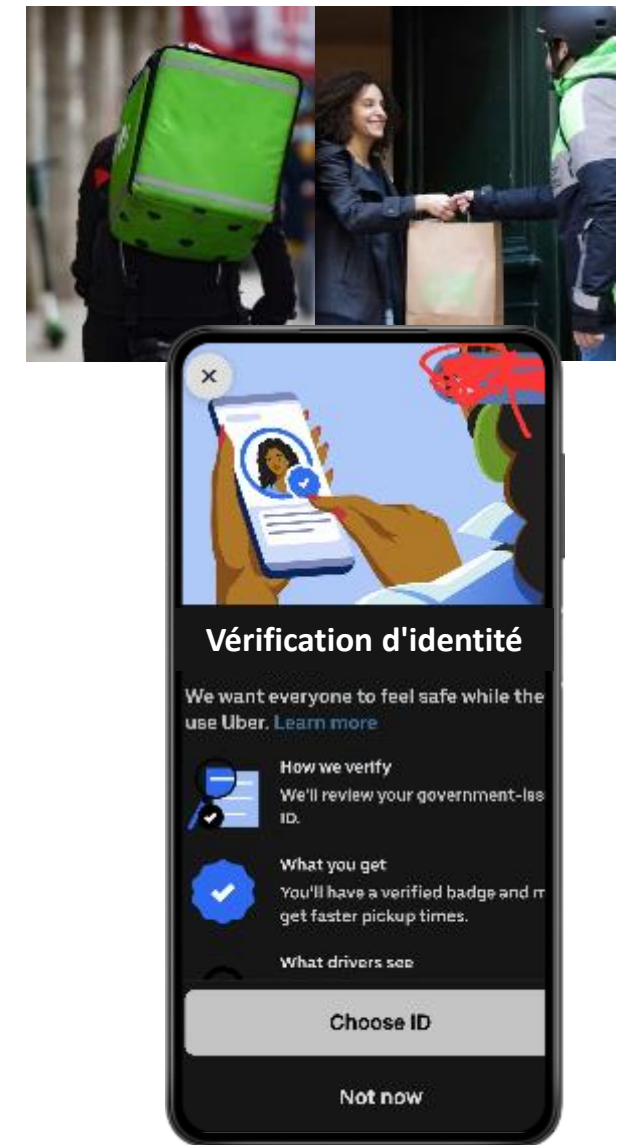
2 Le livreur cueille les produits en tablette



3 Le livreur paye la commande pour le client



4 Le livreur valide l'âge et la sobriété du client et remet la commande



Les grandes étapes du projet

Printemps - été 2025

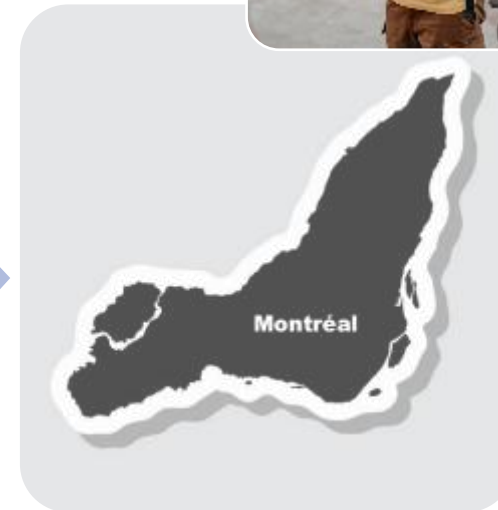


**Sélection du partenaire
de livraison et développement
de la solution**

Été 2025



**Sélection des
produits**



**Pilote sur l'île
de Montréal**

Automne 2025



**Élargissement
au reste du
Québec**

**si pilote
concluant**

Pilote de mini agences en zones urbaines



6
en juin
2025



100
fin 2025-
2026

Photos à titre indicatif

Les objectifs visés



**Nouvelles
clientèles**



**Nouvelles
parts de marché**



**Besoin de
commodité**

3 apprentissages lors des pilotes

1



Offre produit et son
accessibilité



3 apprentissages lors des pilotes

1



**Offre produit et son
accessibilité**

2



**Localisation et
flux logistique**

3

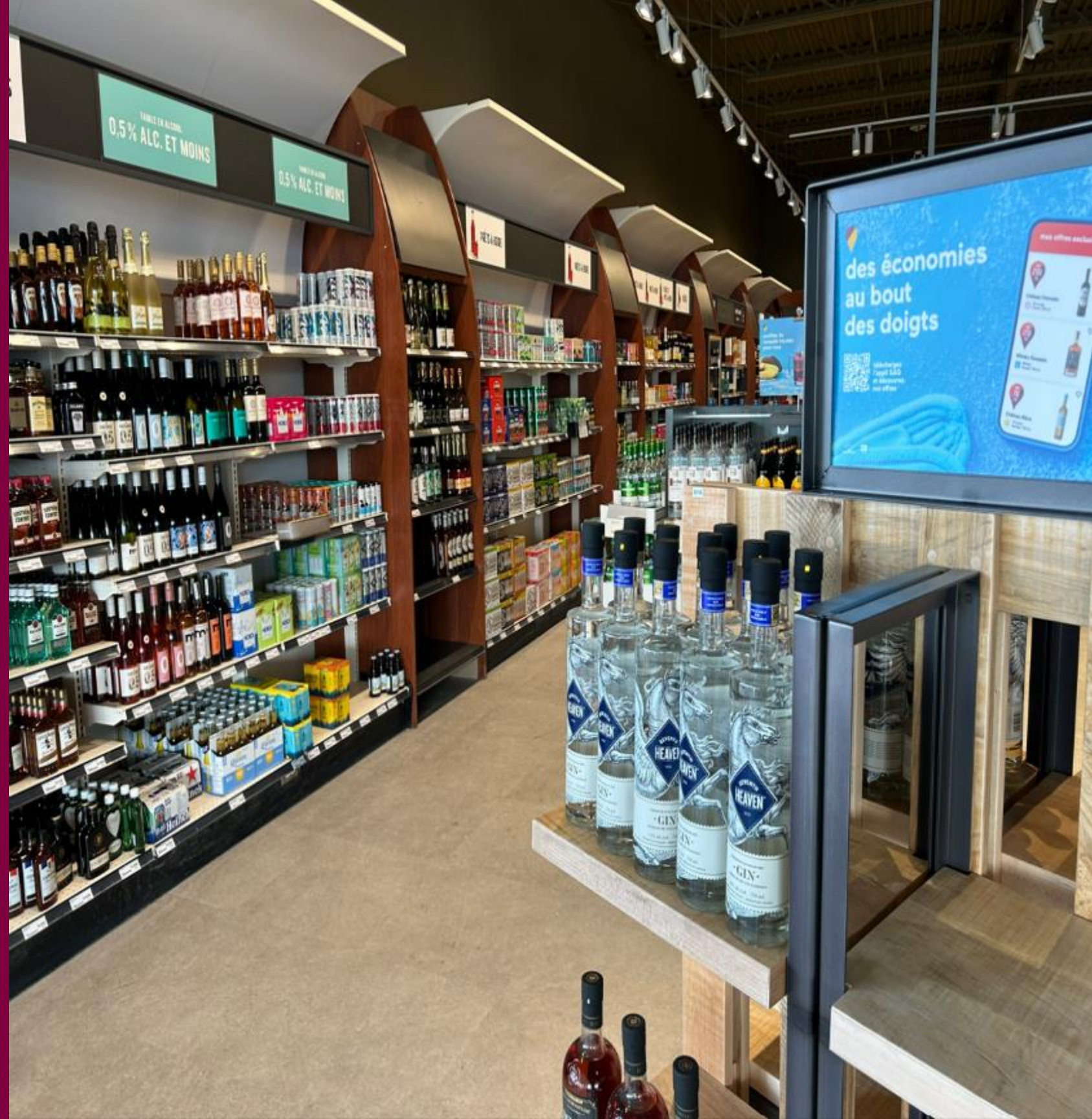
18+

**Standards de vente
à respecter**

Nos premières mini agences



Pilotes Assortiment en succursale



1

Création d'univers plus forts

espace **COCKTAIL**

BULLES & CIE

FAIBLE EN ALCOOL
0,5 % ALC. ET MOINS



PETITS FORMATS

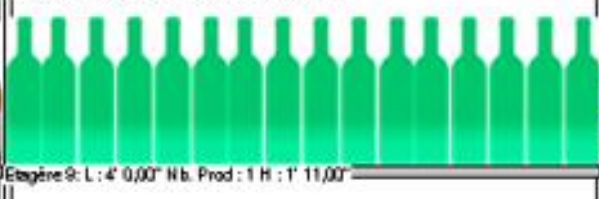
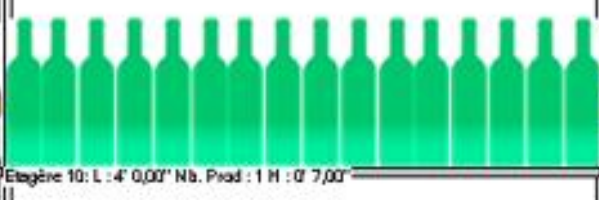


**CIDRES ET
PRÊTS-À-BOIRE**

ROSÉS

2

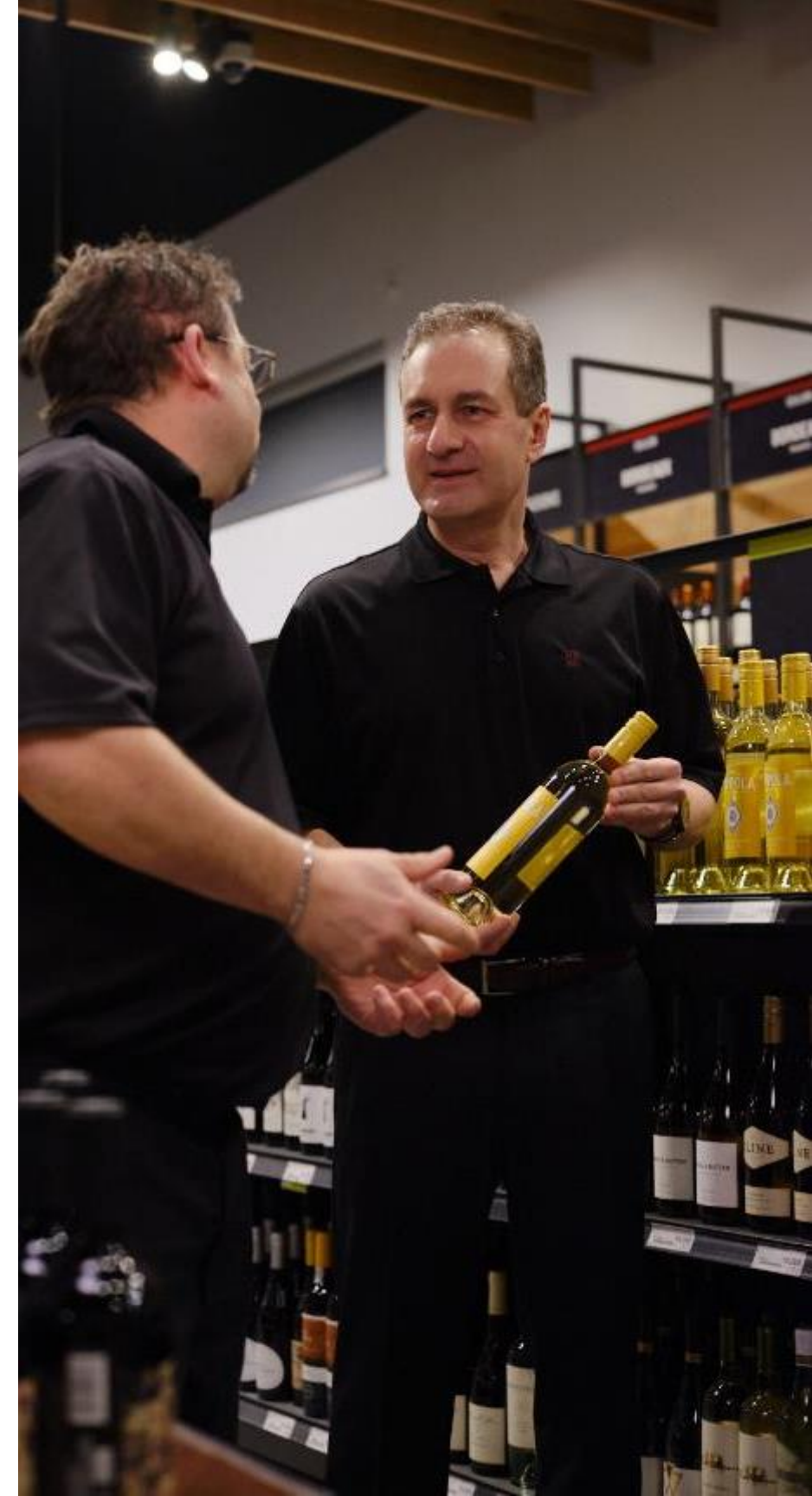
Jumelage des vins RA et SA

France Sud blanc	Zone flex	France Nord blanc
 Etagère 1: L : 8' 0,00" Nb. Prod : 10 H : 5' 8,00"	 Etagère 6: L : 4' 0,00" Nb. Prod : 1 H : 5' 8,00"	 Etagère 11: L : 7' 0,00" Nb. Prod : 8 H : 5' 8,00"
 Etagère 2: L : 8' 0,00" Nb. Prod : 9 H : 4' 5,00"	 Etagère 7: L : 4' 0,00" Nb. Prod : 1 H : 4' 5,00"	 Etagère 12: L : 7' 0,00" Nb. Prod : 7 H : 4' 5,00"
 Etagère 3: L : 8' 0,00" Nb. Prod : 9 H : 3' 2,00"	 Etagère 8: L : 4' 0,00" Nb. Prod : 1 H : 3' 2,00"	 Etagère 13: L : 7' 0,00" Nb. Prod : 8 H : 3' 2,00"
 Etagère 4: L : 8' 0,00" Nb. Prod : 9 H : 1' 11,00"	 Etagère 9: L : 4' 0,00" Nb. Prod : 1 H : 1' 11,00"	 Etagère 14: L : 7' 0,00" Nb. Prod : 8 H : 1' 11,00"
 Etagère 5: L : 8' 0,00" Nb. Prod : 10 H : 0' 7,00"	 Etagère 10: L : 4' 0,00" Nb. Prod : 1 H : 0' 7,00"	 Etagère 15: L : 7' 0,00" Nb. Prod : 9 H : 0' 7,00"

3

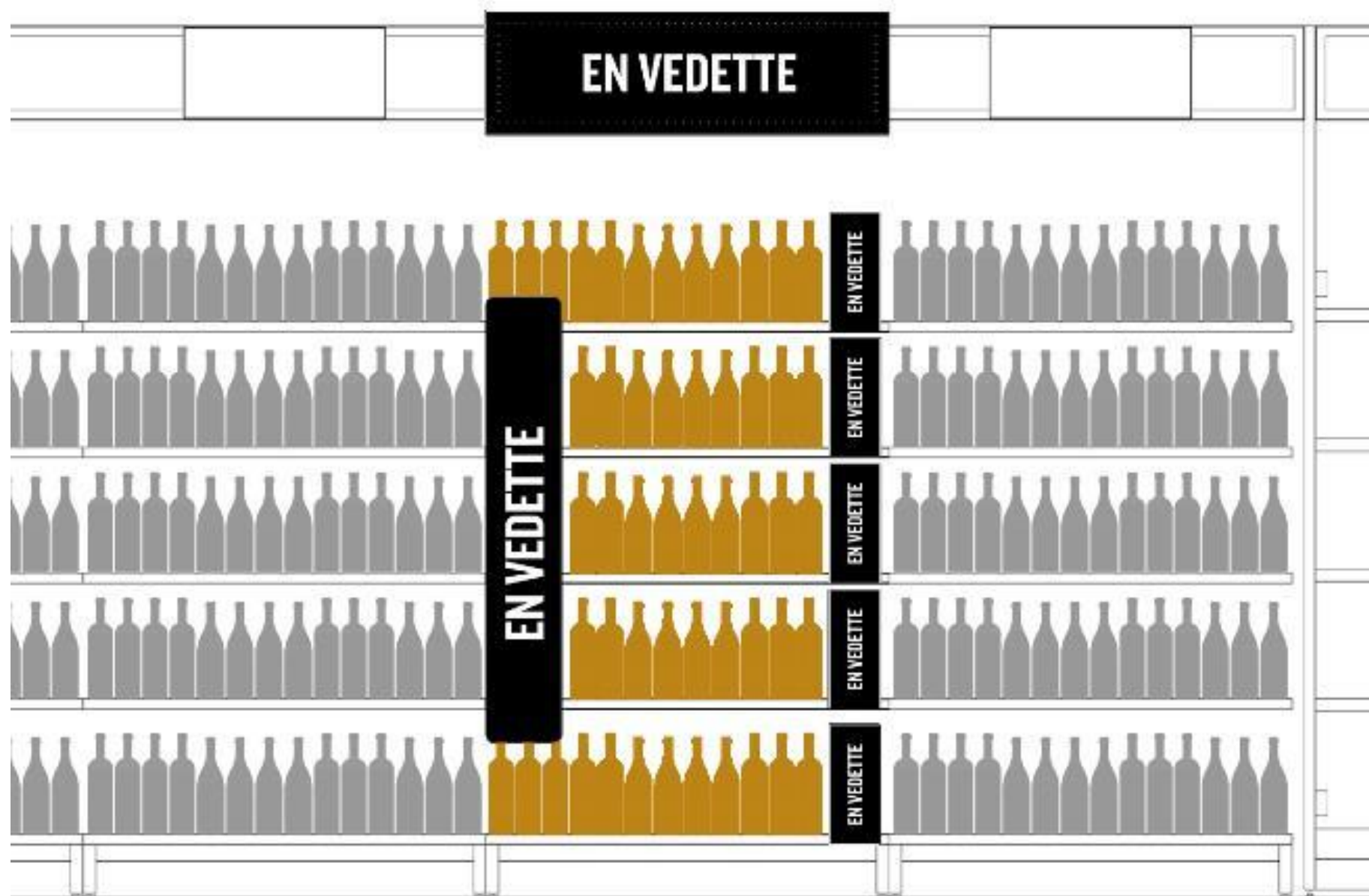
Favoriser la découverte

CELLIER



4

Plus d'expériences



Les succursales pilotes

Pierrefonds



Fabreville



Brossard



Mentana



Jean-Brillant



Sherbrooke



Période de questions

CÉRÉMONIE DES PRIX



