

Supermarchés santé Avril Québec, les coulisses d'une enseigne bio à mission

Bio Linéaires a rencontré Rolland Tanguay, président d'Avril, en marge de Biofach 2025. Plus qu'une chaîne de magasins spécialisés bio (MSB), les supermarchés santé Avril sont une destination de bien-être tout-en-un. Rolland Tanguay nous présente ce concept québécois unique en son genre.



Rolland Tanguay, fondateur et propriétaire des magasins Avril Supermarché Santé.

Bio Linéaires : Avril est un concept hors norme. Quelles en furent les étapes clé depuis sa création, il y a tout juste trente ans ?

Rolland Tanguay : Ni Sylvie Senay, l'initiatrice et cofondatrice d'Avril, issue du secteur bancaire, ni moi, entrepreneur en construction, n'étions prédestinés à cette aventure.

Du premier magasin de 1 000 pieds carrés (Ndlr : soit 93 m²), ouvert en 1995 à Granby sans ambition particulière, à nos trois plus grands Avril supra-régionaux à Laval, Saint-Bruno et Québec, qui font plus de 45 000 pieds carrés (4 200 m²), c'est Avril qui nous a toujours façonnés et projetés vers de nouveaux projets.

D'ouvertures en ouvertures, à la fin de 2025, notre réseau comptera 13 supermarchés santé - plusieurs autres à horizon 2028 - et emploiera près de 1 500 personnes. Plus qu'une chaîne de MSB, les supermarchés santé Avril sont une destination de bien-être tout-en-un, qui considère la santé dans sa globalité et offre une expérience de shopping et de conseils uniques, complétée par un bistro dans chacune de ses succursales.

BL : Quel est le carburant de votre croissance ?

R. T. : Nos clients ! Avril est aujourd'hui un écosystème dont la dynamique de croissance est alimentée par les consommateurs eux-mêmes.

À l'occasion de chaque nouvelle ouverture, nous constatons que nos nouveaux visiteurs préfèrent ne plus retourner dans les magasins conventionnels, ni même dans les épicerie à escompte (Ndlr : discounters).

Pourquoi ? Sans doute grâce au très grand confort de nos magasins, à nos nombreuses promotions et à la convivialité de nos bistros, où peuvent être testés de nombreux produits vendus en magasin.

Ainsi, dans la plupart de nos supermarchés, les clients peuvent déguster des graines germées cultivées sous leurs yeux dans une magnifique serre en mezzanine de la surface de vente d'Avril à Laval !

BL : Quel est le rapport des Canadiens avec le bio ?

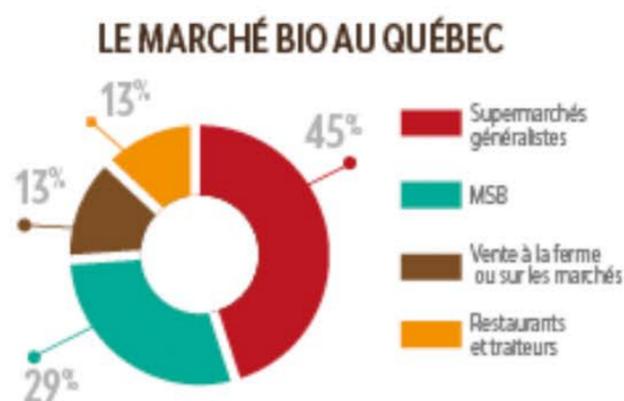
R. T. : Au Canada, 59,3 % des consommateurs sont prêts à payer plus cher pour du bio, car il incarne pour eux la protection de l'environnement, un mode de vie sain et le soutien aux agriculteurs locaux. Chez Avril, faire ses courses de produits naturels et bio est à la fois agréable et économique, c'est pourquoi notre taux d'achalandage est en constante croissance.

BL : Au-delà de servir des consommateurs qui ne font pas de compromis quant à leur santé, quelle est donc la mission d'Avril ?

R. T. : Notre mission est de rapprocher les Québécois d'un mode de vie sain, en rendant les produits naturels et bio accessibles à tous. Nous nous engageons également à promouvoir l'approche de la santé intégrative au Québec, c'est-à-dire une approche holistique combinant des thérapies conventionnelles et des recommandations alimentaires et biologiques. Nous sommes à ce titre le sponsor principal du Congrès de la santé intégrative, dont la seconde édition a eu lieu en janvier dernier.

Le marché bio au Québec en 2023

45 % des ventes de produits bio sont réalisées en supermarchés généralistes, pour lesquels ils représentent 3 % de leur chiffre d'affaires. Les MSB comptent pour 29 %, la vente à la ferme ou sur les marchés 13 % et les restaurants et traiteurs 13 %.



Denan et Associés

Exporter la bio innovante de France
Jean-Marc Denan



jm@denan.fr / www.denan.fr