

RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Septembre-Octobre
2014



ÉDITION
2014-2015

VOLET
DÉTAILLANT

DATE
FÉVRIER 2015

Le concours est de retour,
coutez la chance de gagner
un reportage à la télévision !
Plus de détails en **page 4**



**FRAIS
TRANSACTIONNEL**
Le fédéral souhaite
une baisse des taux
► P.8



ALCOOL
Le vin le plus
populaire est
vendu en épicerie
► P.9



CONGRÈS DE L'A.D.A.
Venez rendre
hommage aux
bâtisseurs !
► P.16

Point de vue

UN CONCOURS OÙ TOUT LE MONDE EST GAGNANT !

C'est officiel, la troisième édition du concours *Les Aliments du Québec dans mon panier* aura lieu en février 2015. C'est une nouvelle période qui ouvrira des possibilités nouvelles pour les participants. Dans les coulisses, l'A.D.A. et ses partenaires (Aliments du Québec et le MAPAQ) s'activent pour faire en sorte que cette édition soit couronnée de succès comme les années précédentes.

Parlant de succès, laissez-moi vous rappeler que, sans votre participation (détaillants et fournisseurs), ce concours n'aurait pas lieu d'être. Alors encore une fois, je vous invite fortement à participer en grand nombre et à rivaliser d'originalité dans votre mise en marché des aliments du Québec. Vous le faites déjà au quotidien dans vos opérations. C'est quoi d'y consacrer un effort additionnel pendant 4 semaines pour impressionner les juges, mais aussi vos clients. Pour y avoir participé chaque année, je peux vous confirmer que peu importe l'issue de la compétition, tout le monde en sort gagnant.

Surveillez vos courriels, vous serez informé sous peu du début des inscriptions. D'ici là, préparez-vous. Trouvez un partenaire (détaillant ou fournisseur) et commencez à réfléchir à votre projet de marchandisage. On dit toujours que le temps est une denrée rare, cette fois on vous en donne amplement, à vous d'en profiter.

CONGRÈS ANNUEL : FAITES VITE!

Pour ceux qui ne le savent pas encore, cette année, notre congrès annuel aura lieu les 14, 15 et 16 novembre prochain. Les inscriptions vont bon train, tellement qu'il risque de manquer de places pour ceux et celles qui ont l'habitude de réserver à la dernière minute. Si vous vous reconnaissez, FAITES-VITES puisqu'il serait dommage de devoir vous installer un campeur dans le stationnement du Hilton. Sans blague, nous vous invitons à confirmer votre présence le plus rapidement possible pour nous aider à vous accommoder.

En espérant que vous serez nombreux à participer au congrès, mais également au concours.

Amicalement,


Daniel Choquette
Président



VOTRE PRÉSENCE EST IMPORTANTE !

Cette année sera la 11^e édition de notre Temple de la renommée. En décembre 2003, lorsque j'ai été nommé président du conseil d'administration, il était important pour moi de reconnaître au sein de notre association celles et ceux qui nous ont tracé la voie.

En 2004, lors de notre première édition, nous avons intronisé Jean-Claude Messier, ainsi qu'Yvan Lambert. Je ne peux vous cacher ma très grande déception de voir si peu de gens se rassembler pour venir fêter nos premiers intronisés. L'année suivante, je suis passé de président du conseil à celui de président-directeur général de notre association et depuis, d'année en année, nous travaillons à améliorer la formule afin que ce genre d'événements vous plaise au plus haut point. Votre présence de plus en plus nombreuse nous prouve que nous sommes sur la bonne voie.

L'année dernière, lors de notre 10^e édition, nous étions près de 500 convives à venir célébrer nos bâtisseurs. Que de chemin parcouru! Je suis très fier de cette belle réussite.

En tant que PDG, je me permets donc cette année une petite entorse au protocole. Nous sommes projetés tous les jours dans ce tourbillon fou que nous ne pouvons contrôler. Durant toutes ces années qui sont passées, nous avons oublié une personne très chère à tous : GÉRALD LORD. Bien que ce dernier aurait dû être intronisé parmi les premiers, bien qu'il ait été impliqué de façon importante, bien que sa nomination au Temple de la renommée n'aurait dû être qu'une simple formalité, permettez-moi de corriger cette erreur de parcours dans le temps en reconnaissant ce grand homme et en lui permettant de rejoindre tous ces grands noms du commerce alimentaire. Gérald a été pour plusieurs d'entre nous un modèle et je suis fier de m'être assis un jour dans son confortable fauteuil de président.

Cette année devrait encore une fois nous propulser vers une plus grande participation de nos congressistes. Vous savez, il est très émouvant pour une personne nommée de voir ses proches, mais aussi ses confrères venir célébrer ce moment de vie très touchant.

Nous vous attendons en très grand nombre pour assister à ce congrès très convivial où nous introniserons vendredi soir Gérald Lord, marchand IGA décédé, ainsi que samedi soir Pierre Sévigny, marchands IGA, Yves Lebel, marchand Metro, Jean Pelchat, marchand Provigo retraité, ainsi que Robert Savoie de la Salaison St-André, petite surface.

Ne manquez pas cette occasion unique de venir fraterniser avec nous. Le dimanche, lorsque vous retournerez dans vos chaumières, nous espérons que vous serez enchantés de ces trois belles journées passées entre nous et que vous direz haut et fort WOW, comptez sur moi, je reviendrai l'année prochaine!

Votre présence en grand nombre nous démontre le support que vous manifestez envers votre association et stimule notre personnel à toujours se fixer des objectifs afin de mieux vous représenter, tout comme vous le faites chaque jour avec votre clientèle, ce qui fait que le marchand propriétaire est et sera toujours bien supporté par le consommateur québécois.

Je vous attends donc très nombreux à cet événement de prestige.


Florent Gravel
Président-directeur général



Fondée en 1955, l'Association des détaillants en alimentation du Québec (A.D.A.) est la seule association qui représente l'ensemble des détaillants propriétaires en alimentation du Québec. Sa mission est de défendre et de représenter leurs intérêts professionnels, sociopolitiques et économiques quels que soient leur bannière et le type de surface qu'ils opèrent.

Les articles publiés dans le RADAR relèvent de la responsabilité exclusive de leurs auteurs. Toute reproduction de textes ou d'extraits n'est permise que sur autorisation et doit porter la mention « Reproduit de la revue RADAR ».

Téléphone : (514) 982-0104 ▶ 1 (800) 363-3923

Télécopieur : (514) 849-3021 ▶ info@adaq.qc.ca

2120, rue Sherbrooke Est, bureau 900, Montréal (Québec)
H2K 1C3

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

ÉDITEUR

Florent Gravel
info@adaq.qc.ca

COMITÉ DE RÉDACTION

Mathieu Fraser
mfraser@adaq.qc.ca

Pierre-Alexandre Blouin
pblouin@adaq.qc.ca

DESIGN + DIRECTION ARTISTIQUE

Sylvain Toulouse
sylvaintoulouse.com

RÉVISION LINGUISTIQUE

Gabriel Doré
gabriel.dore@gmail.com

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

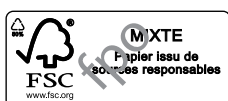
Daniel Choquette Président	André Forget Vice-président
Michel Dépatie Trésorier	Ginette Reid Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Dominic Arsenault	André Hubert
Caroline Bouchard	Guillaume Laroche
Jonathan Champagne	Jean-François Marcoux
Marcel Clermont	Mario Sauvé
Bruno Desrochers	Christian St-Jacques
Yan Gladu	André Tremblay

PERMANENCE DE L'A.D.A.

Florent Gravel
Président-directeur général
Pierre-Alexandre Blouin
Vice-président, Affaires publiques
Ginette Desjardins
Adjointe au président-directeur général et
coordonnatrice, section des membres-fournisseurs
Mathieu Fraser
Conseiller, Communications et affaires publiques
Louise Gravel
Directrice, Événements et base de données
Manon Dextras
Directrice, Finances et administration



Sommaire

CONCOURS : LES ALIMENTS DU
QUÉBEC DANS MON PANIER

4

SECTION MEMBRES-FOURNISSEURS (SMF)

5

Suivi de dossiers

ALCOOL

Nouvelle hausse de
la taxe sur l'alcool

Mise en marché de l'alcool :
une révision cet automne?

Bars ouverts jusqu'à 6 h :
la RACJ dit non

Prix minimum : Couche-Tard
et Julia Wine testent la RACJ

TABAC

Le gouvernement souhaite
renforcer la Loi sur le tabac

Hausse de la taxe sur le tabac :
Plus ça change...

PRIX DE L'ESSENCE

La Régie rejette les
demandes de Costco

PAIEMENT

Frais transactionnels : Le ministre
Oliver réclame une baisse des taux

Une nouvelle coalition nationale
s'attaque aux frais de transaction

À LA MÉMOIRE DE

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE

Le vin le plus populaire au
Québec est vendu en épicerie!

Achats alimentaires en ligne :
Hausse 50 % par année en Australie

CST Brands développe son
réseau de dépanneurs au Québec

ACTUALITÉ DES TCAQ

CONGRÈS DE L'A.D.A.

Formulaire d'inscription

Chroniques

ENVIRONNEMENT

La récupération hors foyer à l'ère des
Ambassadeurs de la collecte sélective

RESSOURCES HUMAINES

Gestion des RH : éléments
clés de votre productivité

PLACEMENT

Nouveau regard sur la
gestion du patrimoine

PRÉVENTION

Un canal de communication efficace
pour la prévention des pertes

PRIMEUR !



LES ALIMENTS DU QUÉBEC *dans mon panier!*



LE VOLET DÉTAILLANT DE LA 3^E ÉDITION DU CONCOURS LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER! AURA LIEU DÉBUT 2015.

N'attendez plus, trouvez un partenaire et débutez votre planification !
La période d'inscription débutera sous peu ! Plus de détails vous seront
communiqués dans les prochaines semaines.



REPORTAGE À LA TÉLÉ

Les 3 gagnants feront
l'objet d'un reportage
qui montrera aux
consommateurs les
dessous du processus
de mise en marché des
produits d'ici.



PROMOTION DE VOTRE PROJET

Tous les projets seront
publiés sur le site Internet
du concours, description
et photos à l'appui.
Chaque fiche descriptive
de projet est partageable
par courriel ainsi que sur
les médias sociaux.



SOIRÉE DE RECONNAISSANCE

Les 3 matchs gagnants
seront honorés par leurs
pairs lors du congrès de
l'A.D.A. qui aura lieu à
Mont-Tremblant les 13,
14 et 15 novembre 2015.

C'EST QUOI ?

Il s'agit d'un concours dans
lequel les détaillants en
alimentation du Québec et
leurs fournisseurs sont invités
à réaliser un projet original de
mise en marché d'un produit
certifié par Aliments du Québec.

3 CATÉGORIES DE PARTICIPANTS

L'A.D.A. réunira un comité de
sélection qui devra évaluer les
projets sur la base d'un seul
critère : l'originalité et la qualité
du marchandisage. Par la suite,
ils devront identifier le projet
qui se distingue le plus dans
chacune des trois (3) catégories.

Originalité et qualité du marchandisage

Petite et moyenne surface
(moins de 600 pi²)

Produit régional
(région administrative)

Renforcement d'une
relation d'affaires établie
(5 ans et plus)

Pour voir les vidéos des gagnants 2012 et 2013 :

[www.concoursalimentsdu
quebec.com/detaillants.php](http://www.concoursalimentsduquebec.com/detaillants.php)

QUESTIONS, PRÉCISIONS ?

514-982-0104 ou
1-800-363-3923 poste 244
info@adaq.qc.ca



Agriculture, Pêcheries
et Alimentation
Québec

SMF

SECTION MEMBRES- FOURNISSEURS

UN RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER!

Bonjour chers collègues,

Encore une fois cette année, l'été fut trop court et comme le veut la coutume, la rentrée scolaire fut des plus mouvementée. La déclinaison en magasin de cette prolifique période pour les détaillants et les fournisseurs est assurément un moment très prisé par ceux-ci après 3 mois d'accalmie! De retour à notre routine hebdomadaire et au rythme effarant du quotidien.

Il va sans dire que le congrès de l'ADA arrivera à point encore une fois cette année, car il coïncidera avec un besoin criant de relaxation et de repos. Quoi de mieux qu'une fin de semaine loin des tracas pour y remédier? C'est donc dans cet esprit que j'invite la communauté des fournisseurs à se joindre à nous à Gatineau les 14, 15 et 16 novembre prochain afin d'accomplir 2 grandes missions : se ressourcer et assister à un événement grandiose et incomparable. Nous bâtissons sur le vif succès que nous avons enregistré l'année dernière à Québec et il va sans dire que votre participation en grand nombre est fortement requise.

Ne perdons pas de vue qu'un tel happening se veut une occasion unique de fraterniser, d'échanger et de célébrer. Trop souvent dans notre vie mouvementée, nous ne prenons pas le temps nécessaire de souligner les bons coups. Cette fin de semaine est visiblement conçue pour réaliser ces 3 objectifs précis et je vous mets au défi de les atteindre. Vous ne vous en porterez que mieux!

**EN TANT QUE PRÉSIDENT DE LA SECTION
DES MEMBRES FOURNISSEURS (SMF),
S'IL Y A UN POINT QUI M'AGACE ANNÉE
APRÈS ANNÉE, C'EST LA FAIBLE PARTI-
CIPATION DES FOURNISSEURS EN GÉNÉRAL.**

Vous êtes indispensables à notre réussite et votre implication peut faire une énorme différence dans les divers enjeux d'industrie qui nous guettent. De grâce, mettez ces 3 dates à votre agenda et soyez des nôtres lors de ce 59^e congrès. Vous ne le regretterez pas!

Au plaisir de vous y voir!


Marc Sauvageau
Président SMF



toujours le bon choix!

www.alimentsduquebec.com

Détaillants en alimentation,

vous savez que les consommateurs d'ici sont de plus en plus nombreux à opter pour les aliments du Québec.

Plus de 16 500 produits affichent déjà les logos « Aliments du Québec » et « Aliments préparés au Québec » et l'industrie innove sans cesse pour offrir de nouveaux produits tout au long de l'année.

Merci de faire **toujours le bon choix** en privilégiant et en mettant en valeur les aliments d'ici. **Vos choix comptent pour beaucoup dans l'économie du Québec.**



Chantal Fontaine

Québec 



Suivi de dossiers

Cette section fait état de l'avancement des dossiers que nous menons. On y présente également l'actualité reliée au secteur du détail en alimentation. N'hésitez pas à nous contacter pour obtenir des informations supplémentaires ou encore pour nous transmettre des renseignements afin de mieux documenter nos dossiers.

ALCOOL

NOUVELLE HAUSSE DE LA TAXE SUR L'ALCOOL ▾

Dans son dernier budget, le nouveau ministre des Finances a choisi de hausser à nouveau la taxe spécifique. Rappelons qu'il s'agit de la seconde hausse consécutive en moins de 2 ans, ce qui représente un bond de 57,5 % depuis 2012. Seule différence par rapport à la hausse précédente : les restaurateurs, eux, n'auront pas à subir d'augmentation.

Les taux de la taxe spécifique sur les boissons alcooliques, qui variaient jusqu'alors en fonction du type de lieu où les boissons sont consommés, sont maintenant uniformisés. Résultat : le gouvernement a décrété une hausse de la taxe pour le secteur de la consommation à domicile (détail alimentaire et SAQ) et une baisse pour le secteur de la consommation sur place (restaurants, bars, etc.). L'industrie de la restauration évalue que cela représente 27 M\$ d'économie pour eux. Pourtant, le gouvernement estime pouvoir générer des recettes fiscales additionnelles de 36 M\$ pour 2014. C'est donc dire que le secteur de la consommation à domicile ira chercher 63 M\$ additionnels uniquement en 2014.

Précisons que les politiques de prix dans le secteur CSP sont habituellement bien plus élevées que dans le secteur CAD, où la vente de bière est depuis longtemps axée sur les prix minimums.

Donc, depuis le 1^{er} août, la taxe sur la bière est passée de 0,50\$ à 0,63\$ par litre ou, dans un langage plus usuel, une hausse de 0,05\$ par bouteille ou 1,20\$ la caisse de 24 bouteilles. Pour ce qui est du vin, la taxe a progressé de 1,12 \$ à 1,40\$ par litre ou, si vous préférez, de 0,24\$ par bouteille. Contrairement à celle décrétée en décembre 2012, la nouvelle hausse devra s'accompagner d'un ajustement conséquent des prix minimums. Les détaillants n'ont pas à payer, une seconde fois, les frais d'une hausse de taxes.

Fait à noter, le ministre Leitaou justifiait la hausse de la taxe sur l'alcool au détail pour corriger une « iniquité » envers le secteur de la consommation sur place! Agréable d'entendre que la recherche d'équité entre les réseaux est un objectif du gouvernement. Il nous fera plaisir d'aborder avec lui et ses collègues l'« iniquité » des heures élargies de vente d'alcool, un éventail élargi d'alcools autorisés (notamment les alcools québécois et les importations privées), la promotion des cépages, etc.

MISE EN MARCHÉ DE L'ALCOOL : UNE RÉVISION CET AUTOMNE? ▾

Le ministre Pierre Paradis annonçait cet été son intention de redéposer, dès cet automne, le projet de loi 395. Présenté lors de la dernière législature par le député d'Huntingdon, Stéphane Billette, il avait pour objectif de simplifier la mise en marché des alcools québécois.

Bien qu'intéressant, nous croyons qu'il serait probablement plus judicieux de se concentrer sur les mesures essentielles qui faisaient plus largement consensus dans l'industrie. Pour les détaillants, l'axe le plus porteur du défunt projet de loi était sans contre dit que les producteurs québécois d'alcool puissent vendre leurs produits directement à un titulaire de permis d'épicerie, comme c'est d'ailleurs le cas en restauration. En contrepartie, nous voyons plus difficilement la justification de la disposition qui permettrait de vendre les vins et alcools québécois dans les restaurants apportez votre vin, qui plus est, est décriée par l'Association des restaurateurs du Québec. La création d'une nouvelle catégorie de permis de fabrication de boissons alcooliques, c.-à-d. un permis de distillateur artisanal, devrait également aller de soi selon nous. Certains produits québécois ne peuvent voir le jour puisqu'ils n'ont actuellement aucun débouché. Même la vente sur le lieu de production leur est interdite.

L'A.D.A. est persuadée qu'il est grand temps d'ouvrir la porte à une vraie mise en marché des alcools québécois en favorisant les liens naturels entre les entrepreneurs québécois. Une révision des différentes lois en cause est plus que souhaitable, c'est crucial pour la survie et le développement de nos producteurs. D'ailleurs, si le gouvernement tarde trop à agir, les distillateurs artisans craignent de se

faire damer le pion par leur collègue de l'Ontario et des États-Unis, où il semblerait qu'il s'ouvre une distillerie par semaine et où la vente de spiritueux connaît un boom extraordinaire. Nous sommes prêts à collaborer et attendons avec impatience de rencontrer le ministre Paradis à ce sujet. Les alcools québécois dans le réseau épicerie, ce n'est pas l'envie qui manque!

BAR OUVERT JUSQU'À 6H : LA RACJ DIT NON ▾

Alors que la quasi-totalité des gens pensaient que « l'affaire était ketchup », la Régie des alcools des courses et des jeux (RACJ) a rejeté le projet-pilote de la Ville de Montréal qui souhaitait étendre les heures d'ouverture de certains bars. Dans leur décision, les régisseurs expliquent que la conception et la planification du projet du maire Coderre était déficiente.

Il s'agit d'un sérieux rappel à l'ordre pour celui qui a plus l'habitude de défoncer des portes que de se les faire fermer au nez. Néanmoins, la décision de la RACJ est empreinte de bon sens. Modifier les règles de mise en marché de l'alcool n'est pas quelque chose qui se fait sur la base d'un gribouillis réalisé sur le coin d'une table. À preuve, cela fait plusieurs décennies que nous attendons une révision de la Loi sur les permis d'alcool.

ÉVOLUTION DE LA TAXE SPÉCIFIQUE SUR L'ALCOOL ▾						
	Bière			Vin		
	Avant	Après	Var.	Avant	Après	Var.
Consommation à domicile (détail alimentaire et SAQ)	50¢ / litre	63¢ / litre	+26%	1,12\$ / litre	1,40\$ / litre	+25%
Consommation sur place (restaurants, bars, etc.)	82¢ / litre	63¢ / litre	-23%	2,47\$ / litre	1,40\$ / litre	-43%



TABAC

PRIX MINIMUM : COUCHE-TARD ET JULIA WINE TESTENT LA RACJ ▾

Cet été, Couche-Tard et Julia Wines ont choisi de s'associer le temps d'une promotion disons... discutable. En effet, durant quatre semaines, les consommateurs qui achetaient deux bouteilles de vin sélectionné obtenaient un rabais de 75 ¢ par litre d'essence ordinaire. Interrogés sur les objectifs derrière une telle promotion, Julia Wine et Couche-Tard ont affirmé qu'il s'agit d'une façon de démontrer leur opposition aux récentes hausses de taxes.

Dans les faits, il s'agit plutôt d'une façon de contourner la réglementation sur les prix minimums afin de se servir de l'alcool comme produit d'appel.

Couche-Tard et Julian Wine viennent de trouver une nouvelle façon de vendre l'alcool à bon marché. Nous regrettons que la RACJ ne semble pas réaliser où l'industrie est en train de l'amener. L'alcool, tout comme le lait et le pain, est un produit dont le prix est réglementé. En aucun cas, le législateur ne devrait tolérer qu'une entreprise trouve une façon de contourner la réglementation et pousse l'audace jusqu'à affirmer clairement qu'il souhaite contourner la réglementation.

LE GOUVERNEMENT SOUHAITE RENFORCER LA LOI SUR LE TABAC ▾

Lors de son passage en commission parlementaire, la ministre Charlebois a annoncé qu'elle avait l'intention de réviser la Loi sur le tabac sans pour autant définir d'échéancier. Celle qui est en charge des questions de santé publique au sein du gouvernement Couillard a, entre autres, mentionné son intention d'évaluer les possibilités de légiférer sur les questions relatives aux cigarettes électroniques, aux produits du tabac contenant des saveurs, ainsi que sur l'interdiction de fumer dans une voiture en présence d'un enfant. Bien entendu, nous suivrons ce dossier de près.



HAUSSE DE LA TAXE SUR LE TABAC : PLUS ÇA CHANGE... ▾

Lors du dépôt du premier budget Leita, nous apprenions que, comme son prédécesseur, le ministre des Finances n'a pu se retenir de hausser la taxe sur le tabac. Ainsi, le prix de la cartouche de 200 cigarettes a subi une hausse de 4 \$ (50 ¢ / paquet).

Hausser les taxes demeure une solution simple pour augmenter les revenus de l'État. D'ailleurs, selon le gouvernement, cette mesure permettra de prélever 90 M\$ additionnels dans les poches des fumeurs pour l'année 2014-2015. Par contre, au-delà de l'entrée d'argent additionnelle, une telle hausse engendrera fort probablement un changement du comportement d'achat des consommateurs.

C'est connu, les produits de tabac de contrebande sont facilement accessibles et leur coût est dérisoire comparativement aux produits légaux. Devons-nous rappeler que malgré des hausses répétées des taxes sur le tabac, l'incidence du tabagisme se maintient toujours autour de 20% de la population québécoise. Le prix est évidemment un facteur sensible, mais il nous apparaît évident qu'il faut y comprendre que les fumeurs québécois sont loin d'être captifs du réseau de vente légale.

PRIX DE L'ESSENCE

LA RÉGIE REJETTE LES DEMANDES DE COSTCO ▾

Costco a échoué dans sa tentative de réviser la méthode de calcul des frais d'exploitation des détaillants. Dans un jugement non équivoque survenu en juin dernier, la Régie de l'énergie rejette les arguments des avocats de Costco et maintient sa décision de faire passer les frais d'exploitation de 3 à 3,5 cents par litre vendu.

Depuis plusieurs mois, Costco affirmait à qui voulait bien l'entendre que la Régie faisait fausse route dans son calcul des frais d'exploitation d'un poste d'essence. Cette décision vient rétablir les faits. Non seulement la Régie vient de rappeler à Costco que sa méthode de calcul ne tient pas la route, mais en plus, elle réaffirme que lorsqu'un détaillant vend de l'essence à un prix inférieur à ses coûts d'acquisition et de revente, il s'expose à une condamnation à des dommages-intérêts punitifs.



PAIEMENT

FRAIS TRANSACTIONNELS : LE MINISTRE OLIVER RÉCLAME UNE BAISSSE DES TAUX ▾

Au début septembre, le ministre fédéral des Finances, Joe Oliver, a fait une sortie remarquée en se montrant sensible aux problématiques de frais de transaction trop élevés des détaillants canadiens. Le ministre presse les émetteurs de cartes de crédit, comme Visa et Mastercard, de baisser les frais de transaction qu'ils imposent aux détaillants. De la musique aux oreilles des détaillants. Si seulement cela pouvait être aussi simple!

Le ministre a ajouté qu'il aimerait voir ces changements survenir sur une base volontaire, et ce, rapidement, au cours des prochains mois. Il a aussi affirmé avoir rencontré les émetteurs de cartes de crédit pour leur adresser directement ses doléances.

On ne sait pas trop d'où venait cette proposition, mais le Globe and Mail a également avancé un scénario de diminution de 10 % des frais. Est-ce un ballon lancé par le ministre ou encore par les géants du paiement? Difficile de le savoir. Quoi qu'il en soit, certains intervenants se sont prononcés en faveur d'une telle diminution. C'est compréhensible, qui dirait non à une diminution de ses coûts. Pourtant, à l'A.D.A. nous nous questionnons quant à la faisabilité et surtout quant à l'efficacité d'une diminution volontaire des taux.

Il nous apparaît évident que tous les commerçants ne sont pas égaux dans leurs rapports face aux géants du paiement. Le gouvernement du Canada ne peut laisser à eux-mêmes les détaillants indépendants et autres petits commerçants. Par ailleurs, sans une analyse indépendante, sérieuse et transparente des coûts actuels, comment le ministre Oliver pourrait-il s'assurer que la facture des détaillants a réellement diminué de 10 %, 20% ou peu importe l'objectif de diminution qu'il pourrait réclamer?

Sans encadrement du processus réglementaire ou une autre forme de supervision des comportements d'affaires des géants du paiement, comment nous assurer que tous les commerçants canadiens pourront bénéficier d'une diminution des frais. De plus, comment nous assurer qu'ils ne nous seront pas simplement tous refilés sous une autre forme dans 6 mois ou 2 ans?

Parlons-en du juste taux : quel est-il? L'Europe a statué sur 0,3 %, l'Australie sur 0,5 %. Pour y arriver, chacune de ces juridictions a réalisé une analyse rigoureuse et, au risque de se répéter, indépendante et transparente des coûts réels de leur système de paiement. L'A.D.A. ne voit tout simplement pas comment le Canada peut éviter une telle analyse.

Au-delà d'une diminution nécessaire de leurs frais, qui sont parmi les plus élevés au monde, ce que désirent les détaillants c'est d'obtenir un service à la hauteur de ce qu'il leur en coûte. Dans le monde toujours plus compétitif du commerce de détail, les commerçants réclament des taux justes pour aujourd'hui et encore plus pour demain.

Notons par ailleurs que l'approche volontaire oblige également les détaillants à identifier et à dénoncer les pratiques délinquantes, mais n'assure aucune reddition de comptes des pratiques du monde bancaire. Facile de comprendre pourquoi le secteur bancaire s'accommoderait relativement bien d'une approche volontaire, voire même d'une possible diminution temporaire des taux chargés aux détaillants.

Dans sa décision de juillet 2013, le Tribunal de la concurrence notait que « la meilleure réponse aux préoccupations soulevées consiste en un cadre réglementaire » et que ces nouveaux règlements devraient être élaborés « dès que possible ».

Tout comme nos collègues de la coalition *Small Business Matters* qui milite activement sur ce dossier depuis plus d'un an, nous attendons avec beaucoup d'intérêt la suite du plan d'action du ministre Oliver. Cette première sortie invitant les géants du paiement à plus d'équité est un premier pas que nous saluons, mais qui ne peut malheureusement permettre à lui seul de régler le déséquilibre latent du système de paiement canadien qui, en bout de ligne, augmente la facture du consommateur.

UNE NOUVELLE COALITION NATIONALE S'ATTAQUE AUX FRAIS DE TRANSACTION ▾

Formée officiellement en février 2014, la coalition *Small Business Matters* regroupe diverses associations sectorielles, représentant plus de 90 000 petites et moyennes entreprises canadiennes, avec pour objectif commun de préserver leurs modèles d'affaires et assurer la survie d'entreprises névralgiques à l'économie des communautés de partout au pays.

Très active au cours des dernières années au sein de la *Coalition québécoise contre l'augmentation des frais de transaction par carte de crédit et de débit*, l'A.D.A. a décidé de joindre également ce regroupement national. La Coalition milite depuis sa création auprès des différents intervenants concernés notamment sur la Colline parlementaire. Le président actuel de la Coalition est M. Gary Sands, Vice-président de la Fédération Canadienne des Épiceries Indépendantes (CFEI). Le 5 août dernier, la Coalition a décidé de rendre public un énoncé de principe envers les consommateurs qui se lit comme suit :

« Les associations membres de la Coalition *Small Business Matters*, qui représentent des milliers de commerçants à travers le Canada, demandent avec insistance au gouvernement de réduire les frais de carte de crédit et de faire en sorte que l'industrie du paiement devienne plus juste et transparente.

En contre partie de quoi, nos membres prennent l'engagement que la réduction des frais de carte de crédit profitera aux consommateurs et aux diverses communautés canadiennes, grâce à une concurrence accrue, à davantage d'investissements, à la création d'emplois et à la réduction des prix aux consommateurs. »

L'enjeu prioritaire qui rassemble actuellement tous les membres est l'ampleur des frais de transactions au Canada qui érode les faibles marges des détaillants propriétaires et indépendants et met même en danger leur compétitivité dans le futur.

À la mémoire de

L'A.D.A. désire transmettre ses condoléances aux familles, aux proches et aux amis des personnes décédées.



JEAN-PIERRE CORRIVEAU
1945-2014

Le 16 août 2014, M. Corriveau est décédé à l'âge de 68 ans. Il s'agit d'un ancien marchand Metro situé dans le secteur de Napierville. Il laisse dans le deuil son épouse Francine Jannelle, ses filles Marie-Ève (Luc Landry) et Annie-Pierre (Tommy Bérubé), ses petits-enfants Félix, Mathis et Tristan, ainsi qu'autres parents et amis.



JEAN-PIERRE BOYER
1946-2014

Le 25 juillet 2014, M. Boyer est décédé chez lui entouré des siens. M. Boyer a été marchand Metro à Longueuil et a été administrateur à l'A.D.A. au début des années 1990.

Il a été président du conseil d'administration de Metro-Richelieu dans les années 1990 et a également été un des cofondateurs de l'organisme Moisson Rive-sud.

Via cette tribune, l'A.D.A. souhaite rendre hommage à tous ceux et celles qui ont travaillé de près ou de loin dans le secteur de l'alimentation et qui, malheureusement, sont décédés. N'hésitez pas à nous informer du décès de gens dans votre entourage. Nous aimerions leur rendre hommage.

Écrivez nous à info@adaq.qc.ca

Nouvelles de l'industrie



LE VIN LE PLUS POPULAIRE AU QUÉBEC EST VENDU EN ÉPICERIE! ▾

Preuve que le vin qu'on retrouve en épicerie et en dépanneur n'est plus synonyme de « piquette » aux yeux des consommateurs, trois des dix vins les plus populaires au Québec y sont vendus! En effet, le Wallaroo Trail rouge, le Wallaroo 313 blanc et le Toro Loco rouge figurent parmi les vins chouchous des Québécois, selon les données de la SAQ pour l'année 2013-2014.

Au sommet de ce classement, figure le Wallaroo Trail rouge. Il s'agit d'un vin australien embouteillé au Québec par Constellation et distribué dans le réseau du détail en alimentation. Il s'est vendu pour 22 M \$ de Wallaroo Trail rouge l'an dernier.

« La croissance des exportations australiennes est directement liée à la forte demande de vin en vrac des supermarchés québécois. »

Source : ABC News Australia

Depuis très longtemps, nous affirmons que le réseau du détail en alimentation est tout désigné pour effectuer la mise en marché des alcools par l'entremise de ses quelques 8 000 points détenteurs de permis. Les consommateurs y passent chaque semaine pour faire leurs emplettes et il est difficile de trouver un meilleur endroit qu'un commerce d'alimentation pour offrir des accords avec les aliments. S'ils se disent frileux à l'idée de se procurer des vins à l'épicerie ou au dépanneur, les chiffres de la SAQ démontrent que le comportement des consommateurs a grandement évolué, tout comme l'offre en magasin. Et maintenant, imaginez ce qu'il serait possible de faire si la réglementation nous accordait une plus grande marge de manœuvre !

VINS LES PLUS POPULAIRES AU QUÉBEC (VENDUS EN ÉPICERIE) ▾

Classement	Marque	Coût/litre
1	Wallaroo Trail rouge	12,85
6	Wallaroo Trail blanc	12,85
8	Toro Loco rouge	10,95



ACHATS ALIMENTAIRES EN LIGNE : HAUSSE 50 % PAR ANNÉE EN AUSTRALIE ▾

Les Australiens sont de plus en plus nombreux à effectuer leur commande d'épicerie en ligne. Selon la directrice générale de la chaîne de supermarchés Woolworths en Australie, Kate Langford, les achats en ligne augmenteraient de 50 % par année, depuis les 3 dernières années.

Cette augmentation constante fait également dire à Mme Langford que les clients qui effectuent leurs commandes d'épicerie en ligne ne sont pas seulement curieux, ils deviennent des utilisateurs réguliers de ce service.

Le commerce en ligne est une solution parmi d'autres pour répondre au manque de temps grandissant des foyers.

Sans surprises, les familles très occupées et celles avec de jeunes enfants constituent la majeure partie des clients qui effectuent leurs achats sur le site Internet de Woolworths.

Fait intéressant, les items en promotion dans la circulaire sont affichés au même prix en ligne qu'en magasin. Par contre, les autres items sont affichés à un prix supérieur afin de couvrir les frais associés à la préparation et la livraison de la commande. De plus, pour inciter les clients à utiliser le service de commande en ligne, les consommateurs ne sont pas facturés pour les trois premières livraisons à leur domicile et les commandes excédant 300 \$ sont gratuites.



CST BRANDS DÉVELOPPE SON RÉSEAU DE DÉPANNEURS AU QUÉBEC ▾

En seulement 18 mois, CST Brands s'est taillée une place de choix dans l'industrie du commerce de détail nord-américaine. Ses bannières *Dépanneur du Coin* et *Corner Store* ainsi que son modèle d'affaires flexible lui ont permis de s'imposer dans un marché en croissance, de plus en plus marqué par la consolidation. CST a multiplié les initiatives pour diversifier son offre, établir de nouveaux partenariats et étendre sa présence dans tout l'est du Canada, de l'Ontario à Terre-Neuve en passant bien sûr par le Québec, où elle est solidement implantée.

Pour l'année 2014-2015, CST prévoit ouvrir une vingtaine de nouveaux établissements au Canada, dont 5 dans la grande région de Montréal, qui auront une superficie de 5000 pi². Cela permettra de bonifier l'offre alimentaire des magasins afin d'offrir aux consommateurs des solutions repas pratiques, savoureuses et abordables.

DERNIÈRE HEURE! ▾

En août dernier, CST Brands a fait deux acquisitions stratégiques aux États-Unis : *Nice N Easy*, un réseau new-yorkais de 77 dépanneurs, ainsi que de *Lehigh Gas Partners*, un grossiste en distribution d'essence qui possède plus de 1100 stations d'essence. L'entreprise s'inspirera des points forts de ces deux réseaux pour améliorer l'expérience qu'elle propose à ses clients au Canada.

SAVIEZ-VOUS ?
AU QUÉBEC, IL EXISTE DEUX
TYPES DE VEAU.



QUE VOUS CHOISSIEZ L'UN OU
L'AUTRE, CE SERA TOUJOURS UNE
VIANDE BIEN DE CHEZ NOUS :
NUTRITIVE, SAVOUREUSE ET
EXCELLENTE POUR LES MIJOTÉS !

VEAUQUEBEC.COM



POUR PLUS
D'INFORMATIONS, VISITEZ
GROCERYINNOVATIONS.COM

PALAIS DES CONGRÈS DU
TORONTO MÉTROPOLITAN
29 - 30 SEPTEMBRE 2014



GROCERY
INNOVATIONS
CANADA

INNOVATIONS
ALIMENTAIRES
CANADA

Découvrez la nouvelle recette du succès!

REJOIGNEZ LE MOUVEMENT
et découvrez d'autres témoignages
au programmemelior.com



Judith Robert
Présidente
Hypo Délices



Melior est rendu possible grâce
au soutien de Québec en Forme.



Notre force c'est vous !



sur notre page Facebook
facebook.com

Partagez vos commentaires



sur notre compte Twitter
twitter.com/ADAQuebec

CONTACTEZ NOUS ?

Mathieu Fraser
514-982-0104 poste 244
ou mfraser@adaq.qc.ca

COORDONNÉES

2120, rue Sherbrooke Est,
bureau 900, Montréal
(Québec) H2K 1C3



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

TABAC : VENTE AUX MINEURS



QUOI FAIRE LORSQUE VOUS RECEVEZ UN AVIS D'INFRACTION POUR VENTE DE TABAC À UN MINEUR

Plusieurs détaillants, accusés de vente de tabac aux mineurs, ont remporté leur cause dans le passé. Nous vous encourageons donc à porter votre cause devant les tribunaux, car en cas de récidive, l'amende pourrait être beaucoup plus salée. Voici un résumé des démarches qu'ils ont entreprises et qui leur ont permis de gagner leur cause.

1. Tout d'abord, appelez l'A.D.A.
2. Plaidez non-coupable.
3. Vous devez bien préparer votre plaidoyer.

DÉMONTREZ VOTRE BONNE FOI ▼

Citez des témoins confirmant que vous ne voulez pas vendre de tabac aux mineurs

Montrez des photos de votre magasin où l'on voit, bien en vue, des affiches d'interdiction

Présentez des formules signées par les employés démontrant qu'ils sont au fait des lois

N'attendez pas d'être pris pour agir!

ATTENTION!

Avant d'effectuer la vente de tabac, assurez-vous d'être inscrit au registre.

Depuis le 1^{er} janvier 2006, la vente de tabac au détail est devenue une activité à déclaration obligatoire auprès du Registraire des entreprises. En effet, l'inscription au registre des entreprises du nom et de l'adresse des établissements où cette activité est exercée est obligatoire.

www.registreentreprises.gouv.qc.ca



DÉMARCHES EFFICACES POUR ÉVITER DE CONTREVENIR À LA LOI

- 1. Déclaration de l'employé relative à la loi qui interdit la vente de produits de tabac aux mineurs;
- 2. Exiger de tout nouvel employé de suivre la formation gratuite « Nous cartons » accessible au www.csmoca.org
- 3. Affichage efficace des règles de vente du tabac dans tous les lieux stratégiques;
- 4. Rappels périodiques (aux 6 mois) auprès de tous les employés;
- 5. Lecteur optique qui avertit de la nécessité de demander une carte d'identité valable;
- 6. Documenter la démarche à l'aide de photos datées des affichages et de divers documents qui pourraient être apportés comme preuve s'il y avait faute.

Pour plus d'information, vous pouvez contacter l'A.D.A. au (514) 982-0104 ou 1-800-363-3923 poste 244 ou info@adaq.qc.ca

COMMENT NE PAS SE FAIRE PRENDRE DEUX FOIS ?

Août 2011, M. Untel, propriétaire d'Alimentation Untel inc. reçoit une amende parce qu'un de ses employés a vendu du tabac à un agent double mineur. À contrecœur, il paie son amende de 500 \$ pour première offense, mais il n'est pas question qu'on le reprenne.

Déterminé à ne pas se faire prendre à nouveau, M. Untel prend les grands moyens. Il chambarde littéralement les habitudes au sein de son commerce.

Tout d'abord, M. Untel fait signer une déclaration à chacun des employés selon laquelle il est interdit de vendre des produits de tabac à des mineurs et qu'il faut systématiquement demander une pièce d'identité personnelle valable. Il a ensuite averti le syndicat de ses démarches et prévu des mesures disciplinaires sévères s'il devait y

avoir récidive. Il s'est également assuré que l'affichage développé par le Ministère de la Santé soit bien visible dans tous les endroits stratégiques (salle d'employés, chaque caisse, etc.).

Une fois toutes ces mesures mises en place auprès des employés actuels, il fallait s'assurer d'un suivi et surtout de ne pas oublier d'effectuer la même démarche pour les nouveaux employés. C'est pourquoi la déclaration de l'employé a été intégrée à même le « kit » de formation. Pour ne rien laisser au hasard, des rappels périodiques sont effectués auprès de tout le personnel afin de rappeler l'importance de la démarche « Nous cartons ».

Malgré toute l'énergie consacrée à la sensibilisation, en août 2012, une employée de son commerce est prise à vendre du tabac à un mineur. Comme M. Untel s'était préparé à cette éventualité, il a décidé de

plaider non coupable. Résultat, il parvient à démontrer qu'il avait tout fait, dans la mesure du possible, afin d'éviter que cela ne se produise et n'a donc pas eu à payer le coût de sa peine. Cependant, comme il avait été précédemment entendu avec le syndicat, en plus de devoir payer son amende personnelle, l'employée a écopé de deux semaines sans solde.

Personne n'est sans faille, c'est pourquoi à la suite de ce deuxième avertissement, l'équipe d'Alimentation Untel inc. a encore tenté d'améliorer son système. Dorénavant, chaque fois qu'un produit de tabac passe sur le lecteur optique, l'écran de la caisse indique qu'il faut demander une pièce d'identité. Être proactif au lieu de réactif a fait sauver beaucoup d'argent à M. Untel, tout en contribuant efficacement à la lutte au tabagisme chez les jeunes de moins de 18 ans.

SANCTIONS EN CAS D'INFRACTION

PÉNALE ▾		ADMINISTRATIVE (EXPLOITANT) ▾	
Exploitant Minimum de 500 \$ pour une 1 ^{ère} infraction	Employé Minimum de 100 \$ pour une 1 ^{ère} infraction	1 ^{re} fois Suspension du droit de vendre du tabac pour une période de 1 mois	2 ^e fois (en cinq ans)* Suspension du droit de vendre du tabac pour une période de 6 mois.

* Toute déclaration de culpabilité subséquente, prononcée dans les 5 ans de la première déclaration de culpabilité, entraîne une suspension du droit de vendre du tabac pour une période de 2 ans.

SAVIEZ-VOUS QUE ▾

L'interdiction de vendre du tabac oblige l'exploitant à retirer tout le tabac des étalages ainsi que la publicité relative au tabac durant toute la durée de l'interdiction, à défaut de quoi le ministre de la Santé et des Services sociaux peut faire enlever le tabac aux frais de l'exploitant.



Nos présidents régionaux

- ESTRIE ▾
Éric Bouchard
IGA Bouchard
6185, Chemin de Saint-Élie
Sherbrooke, Québec, J1R 0L1
- ABITIBI-TÉMISCAMINGUE / NORD-DU-QUÉBEC ▾
Julie Pelletier
IGA Famille Pelletier
1801, 3^e Avenue
Val-d'Or, Québec J9P 5K1
- MAURICIE ▾
Marc DeMontigny
Supermarché R. Fournier inc (Metro)
850, boulevard Thibault
Trois-Rivières, Québec G8T 7A6
- BAS-ST-LAURENT ▾
Frédéric D'Amours
Marché Centre-Ville (Richelieu)
59, Hôtel-de-Ville
Rivière-du-Loup, Québec G5R 1L4
- OUTAOUAIS ▾
Isabelle Tassé
Supermarché Tassé (Provigo)
22, Des Flandres
Gatineau, Québec J8T 4R7
- QUÉBEC / CHAUDIÈRE-APPALACHES ▾
Francis Veilleux
Boucherie Veilleux inc.
1000, boulevard Vachon Nord
Sainte-Marie-de-Beauce,
Québec G6E 1M2
- MONTÉRÉGIE ▾
Michel Milot
Provigo Michel Milot
429, rue Saint-Jacques
Saint-Jean-Sur-Richelieu,
Québec J3B 2M1
- MONTREAL-EST ▾
André Forget
Dépanneur Forget (Beau-Soir)
8445, Ontario Est
Montréal, Québec H1L 3E7
- SAGUENAY-LAC ST-JEAN / CÔTE-NORD ▾
Caroline Bouchard
Marché Centre-Ville (AXEP)
31, rue Jacques-Cartier Ouest
Chicoutimi, Québec G7J 1E7
- GASPÉSIE ▾
Mathieu Viens
Marché L.V. Ltée (Metro)
686, boulevard Perron
Carleton-sur-Mer,
Québec G0C 1J0
- MONTREAL-OUEST ▾
Enrico Lalonde
IGA Extra, Famille Lalonde
640, Jacques-Bizard
Montréal, Québec H9C 2H2

ACTUALITÉ

Les Tables de concertation agroalimentaire (TCAQ) ont comme principale mission de faire la promotion du secteur bioalimentaire de la région à laquelle elles sont attachées. Elles font le lien entre les instances gouvernementales, les entreprises de production et de transformation agroalimentaire et les différents intervenants du marché, comme les détaillants en alimentation.

Elles sont en majeure partie financées par les centres locaux de développement (CLD), les municipalités (par l'entremise des Conférences régionales des élus), le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), l'Union des producteurs agricoles et quelques autres organismes. Il existe des Tables dans pratiquement toutes les régions administratives du Québec, couvrant ainsi le territoire québécois presque dans son ensemble.

Les détaillants en alimentation à la recherche de produits de leur région peuvent faire appel à la Table de concertation agroalimentaire de leur région. Sachez que les Tables organisent aussi des activités destinées à leurs membres ou aux entreprises de leur région. Il est donc possible de communiquer avec les Tables pour explorer les possibilités d'organisation d'activités de promotion ou de formation

1 DÉTAILLANTS DE MONTRÉAL, VOUS SEREZ BIENTÔT INVITÉS À "GOÛTEZ LANAUDIÈRE" ! ▾

Fiers de la qualité et de la diversité des produits lanaudois et suite à la volonté de ses membres de développer davantage le marché montréalais, Le CDBL annonce que la campagne Goûtez Lanaudière débutera en octobre 2014 sur le territoire de Montréal.

Les détaillants seront appelés à travailler avec nous afin de s'assurer d'une visibilité accrue des produits de notre région, mais également des détaillants participants. Au menu, relations de presse, dégustations et distribution d'outils lors d'événements importants. Surveillez votre courrier et n'hésitez pas à communiquer avec Annie Cossette au 450-753-7486 poste 242 ou par courriel au acossette@cdbl.ca.



2 DES DÉJEUNERS-CONFÉRENCES MONTRÉALAISES QUI SUSCITENT L'INTÉRÊT ▾

En juin dernier, le Conseil des Industries Bioalimentaires de l'Île de Montréal (CIBÎM) lançait un nouveau projet de déjeuners-conférences afin de répondre aux besoins des entrepreneurs en transformation alimentaire. L'expérience fut un franc succès puisque les gens ont été nombreux à répondre à l'appel : la salle était bondée lors des deux événements!

Le marketing alimentaire a été le premier thème de la journée. Élise Brissette, présidente de Emulsion Stratégie Marketing, et Bruno Ponsard, directeur de l'Institut de technologie des emballages et du génie alimentaire (ITEGA), ont permis de démystifier l'emballage intelligent. Grâce à leur expertise, ces deux spécialistes ont sans contredit suscité l'intérêt des participants venus profiter de cette excellente occasion pour faire du réseautage.

Plein d'enthousiasme, l'équipe du CIBÎM récidive cet automne en proposant deux autres événements pour les lève-tôt. D'abord, un déjeuner-conférence

sur le thème de la production à valeur ajoutée (Lean manufacturing) avec Jean-Guy Mongrain, ingénieur industriel et consultant, qui cumule plus de 28 années d'expérience comme agent de changement. Ensuite, Martine Guilbault, biologiste, agronome et B.Gest, s'entretiendra avec les entrepreneurs sur l'assurance qualité dans le domaine bioalimentaire.

Dans le même ordre d'idées, le CIBÎM participe chaque mois, avec certains de ses membres, aux déjeuners-conférences offerts par Creative Mornings Montréal. Alors que notre partenaire propose de faire découvrir la créativité québécoise au reste du monde, par le biais des nouvelles technologies, nous œuvrons à nourrir gratuitement tous les chanceux qui réussissent à rejoindre le rang des participants. L'aventure se poursuit avec beaucoup de plaisir!

Pour en savoir plus sur les événements à venir, consultez le cibim.org ou écrivez-nous au info@cibim.org.

DÉJEUNER-CONFÉRENCE



DES TCAQ

3 GASPÉSIE, J'ACHÈTE LOCAL ET C'EST BON! ▾

Désireuse d'appuyer l'économie locale et de soutenir les producteurs et les transformateurs de la Gaspésie, l'Association Gaspésie Gourmande lançait l'hiver dernier une campagne de sensibilisation de grande envergure pour encourager l'achat local sur le territoire. Pour marquer le coup, l'Association proposait deux options : une séance de magasinage en ligne ou encore une dégustation en épicerie pour faire découvrir ces produits qui font la fierté de notre région.

Les commandes de produits gaspésiens en ligne ont explosé! Il faut dire que l'Association assumait les frais de livraison et que la campagne d'achat local a été lancée quelques semaines avant Noël. Un bel incitatif quoi!

Les dégustations en épicerie, sous le thème C'EST BON, C'EST FRAIS, C'EST D'ICI!, ont été un véritable succès également! Du 6 au 21 décembre 2013, un total de huit détaillants en alimentation ont fait découvrir les produits des artisans gaspésiens. Les IGA de Sainte-Anne-des-Monts, de Gaspé et de

Grande-Rivière, les Coop IGA de Bonaventure et de Maria, l'Épicerie Coop AMI de Percé, le Marché Metro Viens de Carleton-sur-Mer et le Marché Richelieu de Nouvelle ont participé à l'aventure.

Quelques membres de l'Association Gaspésie Gourmande ont quant à eux participé à cette campagne, ce qui a permis de mettre de l'avant plus d'une dizaine de produits. Certains de ces produits étaient nouveaux sur les étalages. La dégustation était donc une belle façon de faire connaître le produit et de sensibiliser les consommateurs aux produits de qualité. C'est entre autres le cas des tartinades sans sucre Nature Bourdages de la Ferme Bourdages Tradition qui sont désormais en vente au Marché Metro Viens et également à la Coop IGA de Bonaventure.

Pour tout achat effectué à la boutique en ligne ou encore en épicerie, un aimant à l'image de la campagne était offert aux consommateurs. Arborant les couleurs de l'Association Gaspésie Gourmande, il est idéal pour aimer la liste d'épicerie sur le frigo.



4 LE DYNAMISME D'UNE JEUNE RELÈVE ET LA FRAÎCHEUR DES PRODUITS LOCAUX CHEZ LES DÉTAILLANTS ▾

Au moment où la saison des marchés publics bat son plein et que les produits régionaux gagnent en popularité, de plus en plus de consommateurs désirent connaître la provenance des aliments qu'ils consomment.

Chez les détaillants, les produits du Québec sont à l'honneur et le contact avec les producteurs est toujours recherché par les consommateurs. Pour les producteurs, les ressources facilitant la tenue de kiosques afin de rencontrer les consommateurs sont rares. Pour y pallier, la jeune entreprise des Laurentides « Concept Fruits et Légumes » propose aux détaillants et aux producteurs une solution. L'entreprise offre des franchises à des étudiants, créant ainsi des emplois tout en dictant les bases de l'entrepreneuriat et en gardant comme ligne directrice la vente exclusive de produits locaux. Les kiosques bien aménagés peuvent être ravitaillés une fois ou plus par jour. Les propriétaires

du IGA Marché Sénécal et filles apprécient cette approche qui répond à une demande de leur clientèle et qui leur permet de bien positionner les produits locaux devant le magasin.

En partenariat avec les supermarchés et entourée des professionnels de l'émission de télévision « Les Dragons », Concept Fruits et Légumes a opéré une trentaine de kiosques en juillet 2014. Au IGA Marché Hébert de Saint-Eustache, on apprécie également le kiosque de cette jeune relève dynamique pour assurer la présence des produits locaux, frais du jour, à leur clientèle.

La Table de concertation agroalimentaire des Laurentides salue cette collaboration entre les producteurs, les étudiants et les détaillants. Pour plus d'informations, consultez le www.laurentidesjenmange.ca ou le www.conceptfl.com.





14, 15 ET 16 NOVEMBRE 2014

59^e

CONGRÈS
ANNUEL

HILTON LAC-LEAMY • GATINEAU



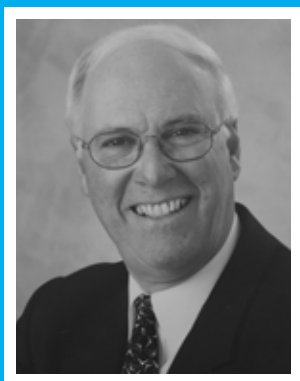
ENEZ RENDRE HOMMAGE AUX BÂTISSEURS DE VOTRE INDUSTRIE !

Chaque année, l'A.D.A. organise un gala des plus prestigieux visant à reconnaître le travail des bâtisseurs du secteur de l'alimentation. Soyez des nôtres pour cet événement mémorable!

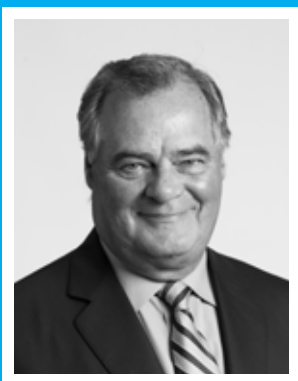


Vendredi

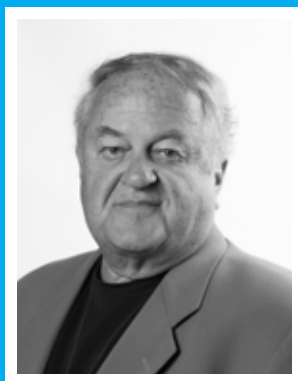
Samedi



Hommage à
Gérald Lord



Pierre Sévigny
Alimentation C.C. Sévigny Inc.
(IGA Extra)
Laval



Yves LeBel
Alimentation Lebel Inc.
(Metro)
La Pocatière



Jean Pelchat
Provigo Pelchat
Magog



Robert Savoie
Salaion Saint-André,
Montréal



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Réservez avant le 6 octobre et économisez!

Coûts inscription complète (avant taxes)

Détaillant		
Jusqu'au 6 octobre		
	Membre*	Non-membre
Dépanneur	500 \$	600 \$
Épicerie - de 6 000 pi²	700 \$	800 \$
Épicerie + de 6 000 pi²	900 \$	1 000 \$
Après le 6 octobre		
	Membre*	Non-membre
Dépanneur	700 \$	900 \$
Épicerie - de 6 000 pi²	900 \$	1 100 \$
Épicerie + de 6 000 pi²	1 100 \$	1 300 \$

Fournisseur	
Jusqu'au 6 octobre	
Membre *	1 650 \$
Non-membre	2 100 \$
Après le 6 octobre	
Membre *	1 900 \$
Non-membre	2 350 \$

* cotisation payée

Coûts inscription à la carte (avant taxes)		
Après le 6 octobre		
	Détaillant	Fournisseur
Vendredi	350 \$	750 \$
Samedi	500 \$	1 150 \$
Dimanche	250 \$	500 \$

Coûts inscription Escouade jeunesse (avant taxes)

175 \$ + taxes pour le premier enfant
125 \$ + taxes pour les enfants additionnels

Réservation des chambres
Sans frais : 1-866-488-7888
Code de réservation : RJG

Formulaire d'inscription

59^e Congrès annuel de l'A.D.A.

14, 15 et 16 novembre au Hilton Lac-Leamy.

Comment acheminer le formulaire?

1. Découpez-le en respectant les traits de coupe
2. Acheminez les sections 1 et 2 par courriel : **lgravel@adaq.qc.ca** ou télécopieur au numéro suivant : **514-849-3021**.

* À la réception du formulaire, un représentant vous contactera.

Questions, précisions?

Louise Gravel
514-982-0104 ou
1-800-363-3923 poste 231
lgravel@adaq.qc.ca

Catégorie

☐ Détaillant ☐ Fournisseur

Inscription complète

Inscription à la carte

☐ Congrès annuel 3 jours	☐ Vendredi	☐ Samedi	☐ Dimanche
☐ Escouade jeunesse			

Entreprise : _____
Nom et prénom (délégué(e)) : _____
Nom et prénom (conjoint(e)) : _____
Adresse : _____ Ville : _____
Province : _____ Code postal : _____
Téléphone : _____ Cellulaire : _____
Courriel : _____

Escouade jeunesse

Nom et prénom (enfant) : _____ Âge : _____
Nom et prénom (enfant) : _____ Âge : _____
Nom et prénom (enfant) : _____ Âge : _____

Allergie alimentaire

☐ Oui ☐ Non Précisez : _____

Paiement

Total avant taxes : _____
☐ Visa ☐ MasterCard ☐ Chèque à l'ordre de l'A.D.A. ☐ Envoyez-moi une facture
Nom du détenteur : _____
No. de carte : _____
Date d'expiration : _____
Signature : _____

Important

Vous devez réserver vos
chambres directement
auprès du Hilton Lac-Leamy
avant le 13 octobre

Annulation

Vous devez envoyer un avis écrit à l'A.D.A. avant
le 10 octobre afin de recevoir un remboursement
complet moins les frais d'inscription de 75 \$
perçus par délégué(e).

Aucun remboursement après le 10 octobre; les substitutions sont acceptées.
Le paiement complet doit être fait pour que l'inscription soit valide.
Les frais doivent être acquittés avant le 25 octobre.

Avis de convocation pour les membres-détaillants

Cher membre-détaillant,

Le président du conseil d'administration, M. Daniel Choquette, me prie de vous convoquer à l'assemblée annuelle des membres-détaillants de l'A.D.A., qui aura lieu dans le cadre du 59^e Congrès annuel de l'Association, le samedi 15 novembre 2014 au Hilton Lac-Leamy situé à Gatineau.

L'assemblée constitue l'occasion idéale de prendre connaissance du plan d'action de votre Association, d'influencer ses orientations afin qu'elles correspondent à vos attentes et d'y rencontrer vos collègues des autres bannières.

Je vous invite vivement à utiliser votre privilège de membre en soumettant des propositions concernant d'une part, des sujets de préoccupations que vous souhaitez voir aborder, et d'autre part, la composition du conseil d'administration qui vous représentera.

Espérant avoir le plaisir de vous rencontrer à cet événement annuel majeur, je vous prie d'accepter mes meilleures salutations.

Ginette Reid
Secrétaire de l'A.D.A, Propriétaire
Marché Reid et Gadoua (IGA)

Le comité de mise en nomination est composé du président du conseil et de deux anciens administrateurs, soient :

Daniel Choquette, Provigo Marieville
Isabelle Dunn-Doutre, Marché Dunn, Montréal (Richelieu)
Serge Bernier, Entreprise Daigle-Thibeault Inc., Granby (Boni-Soir)

Résolution soumise

Sujet : _____

Attendu que : _____

Attendu que : _____

Attendu que : _____

Il est proposé que : _____

N° téléphone :	_____	Commerce :	_____
Courriel :	_____	N° de membre :	_____
Signature du proposeur : _____			

Candidature(s) soumise(s)

Je soussigné(e), soumet à la considération du Comité de mise en nomination la ou les personne(s) suivante(s) au poste d'administrateur au conseil d'administration de l'A.D.A. :

Nom	Commerce	Ville
_____	_____	_____
_____	_____	_____

N° téléphone :	_____	Commerce :	_____
Courriel :	_____	N° de membre :	_____
Signature du proposeur : _____			

Retourner ce
formulaire au plus
tard le 15 octobre

Par télécopieur : 514-849-3021
Par courriel : gdesjardins@adaq.qc.ca
Par la poste : 2120, Sherbrooke Est, Bureau 900, Montréal, Qc, H2K 1C3

C'EST FACILE!



FORMATIONS ET COMPÉTENCES

TOUTE LA GESTION DE VOS EMPLOYÉS PASSE PAR ICI

↓

WWW.CSMOCA.ORG 

MAIN D'OEUVRE

LES BONNES PRATIQUES

GÉREZ VOS EMPLOYÉS

GESTION INTERGÉNÉRATIONNELLE

OUTILS

RECRUTER

EMBAUCHER

RÉMUNÉRER

GÉRER

TERMINER

OFFRE D'EMPLOI TYPE

FORMULAIRE DE DEMANDE D'EMPLOI

EXEMPLE DE GRILLE D'ENTREVUE

FORMULAIRE DE PRISE DE RÉFÉRENCES

ENQUÊTE DE FIABILITÉ



PARTICIPEZ!

CATÉGORIE INNOVATION | Votre entreprise a mis en œuvre un moyen de prévention novateur, adapté un équipement ou développé une méthode de travail sécuritaire pour éliminer les dangers? Faites connaître votre réalisation en vous inscrivant dans la catégorie Innovation!

CATÉGORIE LEADER | Votre collègue ou votre gestionnaire mérite que le temps et l'énergie qu'il consacre à la sécurité dans son milieu de travail soient récompensés? Soumettez sa candidature pour qu'il soit reconnu comme Leader en santé et sécurité du travail!

Information et inscription : **www.grandsprixsst.com**

Parce que le Québec a besoin
de tous ses travailleurs



LA RÉCUPÉRATION HORS FOYER À L'ÈRE DES AMBASSADEURS DE LA COLLECTE SÉLECTIVE



POUR PLUS D'INFORMATION ▾

La Table pour la récupération hors foyer
[www.tablehorsfoyer.ca/programmes/
programme-ambassadeurs-de-la-collecte-
selective](http://www.tablehorsfoyer.ca/programmes/programme-ambassadeurs-de-la-collecte-selective)

Regroupement des maisons de jeunes
du Québec : www.rmjq.org

Éco Entreprises Québec
www.ecoentreprises.qc.ca

UN NOUVEAU PARTENARIAT SOCIAL POUR LA COLLECTE SÉLECTIVE ▾

Un nouveau programme vient d'être lancé suite à un partenariat regroupant la Table pour la récupération hors foyer (la Table), le Regroupement des maisons de jeunes du Québec (RMJQ) et bacs+, un programme rendu possible grâce aux contributions financières des entreprises représentées par Éco Entreprises Québec (ÉEQ) : les Ambassadeurs de la collecte sélective. Cette initiative vise à optimiser la collecte sélective tout en faisant valoir son apport social à travers la mobilisation des jeunes. La Table propose une aide financière afin de mettre en place des activités ayant pour but d'augmenter la récupération de matières recyclables dans les lieux publics municipaux. Deux objectifs sont visés :

1. Augmenter le nombre d'équipements de récupération de matières recyclables installés dans des lieux publics municipaux au Québec (parcs, bordures de rues, centres sportifs, bibliothèques, arénas, etc.);
2. Améliorer la performance (quantité et qualité) de la récupération des matières recyclables dans les lieux publics municipaux, où des équipements de récupération de matières recyclables sont installés.

Les 185 maisons de jeunes membres du RMJQ peuvent alors soumettre des propositions de projet et recevoir jusqu'à 4 000 \$ d'aide financière pour en assurer la réalisation. Il peut y avoir deux types de projet :

1. Incitation de la municipalité à installer des équipements de récupération;
2. Sensibilisation des citoyens, si des équipements de récupération sont déjà installés dans les lieux publics municipaux.

Soulignons qu'une enveloppe budgétaire de 700 000 \$ a été allouée à ce programme, provenant de Éco Entreprises Québec, grâce aux montants versés par les entreprises contributrices, dont les propriétaires de bannières dont vous êtes membres, dans le cadre du Régime de compensation des services municipaux de collecte sélective. Des sommes fournies par d'autres partenaires de l'industrie composent aussi l'enveloppe totale. Une telle implication constitue un bel exemple de la volonté des entreprises à aller au-delà de leurs obligations légales, dans le but de maximiser chaque étape de la collecte sélective et de faire du modèle québécois un succès.

UNE INITIATIVE PORTEUSE DE BÉNÉFICES ▾

Le programme des *Ambassadeurs de la collecte sélective* est une initiative porteuse de nombreux bénéfices, dont l'optimisation de la collecte sélective. Par conséquent, l'ajout de nouveaux bacs de récupération dans les lieux publics municipaux permettra d'accroître l'accessibilité du système pour l'ensemble des citoyens. Les jeunes participants contribuent ainsi à l'élargissement du réseau de collecte. De ce fait, la quantité et la qualité des matières recyclables récoltées seront significativement accrues.

En outre, le programme permettra de sensibiliser les acteurs municipaux ainsi que les citoyens à l'importance du système de la collecte sélective. En allant à la rencontre des décideurs, les chargés de mission influenceront positivement leur collectivité.

DE NOUVEAUX ACTEURS POUR LA CHAÎNE DE VALEUR ▾

À travers leurs projets mobilisateurs, les jeunes développent leur esprit critique et leur sens des responsabilités, tout en contribuant de manière active à l'optimisation du service municipal de collecte sélective au Québec.

Au moment d'écrire ces lignes, plusieurs jeunes élaborent leurs premières propositions de projets. Leur enthousiasme et leurs efforts profiteront certainement à l'embellissement de leur communauté. En favorisant l'accès aux bacs de récupération dans les lieux publics, ils faciliteront aussi le geste du citoyen.

bacs+ souligne l'engagement de ces jeunes à l'égard de la cause environnementale et leur souhaite le meilleur des succès dans cette belle aventure. Les membres de bacs+ sauront apprécier au fil du temps la contribution significative des *Ambassadeurs* à titre de maillon de la chaîne de la collecte sélective!

L'annonce des premiers projets du programme des *Ambassadeurs de la collecte sélective* aura lieu le 16 octobre prochain pendant la Semaine québécoise des maisons de jeunes. Les jeunes du Regroupement des maisons de jeunes du Québec nous donnent raison de croire en l'avenir durable de la collecte sélective.

Carole Grenier

Directrice, Affaires publiques
Renforcement de la collecte sélective

bacs+
BÉNÉFICES DE L'AUGMENTATION
DE LA COLLECTE SÉLECTIVE

Une initiative de
eeq
Éco Entreprises Québec

maquilles

GESTION DES RH : ÉLÉMENTS CLÉS DE VOTRE PRODUCTIVITÉ

Votre entreprise mérite les meilleurs employés et les meilleurs gestionnaires. Pour ce faire, il est primordial d'établir des structures de gestion de vos ressources humaines.

Dans un contexte concurrentiel et générationnel, les entreprises d'aujourd'hui doivent structurer davantage leurs ressources humaines pour maximiser la productivité des employés et des dirigeants. Il est donc nécessaire de procéder à l'évaluation de l'organisation du travail et d'établir un mode de gestion uniforme de votre main-d'œuvre.

Le recrutement, la sélection, la rétention de votre personnel ainsi que l'amélioration de la qualité de vie au travail constituent les assises sur lesquelles repose le développement organisationnel de votre entreprise.

LA STRUCTURE DES RESSOURCES HUMAINES EST COMPOSÉE DES ÉLÉMENTS SUIVANTS ▾

- l'organisation du travail
- le recrutement
- la formation
- la gestion
- l'évaluation du personnel

En matière de ressources humaines, l'élaboration de politiques est un élément clé. Elle vous permet de déterminer quels sont les principes et les règles à respecter par l'ensemble de votre personnel. Ils doivent refléter la mission et les objectifs de votre entreprise.

STRUCTURER VOS RESSOURCES HUMAINES PERMET DE ▾

- Planifier la main-d'œuvre nécessaire pour l'atteinte des objectifs de l'entreprise
- Connaître les coûts de votre main-d'œuvre : recrutement et roulement de personnel
- Utiliser le plein potentiel de vos employés
- Découvrir les talents de vos employés pour que votre entreprise en bénéficie
- Établir un climat de travail sain et stimulant
- Atteindre les objectifs de votre entreprise

Pour parvenir à mettre en place une structure de gestion de votre personnel, il vous suffit de consulter le www.csmoca.org pour découvrir une multitude d'outils gratuits à télécharger.



NOUVEAU REGARD SUR LA GESTION DU PATRIMOINE

La gestion du patrimoine va au-delà de la gestion traditionnelle. En plus des actifs gérés dans un portefeuille de placement, la valeur de l'entreprise familiale et les objectifs financiers liés à la gestion du passif doivent être intégrés à la stratégie globale.

Des chercheurs se sont penchés sur une nouvelle approche qui est proposée aux familles fortunées en gestion de portefeuille dont l'article est paru dans le Journal of Wealth Management, à l'été 2014. En effet, la gestion de portefeuille pour les entrepreneurs et leur famille a évolué et une approche qui ressemble à celle des fonds de pension est souvent plus appropriée. Le fonds de pension a un objectif de rendement de croissance du portefeuille à long terme lorsque les besoins en liquidité immédiate sont faibles. À l'inverse, le fonds de pension a également un objectif de générer des revenus lorsque les besoins immédiats de liquidité sont importants. Si le fonds dispose de surplus considérables, un risque plus important sera assumé sans pour autant compromettre la sécurité financière du fonds.

L'approche de gestion traditionnelle, dont l'objectif est le rendement total des actifs, diffère de l'approche du bilan qui est basée sur un appariement entre les flux monétaires engendrés par les actifs du portefeuille et les flux monétaires requis pour assurer les versements périodiques réguliers aux bénéficiaires et aux héritiers, et pour assurer une continuité pour les générations futures.

À cet égard, la répartition à long terme entre les différentes classes d'actifs doit tenir compte de la complexité de l'entreprise familiale lors de l'élaboration de la politique de placement. Selon la nature de l'entreprise familiale, des nuances significatives seront apportées aux contraintes, aux considérations fiscales, au niveau du risque et à l'horizon de temps.

Le fonds de pension et la famille fortunée partagent plusieurs points communs dans l'approche à la gestion de portefeuille liée au passif par rapport à un investisseur individuel :

1. Utilisation de ratios ou de mesures quantitatives pour définir le risque VS une définition subjective du risque : l'investisseur individuel aura tendance à changer son comportement selon la direction des marchés.
2. Les participants au fonds de pension tout comme les membres d'une famille sont liés et veulent assurer la continuité de l'entreprise.
3. Encadrement par les lois, règlements et règles de gouvernance, alors que les investisseurs individuels n'ont pas ces contraintes.

Le gestionnaire de portefeuille et le conseiller financier d'expérience aideront à identifier la meilleure approche pour réaliser vos objectifs.

Colette E. Bournival
Chef de la conformité et
vice-présidente, gestion privée



SOMMAIRE DES DISTINCTIONS SELON LE TYPE D'INVESTISSEUR

	INVESTISSEUR INDIVIDUEL ▾	FOND DE PENSION ▾	FONDATION ▾
OBJECTIF DE PLACEMENT	• Rendement total • Recherche l'équilibre entre la croissance et le revenu selon son cycle • Indépendance financière	• Approche du bilan • Plusieurs volets dans un même régime • Objectifs spécifiques liés au surplus	• Préservation de capital pour assurer la pérennité • Stabilité des revenus
TOLÉRANCE AU RISQUE	• Doit distinguer sa capacité et sa volonté à prendre du risque • Différent selon ce qu'il a accumulé ou hérité de sa fortune	Plus de tolérance : • Si le fonds a des surplus importants • Si le profil des participants est plus jeune • Si l'entreprise est solide	• Dépend de l'horizon temporelle de la fondation • La fondation aura une plus grande tolérance au risque si une part minime du financement provient du portefeuille
CONTRAINTES	• Horizon de temps, cycle de vie • Flexibilité • Fiscalité • Situations spéciales	• Liquidité : contribution par rapport aux prestations versées • Horizon de temps : limité pour des entreprises qui cessent leurs activités • Lois et règlements	• Très long terme • Liquidité planifiée selon les projets • Réglementation • Considérations éthiques, environnementales et sociales

UN CANAL DE COMMUNICATION EFFICACE POUR LA PRÉVENTION DES PERTES

Les délateurs ont toujours été stigmatisés comme étant négatifs, et ce, dès notre petite enfance... À la maternelle, on les appelle des porte-paniers; au primaire, ce sont des « têteux de profs »; au secondaire, ils sont des « stools » et ainsi de suite!

L'idée de parler d'un problème interne à un supérieur est suffisante pour faire fuir le sommeil chez certains. Peut-on les blâmer alors que nous sommes « mis au pas » dès le jeune âge?

Pourtant, les obligations d'un employé envers son employeur sont claires. Educlo explique qu'un employé a un devoir de loyauté envers son employeur. Oh qu'il est difficile pour certains de respecter ce devoir de loyauté!

S'il est mis au courant d'une situation qui pourrait mettre en péril le bien de l'entreprise, l'employé a le devoir de le dire à son employeur.

C'est pourquoi nous suggérons fortement aux entreprises de mettre en place un système de délation anonyme. Les employés peuvent ainsi communiquer, s'ils le désirent, les informations en toute quiétude et l'employeur est en mesure de connaître les situations dangereuses financièrement pour son entreprise et ainsi agir concrètement. Certaines lignes téléphoniques de délation offrent même des récompenses contre l'information. Certaines organisations demandent même aux employés d'utiliser la ligne pour toute communication d'information à caractère sensible tels que le vol, le harcèlement, l'abus, les conflits internes, etc.

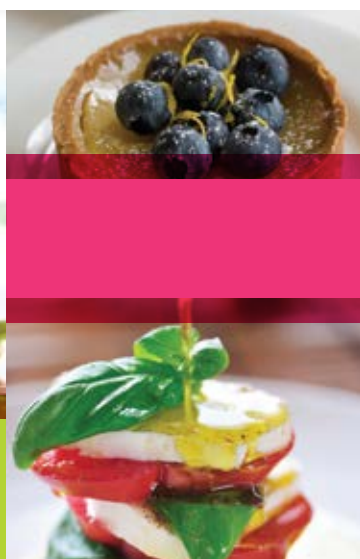
Des affiches de la ligne Info-Prévention sont disponibles gratuitement à nos bureaux. Ce programme offre aux employés la possibilité d'appeler ou même de « clavarder » de façon anonyme avec un enquêteur.

Il est important de donner aux employés un canal de communication, car en l'absence de celui-ci, certains garderont pour eux des situations importantes qui méritent d'être adressées. Nous vous rappelons qu'un tel programme ne fonctionne que s'il est bien publicisé à l'interne et rappelé aux employés régulièrement!

Cynthia Breault
Groupe Conseil VCS



Merci aux membres détaillants et fournisseurs de l'ADA pour avoir fait de cette édition un succès.



SAVOUREZ
LE GOÛT
DU SUCCÈS!



MEMBRES



**RÉSERVEZ
VOS
DATES!
POUR 2015**

**DU 28 AU
30 AVRIL 2015**

Direct Energy Centre,
Toronto

Membres fournisseurs,
**profitez du tarif
Fidélité à 26\$**

Contactez Thierry Quagliata à
tquagliata@expocanadafrance.com
ou 514 289-9669, poste 2232

un événement
comexposium
The place to be



12 ET 13 NOVEMBRE 2014 PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL

Le Grand RENDEZ- VOUS

SANTÉ ET SÉCURITÉ DU TRAVAIL

LA référence en
santé et sécurité
du travail!



DC1300-127-2 (2014-08)

5 BONNES RAISONS D'Y PARTICIPER

- 1** Pour assister à un choix de **24 conférences** et ateliers ainsi qu'à un **dîner-conférence** avec un conférencier vedette qui inspireront à coup sûr votre démarche de prévention en entreprise;
- 2** Pour rencontrer plus de **200 exposants** actifs dans le domaine;
- 3** Pour **échanger avec des spécialistes reconnus** qui vous aideront à être toujours plus proactif dans vos actions en santé et sécurité du travail;
- 4** Pour repartir avec des **outils pratiques et concrets**;
- 5** Parce que la santé et la sécurité du travail doit être au **cœur des préoccupations** de votre organisation!

Je m'inscris!

www.grandrendez-vous.com

Parce que le Québec a besoin
de tous ses travailleurs

