

RADAR

Association des détaillants en alimentation du Québec

■ novembre - décembre 2010

Le verre déborde!

PLACEMENT

Les plus grands frais en gestion
de portefeuille sont les impôts

MISSION PRÉVENTION

Notre meilleur arme
Le service à la clientèle

RESSOURCE HUMAINE

Pensons diversité
de la main-d'œuvre

Sommaire

Mot du président	02
Mot du président-directeur général	03
Section membres-fournisseurs	04
Mission prévention : Notre meilleur arme	07
Le service à la clientèle	10
Chronique D'Annick : Bâtir un héritage	10
Ressources humaines :	
Pensons diversité de la main-d'œuvre	13
Suivi des dossiers	14
Placement : La gestion d'un portefeuille	21
Table de concertation agroalimentaire du Québec	23



**Association
des détaillants
en alimentation
du Québec**

Place du Parc, 300, Léo-Pariseau, bureau 1100
Montréal (Québec) H2X 4C1
Téléphone : (514) 982-0104 • 1-800 363-3923
Télécopieur : (514) 849-3021 • info@adaq.qc.ca



L'association des détaillants en alimentation représente les détaillants propriétaires en alimentation du Québec et défend leurs intérêts et leurs droits et ce, quels que soient leur bannière et le type de surface qu'ils opèrent. Une publication exclusive aux membres de l'Association des détaillants en alimentation du Québec. Toute reproduction de textes ou d'extraits doit être autorisée par l'A.D.A. et porter la mention « Reproduite du RADAR »
Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec
ISSN : 1708-4776
www.adaq.qc.ca

Président-directeur général

Florent Gravel
fgravel@adaq.qc.ca

Éditrice
Rédactrice en chef
Nathalie Poulin
npoulin@adaq.qc.ca

Collaborateurs

Pierre-Alexandre Blouin
pblouin@adaq.qc.ca

Marie-Hélène Giguère
mgiguere@adaq.qc.ca

Conception et infographie
IntraMédia

Impression
IntraMédia

Parution : cinq fois par année

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Comité exécutif

Christian Jasmin, *Président*
Dominic Arseneault, *Vice-président*
Martin Racicot, *Vice-président*
Daniel Choquette, *Trésorier*
André Forget, *Secrétaire*

Administrateurs

Caroline Bouchard
Jonathan Champagne
Michel Dépatie
Jacques Falardeau
Yan Gladu
Ginette Reid
Mario Sauvé
Mario Saint-Denis
Bruno Vincent

PERMANENCE DE L'A.D.A.

Florent Gravel
Président-directeur général
Pierre-Alexandre Blouin
Vice-président, Affaires publiques
Nathalie Poulin
*Directrice-Événements, Éditrice
et Rédactrice en chef-Magazine RADAR*

Manon Dextras
Directrice-Finances et administration
Ginette Desjardins
Adjointe au président-directeur général
Marie-Hélène Giguère
Agente d'information et de recherche
Louise Gravel
Responsable de la base de données

Deux p'tits mots

Mot du président du conseil



Christian Jasmin
IGA Famille Jasmin
Marché au Chalet inc.
Ste-Adèle

Pas toujours facile d'être président du conseil d'administration de l'A.D.A.

Nous sommes l'Association qui représente des marchands affiliés, franchisés, indépendants, avec ou sans bannière. Nous travaillons de près avec les associations des grossistes, de l'industrie et des gouvernements. Un point réunit tout ce beau monde : RÉUSSIR.

Nous sommes en affaires pour réussir, être les meilleurs de notre secteur; nous sommes tous des passionnés et fiers de notre industrie. L'industrie elle, est-elle aussi fière que nous le sommes? Je crois qu'il faut travailler un peu là-dessus. Beaucoup de dossiers se régleraient facilement si chacun respectait les besoins et les conditions de l'autre.

Nous les épiciers, les détaillants, sommes des employeurs de l'industrie alimentaire qui ont probablement les moins bonnes conditions de travail à offrir à nos travailleurs. Je ne vous apprend sûrement rien avec cette affirmation.

Nous avons la responsabilité et le devoir d'offrir au consommateur : un bon service à la clientèle, des marchandises de qualité, de grandes variétés, de la quantité juste à temps et un merchandising de qualité, et nous en sommes fiers.

Nous gérons des politiques d'entreprise, de marché, de gouvernements et c'est la responsabilité de l'A.D.A. de tenter d'agir sur les enjeux du marché et ainsi améliorer les conditions d'un marchand propriétaire, de toute famille confondue.

C'est pour toutes ces raisons que nous ne devons jamais baisser les bras devant l'adversité, que nous ne devons pas nous satisfaire de peu.

Pourtant, malgré ces faits, il est souvent difficile de faire consensus avec nos partenaires dans les enjeux et dossiers que l'on mène dans l'industrie, car les intérêts de l'un sont différents des intérêts de l'autre et en bout de ligne, à nous détaillants, on laisse souvent les miettes. On l'accepte, car c'est le marché qui dicte les conditions.

Et bien, j'aimerais avoir les conditions qui me permettraient d'être l'employeur de choix dans ma région, avoir des conditions qui feraient de mon entreprise l'endroit où des gens lutteraient pour y faire carrière, qui leur permettraient d'élever leur famille avec dignité et d'avoir la reconnaissance de leur industrie.

Par exemple, et bien moi, j'aimerais éliminer les 100,000 \$ injustifiés que me coûtent les frais transactionnels et l'investir dans ma masse salariale, dans mon avenir, dans ma réussite!

Nos profits sont importants et nous devons lutter pour les protéger, afin de pouvoir les investir dans notre réussite. Merci. C'était mon 2 minutes de mauvaise conduite.

Allez, on se voit au congrès!

Bienvenue à tous.



Florent Gravel

L'A.D.A. insatisfaite de la tournure des événements

Vous n'êtes pas sans savoir que le dossier du lait a fait couler beaucoup d'encre ces dernières semaines et même ces derniers mois. Parmalat a été contrainte de modifier l'approche que nous favorisons suite à de très fortes pressions et la proposition de Natrel a été retenue, et ce, malgré les risques que nous vous avons soumis.

Je me dois cependant de corriger certaines informations qui ont circulé à l'égard de l'A.D.A., car certains prétendent que c'est la faute de l'A.D.A. si l'industrie du lait a été prise dans cet imbroglio et que les marchands subissent une perte importante.

Je dois vous ramener quelques années en arrière.

En 1998, la marge de profit d'un 4 litres 2 % était de 12,42 %.

En 2010, elle était de -4,88 %. Est-ce normal? Poser la question c'est y répondre.

En 2005, à mon arrivée, la Régie a corrigé l'écart entre le prix minimum et le prix maximum, le réduisant à 0,60 \$. Il était en mars 2004 de 1,22 \$.

En 2006, 4 fois 1 litre carton coûtait 0,07 \$ de moins qu'un sac de 4 litres de lait. Est-ce normal? Nous avons dénoncé cet état de fait qui a par la suite été corrigé timidement par les laiteries.

Nous avons demandé 2 choses aux laiteries.

En premier, confirmer à la Régie que le lait était maintenant calculé avec un prix au litre uniforme pour tous les formats, afin que les personnes âgées et les familles paient un même prix au litre et qu'elles supportent notre demande d'augmenter les prix minimum et maximum de 0,10 \$ par année, afin de rétablir l'équilibre du prix du 4 litres sur 3 ans. Cette façon de faire permettait aux petites surfaces de ne plus perdre d'argent en vendant le format 4 litres et aussi leur permettre d'être compétitifs avec les plus gros.

Les laiteries ne nous ont pas secondés dans cette démarche, car elles sont d'accord avec la Régie qui prétend que le format 4 litres est un format économique qui doit être vendu moins cher, et ce, malgré le fait qu'ils nous le chargeaient plus cher que 4 x 1 litre.

L'autre reproche que nous avons à leur faire était que depuis plusieurs années, ceux-ci s'accaparent 100 % et plus de l'augmentation qui nous est attribuée par la Régie.

La Régie qui écoutait nos doléances d'année en année a décidé en 2009 de mettre un frein à cette façon de faire en leur imposant un prix de gros qui correspond à notre prix minimum.

Cette décision faisait suite à une audience extraordinaire de l'automne 2008, où la Régie avait accordé 0,03 \$/1 litre, 0,06 \$/2 litres et 0,12 \$/4 litres d'augmentation suite à l'augmentation à 1,50 \$ le litre de l'essence, et ceux-ci ont pris plus que ce qui avait été accordé par la Régie en prenant 0,035 \$/litre, 0,07 \$/2 litres et 0,14 \$/4 litres.

Nous étions contre l'imposition d'un prix de gros car très dommageable pour les petites laiteries, mais les agissements des laiteries ont forcé la Régie à nous protéger adéquatement face aux pratiques excessives de celles-ci.

Si vous prenez connaissance de la décision de la Régie 9115 du 18 décembre 2008, vous y lirez que les laiteries avaient jusqu'au 1er juin 2009 afin de se conformer à cet ajustement.

Encore une fois, les laiteries ont fait à leur tête et passé outre à la réglementation interprétant à leur façon ce que voulaient dire les articles 53, 54 et 55 de la décision qui était pourtant très claire, mais trop limitative à leur goût.

Suite à nos commentaires lors des audiences suivantes, la Régie, dans sa décision 9315 du 18 décembre 2009 est venue reconfirmer sa décision. Encore une fois, les laiteries ont attendu jusqu'au 1er novembre 2010 avant de s'ajuster, sachant très bien qu'elles ne pourraient pas se présenter devant la Régie en décembre 2010 en n'ayant rien fait.

**Il y a un risque certain
que vous soyez
les subventionneurs
du lait
dans les années futures.**

La deuxième chose que nous leur avons demandée était d'arrêter de parler des ristournes comme étant un rabais sur le prix du lait, car ces montants nous sont attribués en fonction d'une exclusivité, d'un positionnement, du trafic et d'obligation de certaines promotions internes et que ces sommes devraient être considérées par elles, comme des frais d'opération. Le problème est que les laiteries ont toujours prétendu à la Régie que notre prix payé n'était pas le vrai prix à cause de ces ristournes.

C'est à cause d'affirmations comme celles-là que la Régie a décidé d'établir un prix de gros au lieu d'augmenter le prix au consommateur comme nous l'avons demandé.

Ce sont les mauvaises représentations des laiteries et plus précisément du représentant d'Agropur ainsi que leurs agissements qui nous ont placés dans cette position. Si vous prenez le temps d'aller lire les décisions, attardez-vous sur les exposés du CILQ, d'Agropur, ainsi que de l'A.D.A. et vous serez à même de constater lequel des joueurs a plongé ce système dans cette impasse avec l'imposition d'un prix de gros qui nous est préjudiciable.

Notre seule compensation est de savoir qu'au moins les plus petits détaillants qui n'avaient aucune ristourne bénéficient maintenant d'une réduction de prix de 0,32 \$ le sac de 4 litres.

Sachez que nous sommes là pour vous défendre au meilleur de nos connaissances et que la position prise par les laiteries nous inquiète au plus haut point, car il y a un risque certain que vous soyez les subventionneurs du lait dans les années futures.

Contactez vos présidents régionaux :

ESTRIE
Jean-François Frenette
450-375-0300

OTAQUAIS
Isabelle Tassé
819-568-5545,
819-923-1876

SAGUENAY-LAC-ST-JEAN/
CÔTE-NORD
Caroline Bouchard
418-543-3387

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE/
NORD-DU-QUÉBEC
Julie Pelletier
819-874-7741

BAS-ST-LAURENT/
GASPÉSIE
Frédéric D'Amours
418-868-1477

CENTRE-DU-QUÉBEC
Martin Auger
819-293-6937

QUÉBEC/
CHAUDIÈRE-APPALACHES
Francis Veilleux
418-386-5744, 418-390-2300

LAVAL/
LAURENTIDES-LANAUDIÈRE
Gilles Brouillette
450-438-5214

MONTRÉAL (OUEST)
Enrico Lalonde
514-620-4443

MONTRÉAL (EST)
André Forget
514-493-1230

MAURICIE
Marc DeMontigny
819-376-3028

MONTRÉGIE
Michel Lemieux
450-658-1831

Mot de Daniel Fradette,
président du Comité de direction des membres-fournisseurs



Daniel Fradette
La compagnie de
Brevages Pepsi

Les membres du Comité de direction se joignent à moi pour souhaiter la bienvenue à M. Stéphane Bouchard qui s'est joint au Comité récemment. Stéphane a une grande expérience du domaine alimentaire et il est vice-président Ventes et Marketing chez Distribution Régitan Limitée.

J'aimerais souligner deux départs. M. Val D'Amours de Unisource Canada a pris sa retraite en juillet dernier, laquelle nous lui souhaitons longue et heureuse! M. Hubert Descroix, Meilleures Marques/Groupe St-Hubert nous a quitté tout récemment, nous lui souhaitons bon succès dans tous ses projets et à tous les deux un grand merci pour leur précieuse contribution.

J'en profite pour rappeler à tous les membres-fournisseurs nos activités du congrès, qui se tiendront samedi 13 novembre en après-midi. La table ronde et l'assemblée annuelle nous permettront d'échanger sur les enjeux. Nous en avons identifié plusieurs et je vous en mentionne quelques-uns :

Éthique dans les relations d'affaires

Définir l'éthique en affaire avec nos marchands. Mettre en place une façon de faire des affaires, avec transparence. En débattre avec tous les membres. Elle doit être connue des fournisseurs et des détaillants.

Gestion des produits périmés

Améliorer la gestion des produits périmés (les produits passés date qui sont en vente garantie) et réduire les coûts d'opération, problème majeur pour l'industrie de la viande. Coûts énormes en jeu. (représentants, salubrité). Essayer de trouver des solutions à court terme.

Problématique du transport

Chantiers, trafic et autres éléments génèrent des coûts importants et diminuent l'efficacité. Trouver des solutions afin d'améliorer le service de transport/livraison, par voie de contournement, par exemple des livraisons de nuit, autant pour les livraisons directes qu'en entrepôts. Lobbying à faire auprès des ministères et des municipalités (règles municipales d'interdiction de la livraison de nuit).

Projet de loi 88

Le projet de loi 88 sur la compensation des frais de gestion des matières résiduelles n'est toujours pas conclu. Il est très important de nous assurer d'un partage des responsabilités équitable industrie-municipalités.

Donc bien des défis nous attendent, j'ai vraiment hâte d'en discuter avec vous tous, membres-fournisseurs. Soyez avec nous, nous sommes privilégiés de bénéficier de cette nouvelle tribune à l'A.D.A.

Au grand plaisir de vous retrouver au congrès et particulièrement à nos activités du samedi pour ce nouveau départ!

Daniel Fradette

Comité de direction des membres-fournisseurs de l'A.D.A.



**DANIEL
FRADETTE**

La compagnie de
Brevages Pepsi



**MARIE-JOSÉE
HENRI**

Les Boulangeries
surgelées Maple Leaf
(Canada Bread)



**JEAN-FRANÇOIS
COURCHESNE**

Groupe Chagall inc.



**GÉRALD
CAYOUCETTE**

Les Aliments
de consommation
Maple Leaf



**HUBERT
DESCROIX**

Meilleures Marques,
division du Groupe
St-Hubert inc.



**MARC
SAUVAGEAU**

Acosta Canada inc.



**RICHARD
GAGNON**

Savoura



**STÉPHANE
BOUCHARD**

Distribution Régitan
Limitée



**DOMENIC J.
MANCUSO**

Saputo inc.



**ANNICK
GAZAILLE**

IGA Gazaille
Ex-présidente A.D.A.

KUI EST RESPONSABLE DE LA CRISE ?

Depuis presque 3 ans le ralentissement économique que nous subissons est en grande partie la conséquence du comportement des dirigeants des institutions financières et gouvernementales. Ces dirigeants avides d'argent, sans scrupules et non productifs prennent trop de risque avec notre argent pour s'enrichir à nos dépens.

Les gouvernements de ce monde n'ont jamais, je répète n'ont jamais mis leurs culottes laissant des gens sans conscience sociale s'enrichir sur notre dos. Même l'AMF (Autorité des marchés financiers) a déjeuné au gaz et aujourd'hui, dans un élan pour rétablir sa crédibilité, tire sur tout ce qui bouge.

Il faut voir à changer le tir : ce sont les dirigeants des hautes sociétés qu'il faut contrôler et arrêter de faire l'autruche en mettant le blâme sur le voisin.

Après avoir rétabli le système financier avec notre argent car quand les gouvernements impriment de l'argent, il faudra rembourser un jour. Quel héritage allons-nous donner à nos petits-enfants?

Il faut donc être des plus éveillés et dénoncer tout contrevenant à l'éthique ou à la loi du gros bon sens.



Normand Lafrance : Planificateur financier, 25 ans d'expertise dans le domaine

Je profite de cette dernière édition de l'année 2010 pour vous offrir mes meilleurs vœux pour la nouvelle année qui est à nos portes.

N.B. Pour les personnes qui ont 71 ans cette année la limite pour contribuer à leurs REER se termine le 31 décembre.

Si de plus amples informations s'avéraient nécessaires, n'hésitez pas à communiquer avec nous.

Sojolie Inc.

500, Boul. St-Martin Ouest bureau 220, Laval, (QC) H7M 3Y2

Téléphone : 450-629-0342 ext 234, Téléphone sans frais : 1-888-756-0342 ext 234, Télécopieur : 450-668-5414 / 1-888-668-5414

Adresse courriel : norm.lafrance@sympatico.ca

Nomination au Temple de la Renommée A.D.A. 2010



M. Jean-Paul Blackburn



En 2009 L'Association des détaillants en Alimentation du Québec a inauguré une nouvelle catégorie au Temple de la Renommée A.D.A. : Petite surface

L'A.D.A. est fière de vous présenter son deuxième intronisé.

Félicitations à un grand de l'alimentation : M. Jean-Paul Blackburn, marchand AXEP de Laterrière.

Le génie québécois au service de la **prévention** !

Rendez votre milieu de travail **plus sécuritaire** et faites-en profiter d'autres entreprises.

Augmentez la **notoriété et la crédibilité** de votre entreprise au sein de votre secteur d'activité.

Présentez-nous votre **solution innovatrice** en santé et sécurité du travail, réalisée conjointement par les employés et l'employeur, et profitez d'une **visibilité** pour votre entreprise, en plus de devenir une inspiration pour vos pairs.

Votre génie pourrait être reconnu à plus grande échelle lors du gala national qui se déroule chaque printemps, à Québec.

Découvrez les **vidéos** sur les réalisations gagnantes des dernières années, ainsi que de nombreuses réalisations ingénieuses.

Pour obtenir davantage d'information ou pour vous inscrire, consultez le site Web de la CSST : **[www.csst.qc.ca/prixinnovation]**.

Vous pouvez aussi communiquer avec le personnel du bureau de la CSST de votre région au **1 866 302-CSST (2778)**.



Des entreprises qui ont innové avec succès !

Les Abattoirs Z. Billette

Agromex

Agropur

Les Aliments Cargill

Les Aliments Dare

Aliments Ultima

Boulangerie Gadoua

La crevette du Nord Atlantique

Les Distilleries Corby

Exceldor

Les Fruits de Mer de l'Est du Québec

Fumoir Grizzly

Multi-Markes

Les Œufs Bec-O

Olymel

Parmalat Canada

Sleeman Unibroue

Unilever Canada

Viandes Kamouraska

Et bien d'autres !

L'INSCRIPTION EST POSSIBLE EN TOUT TEMPS !



Notre meilleur arme

Le service à la clientèle

Pour la plupart d'entre nous, l'arrivée de l'automne représente la fermeture du chalet, la fin d'une saison passée à naviguer sur les cours d'eau ou à relaxer dans un camping de la région. L'automne représente aussi la préparation du motorisé et du bateau pour l'hiver qui s'en vient, la fermeture de la piscine et les belles couleurs des feuilles qui nous plongent dans un romantisme incroyable... Tout juste avant de revenir à la réalité et d'être obligé de les ramasser.

Toutefois, pour les commerçants, l'automne ne signifie pas seulement que des changements de couleur dans notre beau paysage. Pour eux, l'automne représente aussi une préparation intensive et agressive en vue de l'arrivée de la période la plus occupée de l'année : le temps des fêtes. Pendant que nos commerçants s'efforcent de préparer leurs magasins en fonction de leurs prochaines campagnes publicitaires, d'une augmentation de leurs volumes de ventes et de l'achalandage, les voleurs profitent de cette situation pour retourner à leurs bonnes habitudes.

Malheureusement, il n'y a pas que les gens honnêtes qui se préparent entre deux saisons... nos voleurs et fraudeurs changent leur méthode. Le temps frais de l'automne et le froid de l'hiver représentent de belles opportunités pour les voleurs de sortir leurs manteaux truqués de grandes poches intérieures pouvant contenir, entre autres, de gros appareils électroniques et des quantités impressionnantes de viandes et bouteilles de vin. Les grands sacs d'épicerie seront toujours utilisés par certains voleurs, mais ceux-ci auront aussi la possibilité d'en prendre encore plus, car après tout, un bon grand manteau chaud peut contenir bien plus de marchandise qu'un simple sac d'épicerie... Alors pourquoi se contenter d'utiliser juste le sac?

Plus nous avancerons vers la période des fêtes, plus les gens seront pressés. Ils seront aussi plus préoccupés par l'arrivée des premières neiges, de la date limite pour les changements de pneus et bien sûr, il ne faudrait surtout pas oublier la fameuse course aux jouets et aux cadeaux qui, pour certains, commence très tôt alors que pour d'autres, la dernière minute suffit. En fait, cette période de l'année possède tous les éléments de distractions possibles que les voleurs et les fraudeurs sauront utiliser à leur avantage. Rappelons-nous ce que ces derniers désirent plus que tout au monde passer inaperçus...

La vigilance est donc de mise, mais n'oublions surtout pas que notre meilleur arme contre ces voleurs et ces fraudeurs restera toujours, peu importe la saison, le service à la clientèle de nos employés!

En misant ainsi sur le bon service à la clientèle et en saluant chaque client que vous et vos employés croiserez dans vos allées, vous contribuerez à la fois à l'augmentation de vos ventes, car les clients salués apprécieront l'importance que vous leur accorderez, alors que pour les voleurs et les fraudeurs que vous aurez aussi salués, votre salut et votre sourire n'auront pas la même signification!

Alors allez-y, n'hésitez pas à saluer vos clients... Je vous le dis, c'est du deux pour un!

Pour de plus amples renseignements n'hésitez pas à communiquer avec nous au 1 800 842-1911





Fondation Tirelire

Les producteurs de porcs du Québec
aident les organismes à soulager la faim



Lorsque générosité rime avec temps des Fêtes

Pendant le temps des Fêtes, nous voyons davantage de gestes de générosité. Pourquoi donne-t-on plus durant cette période? Est-ce parce que nous voulons nous déculpabiliser de nos nombreux achats ou est-ce tout simplement parce que nous sommes plus conscients de la pauvreté qui nous entoure?

Les campagnes de financement mises sur pied durant cette période sont très nombreuses et savent toucher la corde sensible des donateurs. Elles aident les plus démunis de notre société à passer un beau temps des Fêtes. Toutefois, qu'advient-il d'eux les autres jours de l'année? Au Québec, plus de 279 000 personnes ont recours à de l'aide alimentaire afin de manger tous les jours. Même si elle est souvent cachée, l'insécurité alimentaire est bien réelle. Qu'il s'agisse d'un problème d'accès aux aliments ou de l'incapacité à acquérir des aliments sains, nutritifs et en quantité suffisante, la faim demeure et apporte avec elle une multitude de problèmes connexes tels qu'une mauvaise qualité de vie, la perte de dignité, des troubles de santé, l'exclusion sociale et bien d'autres. Les personnes en difficulté sont souvent, malgré elles, entraînées dans un cercle vicieux qui les emprisonne dans un tourbillon sans fond, et ce, non seulement durant le temps des Fêtes. Il est important de tendre la main à ces personnes durant cette période, mais aussi tout au long de l'année afin qu'elles puissent se relever et reprendre le contrôle de leur vie et celle de leur famille.

Le droit à l'alimentation est un droit fondamental. À la Fondation Tirelire, nous croyons qu'aucun être humain ne devrait souffrir de la faim. Nous sommes une jeune fondation remplie d'espoir. Nous avons donné, en six ans, plus de 1,2 million de dollars permettant ainsi à des milliers d'individus de se nourrir adéquatement. Nous avons à cœur le bien-être de tous. Que ce soit pour la période des Fêtes ou à un autre moment de l'année, nous sommes ouverts à vos idées et aux nombreux projets qui pourraient avoir un impact sur la vie des plus défavorisés de notre société. Nos actions sont concrètes et s'étendent à travers le Québec. Si vous désirez vous joindre à nous et vous aussi avoir un impact concret sur la qualité de vie des démunis de votre communauté, n'hésitez pas à communiquer avec M. Alain Thibaudeau, directeur général de la Fondation Tirelire, par téléphone au 450 679-0540, poste 8547, ou par courriel à athibaudeau@upa.qc.ca.

Nous vous souhaitons le plus joyeux des Noël et une année 2011 des plus généreuses!



SIAL & SET CANADA

11, 12 & 13
MAI 2011

Metro Convention Centre, Toronto

*Yours to
discover*!*



» TORONTO

RÉSERVEZ VOS DATES
DÈS MAINTENANT

* À vous de découvrir !

SIAL 2011
Canada
Toronto
sialcanada.com

SET 2011
Canada
Toronto
setcanada.com

Un événement
comeXposium

Bâtir un héritage

Chers détaillants et chers fournisseurs,

Au début du siècle dernier, le sucre se vendait à 0,04 cent la livre, on obtenait une douzaine d'œufs pour 0,14 cent, la livre de café était à 0,15 cent. 95 % des taxes que nous payons aujourd'hui n'existaient pas en 1909!

Bien sûr, l'inflation a joué son rôle, mais on peut se questionner sur l'évolution des prix, le partage des profits, sur les modèles d'affaires et l'insatisfaction de bien des gens du milieu. Est-ce si impossible de vivre une situation gagnant-gagnant pour chacun des intervenants de la chaîne alimentaire?

Nul doute dans le cours de l'évolution, nos actions, bonnes ou mauvaises, finissent toujours par avoir leur place et leur utilité. VOIR les choses, c'est nécessairement pouvoir les CHANGER. La conscience est un pouvoir. La valeur d'une expérience se mesure à son pouvoir de transformation. Je crois qu'il n'y a pas de transformation collective dans le domaine de l'alimentation sans un minimum de transformation individuelle. La paresse ou la peur fait souvent en sorte que l'on trouve plus commode de procéder « comme d'habitude ». Mais nous sommes chacun, par notre prise de conscience, les bâtisseurs de demain.

Je vous en prie, vous n'êtes pas seulement en train de me lire, cela vous concerne aussi. Si vous lisez de façon distraite, cela n'aura guère de portée, alors que si vous êtes à l'écoute de vous-mêmes, que vous vous impliquez, nous aurons un vrai partage!

Si nous sommes vigilants et vraiment consciencieux et l'époque exige que nous le soyons, alors nous devons voir très clairement, objectivement, avec détachement, le monde alimentaire tel qu'il est : divisé et fragmenté, chacun combattant l'autre et s'efforçant de créer sa propre unité. Dans quelle mesure sommes-nous conscients du clivage qui existe entre marchands et fournisseurs? Nous devons agir collectivement, car de grands changements sont nécessaires.

Si vous et moi accordons toute notre attention à comprendre l'ensemble du phénomène alimentaire, non seulement de l'extérieur, mais aussi de l'intérieur et en profondeur et si nous nous attaquons pleinement à résoudre les problèmes existants, une relation authentique sera créée entre marchands et fournisseurs. Nous pourrions alors penser ensemble, bouger ensemble, et donc créer ensemble, c'est cela la communication.

Nous considérons à tort, comme allant de soi le constat de corruption inévitable qui règne dans tout le secteur. Mais pourtant, « NOUS SOMMES LE MONDE ALIMENTAIRE »!

Je crois que l'inertie fait beaucoup plus de mal que le principe dynamique de la lutte qui, au moins, crée plus qu'il ne détruit.

Mon rôle n'est pas de vous dire quoi ou comment penser, mais d'examiner et comprendre avec vous tous ces problèmes afin d'en avoir une vision nette et sans ambiguïté et ainsi trouver tous ensemble des solutions.

Si nous ne sommes plus à l'aise dans ce modèle d'affaires, alors changeons-le! Nous avons ce pouvoir. Car c'est de cela qu'il s'agit, **bâtir un héritage** dont nous serons fiers. C'est le temps d'y penser.

Créons ensemble l'art d'un partenariat d'affaires. Ce n'est plus le défi d'un seul homme, c'est celui de tous.

Osez l'avenir! Au plaisir d'en discuter avec vous.

Annick Gazaille





**CANADIAN FEDERATION OF INDEPENDENT GROCERS
FÉDÉRATION CANADIENNE DES ÉPICIERS INDÉPENDANTS**

Félicitations aux gagnants de Prix de Mérite de l'Épiciers canadien indépendant de l'année!

Les détaillants en alimentation québécois ont connu une autre année exceptionnelle au programme de l'Épiciers canadien indépendant de l'année. Les gagnants ont été annoncés au 48e Gala de l'Épiciers canadien indépendant de l'année, présenté par la Fédération canadienne des épiciers indépendants, le 26 octobre 2010 à Innovations alimentaires Canada. Voici les gagnants de Prix de mérite québécois.



Métro Plouffe de Farnham
Farnham, QC



Métro Val-David
Val-David, QC



Supermarché G. Breton Inc.
Granby, QC



Métro Plouffe de Bedford
Bedford, QC



Provigo Caroline Bouchard
Chicoutimi-Nord, QC



Marché R. Desrochers Inc.
Chertsey, QC



Marché Reid & Gadoua
Beauharnois, QC



Métro Plouffe de Sherbrooke
(Boul. Bourque)
Sherbrooke, QC



IGA Bouchard
Sherbrooke, QC



Provigo Choquette et Fils
Marieville, QC



IGA Famille Jasmin
(Marché au Chalet) Inc.
Ste-Adèle, QC



Métro Bourgeault
St-Gabriel, QC



Métro Plouffe de Sherbrooke
(Rue King Est)
Sherbrooke, QC



Mon Marché Breton Inc.
Bromont, QC



Métro Plouffe de Magog
Magog, QC



Métro Lussier
Waterloo, QC

Le programme L'Épiciers Canadien Indépendant de l'Année est le service de consultation le plus abordable et efficace pour faire évaluer son magasin par un expert de l'industrie. C'est un excellent moyen d'identifier les éléments qui peuvent être améliorés et de mesurer la performance annuelle de son magasin. Chaque détaillant est évalué par un juge pour son service à la clientèle, la direction de ses employés et de ses départements, la conception du magasin, le merchandising, la créativité, la propreté, et l'implication communautaire.

Pour s'inscrire au programme 2011 de l'Épiciers Canadien Indépendant de l'Année ou pour plus d'information, contactez la FCEI aux coordonnées suivantes.

Kimberley Kwo
Directrice des Services aux Membres
Fédération Canadienne des Épiciers Indépendants
Tél.: 1.800.661.2344, poste 227
Courriel: kkwo@cfig.ca
www.cfig.ca



RÉALISEZ VOTRE MEILLEURE PRISE!

Procurez-vous dès maintenant la nouvelle édition du Guide de la poissonnerie au Québec

Ce Guide se veut un outil complémentaire au carnet d'apprentissage et au guide du compagnon produits dans le cadre du **PAMT** en poissonnerie. Il a été réalisé afin d'aider les poissonniers et les poissonnières ainsi que leurs commis à mieux informer et conseiller leur clientèle. Il est maintenant enrichi de photos.

★ **GUIDE REMIS GRATUITEMENT** AVEC LA SIGNATURE D'ENTENTE D'UN PROGRAMME D'APPRENTISSAGE EN MILIEU DE TRAVAIL.



Pour plus de renseignements sur le **Guide de la poissonnerie au Québec** ou sur nos autres activités et outils, consultez notre site web à l'adresse suivante **www.csmoca.org**

CSMOCA 
Comité sectoriel de main-d'œuvre
du commerce de l'alimentation

Pensons diversité de la main-d'œuvre

Lorsque vous recrutez, il est primordial de mettre toutes les chances de votre côté pour choisir les personnes qui seront parties prenantes de votre entreprise, un joueur sur qui l'équipe pourra compter, un joueur qui va rester. Pour cela il faut bien sélectionner les candidats! Le recrutement représente un investissement considérable en argent et en temps. Nous savons tous qu'il faut prévoir du temps et des efforts afin que l'employé maîtrise ses fonctions et travaille en toute autonomie. Nous savons également que la main-d'œuvre se fait de plus en plus rare. Pour toutes ces raisons, il est impératif d'implanter des méthodes de recrutement gagnantes.

En raison de la pénurie de main-d'œuvre éminente qui affecte l'ensemble des industries québécoises, le CSMOCA se penche sur la question des bassins de main-d'œuvre disponibles depuis quelques années. Nous avons débuté par l'étude sur la **génération Y**, qui nous a permis de constater que les jeunes de notre industrie ne demandent que stabilité, coaching et défis. Cette année nous nous penchons sur la question

des **travailleurs expérimentés**, bassin de main-d'œuvre non négligeable qui ne fera que s'accroître au fil des ans. Nombreux sont ceux de cette génération qui souhaitent réintégrer le marché du travail ou simplement y rester et faire profiter l'industrie de leur bagage d'expérience.

Diversifier votre main-d'œuvre vous assure d'une bonne représentativité de la clientèle et favorise l'échange au sein d'une équipe de travail. Alors que les jeunes transmettent leur énergie, les travailleurs expérimentés partagent leur savoir-faire et leur savoir être. Un échange se crée. Les avantages d'associer différentes générations dans votre milieu de travail sont nombreux, ne pensons qu'aux horaires de travail pour lesquels ces deux bassins se complètent. Rappelons que plus de 57 % des jeunes de 15 à 24 ans et plus de 48 % des 55 à 64 ans travaillaient en 2006, ce qui laisse encore un réservoir de main-d'œuvre à explorer.

Bien que le taux d'emploi du Québec compte déjà parmi les plus élevés de l'OCDE, il peut encore augmenter. En le hissant plus haut, le Québec pourrait compter au moins 400 000 travailleurs de plus dont la moitié chez les personnes de 55 ans et plus.

Avez-vous déjà pensé à cibler un bassin de main-d'œuvre particulier afin de combler un poste vacant? Savez-vous qu'il est possible de recruter auprès d'organismes d'insertion, de regroupement de personnes retraités ou même dans les établissements scolaires de votre quartier?

En conclusion, nous savons tous que le vieillissement démographique peut être compensé par des hausses du taux d'emploi de toutes les catégories de travailleurs en âge de travailler. Élargissons nos horizons et profitons de bassins jusque-là peu explorés afin de combler nos besoins en main-d'œuvre.

Vous avez des questions? L'équipe du CSMOCA est là pour vous aider. N'hésitez pas à communiquer avec nous au 514-499-1598.

Une tonne d'information est également disponible sur notre site Web : www.csmoca.org.



Voici un aperçu des développements de certains dossiers que nous menons et des nouvelles d'actualités reliées à votre secteur d'activités.

N'hésitez pas à nous contacter pour toute information supplémentaire ou encore pour nous transmettre des renseignements qui nous permettront de mieux documenter nos dossiers.



Agroalimentaire

Le MAPAQ s'intéresse à la traçabilité de la viande bovine

Le MAPAQ souhaite examiner le système de traçabilité de la filière de la viande bovine, de l'abattoir jusqu'au comptoir du boucher. L'objectif est de s'assurer que le système actuellement en place permet d'effectuer des opérations de rappel rapides et efficaces.

Un comité de travail a donc été mis sur pied, en collaboration avec Agri-Traçabilité Québec, afin de réfléchir à la question. À part les producteurs bovins, tous les représentants de la filière participent au groupe de travail : abattoirs, distributeurs et grossistes, transformateurs et détaillants; l'A.D.A. n'est pas en reste.

La démarche du MAPAQ propose d'abord de dresser un état des lieux pour chacun des maillons de la chaîne, puis de réfléchir à la possibilité d'affiner le système de traçabilité actuel. Il n'est pas pour le moment question d'imposer un système en particulier, mais plutôt de vérifier l'efficacité des systèmes en place.

Afin de s'assurer que les contraintes, obligations et réalités diverses des détaillants soient adéquatement transmises au groupe de travail du MAPAQ, l'A.D.A. a réuni des détaillants intéressés dans un comité de travail interne. Nous vous tiendrons au courant des développements au fur et à mesure de la démarche.



Tabac



La contrebande recule de façon importante!

Depuis le début de l'année, des détaillants de plusieurs régions au Québec nous ont rapporté des hausses significatives de leurs ventes de tabac. Dans les zones couvertes par le programme VITAL, les hausses atteignaient de 20 % à 40 % sur une période d'un an.

Les principales compagnies de tabac nous ont confirmé que la tendance semble vouloir s'inverser et que la contrebande du tabac ne représenterait plus 40 %, mais bien 19 % des cigarettes mises en marché au Québec. Ainsi, comme le révélaient nos vérifications sur le terrain, les ventes légales sont en hausse d'environ 20 % à l'échelle provinciale.

Il est étonnant que certains groupes très vocaux sur la question de la contrebande n'aient, semble-t-il, pas eu connaissance de ces changements pour le moins significatifs sur la rentabilité des commerces de proximité qu'ils sont censés représenter.

L'A.D.A. peut-elle se satisfaire de ces 19 % de contrebande? Il est évident que non, mais il faut néanmoins se réjouir de ces résultats et s'assurer de maintenir en place les conditions qui ont rendu possible cette évolution.

C'est certainement un ensemble de mesures qui peuvent expliquer un tel changement : la plus grande difficulté pour les contrebandiers de s'approvisionner en fournitures de tabac, l'intervention des autorités aux frontières et près des réserves amérindiennes, mais aussi les escouades VITAL de Laval, de Saint-Jérôme et de Montréal ainsi que la conclusion de plusieurs enquêtes d'Accès tabac. C'est la complémentarité de tous ces moyens qui nous permet aujourd'hui de voir un peu de lumière dans le commerce du tabac.

Il ne faut pas s'arrêter là, il faut maintenir la pression sur les réseaux illégaux et, selon nous, le gouvernement provincial doit étudier la possibilité d'étendre le programme VITAL aux principaux pôles régionaux qui ne bénéficient toujours pas d'escouades visant la contrebande, soit en priorité Sherbrooke, Trois-Rivières, Gatineau, Québec et Saguenay. Il est également important d'assurer la pérennité des escouades existantes afin de préserver les gains actuels, car on sait très bien que la criminalité trouve toujours le moyen de combler le vide!



Affichez vos offres d'emploi sur le site de l'A.D.A.!

Le site de l'A.D.A. est un excellent moyen de diffuser vos besoins en recrutement! Profitez de cette plate forme en alimentant la section *Offres d'emploi* de la rubrique principale *Babillard*. Simple, rapide et efficace, il vous suffit de vous connecter et d'entrer les détails liés à l'offre d'embauche.

Pour de plus amples renseignements n'hésitez pas à nous contacter, nous nous ferons un plaisir de vous accompagner dans la procédure!

Frais transactionnels

On s'inquiète de l'impact des coûts du paiement électronique sur les prix des produits

Bien que certains groupes comme la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) semblent croire que le code de bonnes pratiques du ministre fédéral des Finances Jim Flaherty garantit un rapport de force plus équitable entre les commerçants et les banques et compagnies de crédit, d'autres groupes tels que l'*Union des consommateurs* tirent à leur tour la sonnette d'alarme. En entrevue à l'émission *Classe économique* le 13 octobre dernier, leur porte-parole, Charles Tanguay, expliquait à son tour l'impuissance du Code de bonnes pratiques à limiter les frais de fonctionnement des commerçants, compte tenu des différentes primes associées aux cartes de crédit et, donc, de limiter l'impact sur les prix payés par l'ensemble des consommateurs pour les produits. En d'autres termes, les primes des modes de paiement doivent être payées d'une façon ou d'une autre, soit par les utilisateurs, soit par l'ensemble des consommateurs à travers le prix des produits.

Le 4 octobre dernier, le Département de la Justice américaine (DOJ) a annoncé qu'il entamait une poursuite anti-trust contre les règles des réseaux d'American Express, de MasterCard et de VISA qui empêchent les marchands d'offrir à leurs clients des rabais ou de l'information sur les coûts d'utilisation du paiement par crédit ou débit. Le DOJ s'appuie sur le fait que ces règles de fonctionnement poussent le prix des produits à la hausse. La loi Dodd-Frank annoncée en juillet dernier, puis cette nouvelle intervention, démontrent le sérieux des instances américaines pour s'assurer d'encadrer et d'encourager l'utilisation des modes de paiement les plus efficaces.

Ici, au Canada, il serait inacceptable que le Groupe de travail sur l'examen du système de paiement arrive à la conclusion que le *statu quo* est une réponse suffisante pour assurer le système de paiement le plus performant, tant pour les commerçants que pour les consommateurs canadiens.



Environnement

La collecte des bouteilles des C.R.U. de bière en surchauffe

Depuis les dernières semaines, l'A.D.A. a reçu plusieurs plaintes de ses membres provenant de plusieurs régions du Québec. Les griefs sont plutôt semblables d'une plainte à l'autre : pas de fréquence dans la collecte, visites insuffisantes ou reportées, manque de cartons, etc.

L'A.D.A. s'explique mal cette situation, car la haute saison est normalement terminée depuis plus d'un mois déjà. Nous continuons de faire le suivi du dossier auprès des instances concernées, soit l'Association des Brasseurs du Québec, Recycan et RECYC-QUÉBEC, afin de nous assurer que vous puissiez compter sur un système qui corresponde aux efforts que vous déployez.

D'ailleurs, au cours de l'automne, l'Association des brasseurs du Québec et ses membres entreprendront un exercice de réflexion sur l'amélioration des services de récupération des contenants à remplissage unique chez les détaillants. À travers cet exercice, les différentes options possibles afin d'améliorer la qualité et la fréquence du service seront discutées.



Section restauration : activez vos modules d'enregistrement des ventes avant le 31 mars 2011!

Comme plusieurs détaillants en alimentation ont décidé de miser sur des aires de restauration, nous les invitons à prendre connaissance des détails qui suivent.

La facturation obligatoire est en implantation dans les établissements de restauration du Québec depuis le 1^{er} septembre dernier. Depuis ce jour, tous les restaurateurs doivent remettre une facture à chacun de leurs clients et en conserver une copie. À compter du 1^{er} novembre 2011, les établissements de restauration visés et inscrits au fichier de la taxe de vente du Québec (TVQ) devront produire cette facture au moyen d'un module d'enregistrement des ventes (MEV) sélectionné par le ministre du Revenu du Québec (Revenu Québec). Seules les épiceries et pâtisseries disposant de moins de 20 places assises sont exemptées.

Le ministère du Revenu a cependant accordé une subvention de 44 millions de dollars afin que les quelque 19 000 commerces touchés par la nouvelle législation puissent s'équiper adéquatement. Selon le chiffre d'affaires de l'entreprise, le montant de la subvention peut varier entre 2 000 \$ et 3 500 \$.

Dates butoirs	
1 ^{er} septembre 2010	Tous les établissements de restauration visés doivent remettre une facture à leurs clients et en conserver une copie.
31 mars 2011	Date butoir pour activer un ou des MEV afin de bénéficier d'une subvention plus élevée.
1 ^{er} novembre 2011	Tous les établissements de restauration visés et inscrits au fichier de la TVQ doivent remettre à leurs clients une facture produite au moyen d'un MEV sélectionné par Revenu Québec.
31 décembre 2011	Date limite pour déposer votre demande de subvention.

Pour plus d'information, consultez le lien ci-dessous :

[http://www.revenu.gouv.qc.ca/documents/fr/publications/in/in-574\(2010-09\).pdf](http://www.revenu.gouv.qc.ca/documents/fr/publications/in/in-574(2010-09).pdf)

L'A.D.A. soutient la requête des détaillants indépendants du pétrole pour un prix minimum et maximum de l'essence

Le 14 octobre, l'Association québécoise des indépendants du pétrole (AQIP) a soumis une proposition au gouvernement du Québec concernant l'établissement d'un prix minimum et maximum de l'essence. Cette solution permettrait avant tout de réduire les écarts subits de prix à la pompe.

Pour fins de calcul, la province serait divisée en trois régions, soit Montréal, Québec central et régions éloignées. Chacune des régions disposerait de ses propres prix minimums et maximums.

Selon la proposition de l'AQIP, le prix pourrait être calculé comme suit dans la grande région de Montréal : le prix du jour à la rampe de chargement, auquel on additionne le coût du transport ainsi que trois cents de marge minimum, plus les taxes. Quant au prix maximum, ce serait le prix minimum additionné de trois cents, plus les taxes.

Cette suggestion semble déjà recueillir un appui considérable : l'Union des consommateurs a donné son aval, et un sondage Léger marketing révèle que 88 % des Québécois seraient favorables à une telle réglementation.

L'A.D.A. se réjouit de cette proposition et a fait parvenir des lettres d'appui aux différents ministères concernés. L'établissement de prix minimums et maximums sur l'essence éviterait aux consommateurs d'avoir des mauvaises surprises à la pompe et permettrait d'améliorer le sort des détaillants indé-

pendants. Une telle réglementation contribuera à la sauvegarde du modèle de commerçant propriétaire, favorisant également la disponibilité accrue de l'essence dans un plus grand nombre de points de vente.



Combattre la fraude

Des centaines de canettes au code-barre falsifié



*Le Super Marché Toppetta inc.
a récemment réussi un beau coup de filet
en démasquant deux fraudeurs
qui modifiaient les codes-barres de canettes vides
pour récupérer plus d'argent de la consigne.
La fraude n'est pas toujours là où on l'aurait cru...*

Depuis quelque temps déjà, la direction du supermarché de la rue Notre-Dame avait remarqué des irrégularités dans la comptabilité liée à la consigne. Le mot avait été passé au service de sécurité ainsi qu'aux employés : il fallait ouvrir l'œil.

Un après-midi de septembre, un couple à bord d'une voiture noire, dont l'arrière était chargé de sacs de plastique noirs, se stationne devant le magasin. L'agent de sécurité, qui se trouvait justement dans le stationnement à ce moment, décide d'observer un moment les deux clients. « J'étais curieux de savoir si ces gens venaient pour un remboursement de canettes », raconte-t-il.

C'est la femme qui était entrée la première dans le supermarché, discrètement suivie par l'agent. La cliente semblait dissimuler une canette dans sa main gauche. Puis, regardant autour d'elle nerveusement, elle déposa sa canette dans la gobeuse. Elle prit finalement son reçu, et sortit du magasin. Elle revint quelques minutes plus tard, accompagnée de l'homme, qui poussait un carrosse contenant un grand sac de poubelle noir.

Les deux individus entreprirent alors de vider le sac dans la gobeuse, regardant constamment autour d'eux. Une fois le sac vide, la femme se dirigea vers la caisse de service, tandis que l'homme sortait à l'extérieur et retournait à sa voiture.

En vérifiant les canettes déposées dans la gobeuse, l'agent constata que les codes-barres avaient tous été falsifiés. La gobeuse avait comptabilisé des canettes à 0,20 \$ chacune au lieu de 0,05 \$. L'homme entra alors de nouveau dans le magasin, transportant deux autres grands sacs de plastique remplis de canettes. Prétextant un bris de la machine, l'agent de sécurité demanda au client de le suivre à l'intérieur. C'est ensuite le directeur de la sécurité du magasin qui reprit la situation en mains. Dans la voiture du couple, il y avait encore quatre autres grands sacs noirs contenant quelque 500 canettes au code-barre falsifié.

Ce type de fraude pourrait très bien s'effectuer dans votre commerce. Gardez l'œil ouvert! N'hésitez pas à nous faire part des cas de fraude que vous avez pu résoudre; il n'y a rien de tel que le partage de connaissances comme outil de prévention. Votre expérience pourrait faire sauver d'importantes sommes et beaucoup d'énergie à vos collègues!

INVITATION À TOUS LES MEMBRES DE L'A.D.A.
LE MERCREDI 17 NOVEMBRE 2010 entre 10 h et 17 h
**AU SALON DE L'INDUSTRIE
DES MICROBRASSERIES DU QUÉBEC**

À l'hôtel de l'Institut de Tourisme et d'hôtellerie du Québec,
3535 rue St-Denis, Salle Léonard-Gagnon, 6^e étage, à Montréal.

Profitez de cette activité spéciale tenue dans le cadre du congrès
20^e anniversaire de l'Association des microbrasseries du Québec,
qui se déroulera du 15 au 17 novembre.

Les microbrasseries provenant de toutes les régions du Québec
invitent leurs partenaires détaillants à venir les rencontrer
à ce salon ouvert exclusivement aux professionnels.

Les brasseurs présenteront en dégustation un ou deux produits
vedettes. De plus, c'est avec grand plaisir qu'ils répondront aux
questions de tous ceux qui veulent mieux connaître leur brasserie
et leurs activités de diffusion.

Une excellente occasion de multiplier et de renforcer
nos liens d'affaires.



ASSURANCE DES ENTREPRISES

Desjardins & Cie

**FAITES-NOUS CONFIANCE POUR L'ASSURANCE
DE VOTRE COMMERCE**

Desjardins Assurances générales vous offre une protection
adaptée à vos besoins et à votre secteur d'activité.

DEMANDEZ UNE SOUMISSION AU 1 888 AFFAIRES
(1 888 233-2473)

C'est tout Desjardins qui appuie les entreprises.

Desjardins Assurances générales désigne Desjardins Assurances générales inc.



Desjardins
Assurances générales

Coopérer pour créer l'avenir



La
BOULANGE

NOUS
CRÉONS
LE DESIGN
QUI FAIT VENDRE

CONCEPTEURS ET RÉALISATEURS
D'ENVIRONNEMENTS COMMERCIAUX

FABRICANT DE MEUBLES ET DÉCORS SUR MESURE



GROUPE

CHAGALL
DESIGN

2051, LÉONARD DE VINCI, SORTIE 102 DE L'AUTOROUTE 20
STE-JULIE, QC J3E 1Z2 1 800 871-7118 450-649-1001

www.chagalldesign.ca

Gestion de portefeuille

1) Les plus grands frais en gestion de portefeuille sont les impôts

La gestion de portefeuille est une dynamique particulière pour chacun qui entraîne des conséquences fiscales. Il y a une grande différence entre l'investisseur qui gagne un revenu élevé et celui qui a une valeur nette élevée. Dans le premier cas on retrouve des investisseurs qui ont des emplois hautement rémunérés, ils ont habituellement un gros train de vie généré par un flux monétaire élevé, et souvent le niveau de dette est élevé.

Dans la deuxième situation ce sont des entrepreneurs, avec l'implication du conjoint et de la famille, en général ils maintiennent un train de vie raisonnable. La génération qui a constitué le patrimoine aura une approche très différente des générations qui suivent (enfants et petits-enfants).

2) Le gestionnaire de portefeuille fait face à une dynamique multigénérationnelle

Les entreprises familiales sont achetées et vendues, les besoins et les objectifs sont très différents. La réussite d'une gestion de patrimoine familial repose sur un lien de confiance entre les membres qui y prennent part et ceci se traduit par des objectifs communs qui sont en accord avec les valeurs de la famille.

Quel que soit le type d'investisseur entrepreneur ou haut salarié, voici un sujet qui unira tout le monde, le fardeau fiscal des revenus de placement.

Ils sont plus élevés que les honoraires de gestion, les frais de garde du portefeuille et les frais de transaction. Pensez à tous ceux qui ont accumulé des titres de grandes banques canadiennes depuis les années 60 et 70, chaque fois qu'il y a une vente de titres, cela occasionne un énorme fardeau fiscal élevé. Comment alors diversifier son portefeuille tout en maximisant le revenu après impôt? C'est un grand défi!

Il y a deux manières de maximiser le revenu après impôt en utilisant des stratégies à partir des actions et des obligations : soit l'investisseur se concentre pour générer le rendement nécessaire pour payer les impôts, soit l'investisseur minimise la facture fiscale.

Les recherches démontrent que la plupart des gestionnaires de portefeuille n'arrivent pas à générer des revenus suffisants de façon systématique et que sur une longue période, plus le nombre de transactions est bas, c'est-à-dire l'approche stratégique (plutôt que tactique) meilleures seront les chances de sur performer par opposition à une approche dont le nombre de transactions est élevé.

3) Tenir compte du rendement après impôt dans la gestion d'un portefeuille.

La clé est d'incorporer la charge fiscale dans le processus de décision sans toutefois en faire le seul facteur dans la prise de décision d'achat ou de vente d'un titre. Le gestionnaire doit agir lorsque c'est le temps de prendre un profit ou de réaliser une perte. Dans ce contexte, les gains non réalisés posent un défi de taille au gestionnaire de portefeuille parce qu'ils représentent une dette fiscale. L'intégration d'une planification financière et fiscale efficace est primordiale pour assurer la préservation du capital et rencontrer les objectifs à long terme. Cette

démarche aura une incidence sur la construction du portefeuille et sur le rôle et les responsabilités du gestionnaire.

Le gestionnaire de portefeuille fait partie d'une équipe avec les autres conseillers qui entourent l'investisseur (comptable, notaire, avocat, banquier) mais il est le premier intervenant pour l'analyse du portefeuille global, il doit :

- 1) Évaluer la situation actuelle au niveau des placements
- 2) Choisir les bons véhicules de placement
- 3) Implanter la stratégie avec la bonne répartition d'actif

Le lien de confiance entre l'investisseur et son gestionnaire de portefeuille repose sur la politique de placement détaillée.

Compte		Valeur \$
No	Type	
	Personnel (taxable)	0 \$
	REER	0 \$
	CELI	0 \$
	Corporation	0 \$
Total		100 \$

Objectifs de placement (exemple)

- Maintenir une politique consolidée du patrimoine pour fin de répartition globale;
- Croissance à long terme et maintien du pouvoir d'achat;
- Rendement espéré nécessaire après frais et après inflation de 4,5%;
- Maintenir une diversification optimale en actions étrangères avec des fonds, ne pas détenir de titres individuels;

Renseignements et contraintes

- Voir la note aux politiques individuelles;
- Révision annuelle recommandée;
- Pour la compagnie de Gestion, tenir compte du flux monétaire annuel.

Construction du portefeuille visé
(% de la répartition des actifs qui seront gérés)

	minimum	référence	maximum
Court terme	0 %	0 %	0 %
Revenu fixe	0 %	0 %	0 %
Actions	0 %	0 %	0 %
Placements Alternatifs			
Autres stratégies	0%	0 %	0 %

La relation avec votre conseiller repose sur un lien de confiance mutuelle.

Colette E. Bournival, Adm.A.

Landry Morin Inc., 1010, rue Sherbrooke Ouest, bureau 2105, Montréal, Qc. H3A 2R7
téléphone (514) 985-1138 poste 207, télécopieur (514) 282-1123
www.landrymorin.com, courriel : cbournival@landrymorin.com

Le système de consignation

C'est efficace ici et ailleurs!

La consigne publique est implantée au Québec depuis 1984 et représente un outil efficace qui permet d'assurer le recyclage des contenants à remplissage unique de bière et de boissons gazeuses. Mais le Québec ne fait pas bande à part au pays, car la plupart des provinces canadiennes appliquent, elles aussi, une consigne sur leurs contenants à remplissage unique. Voyons cela d'un peu plus près...

Huit provinces sur 10 ont un système de consignation. Seules l'Ontario et le Manitoba effectuent la récupération des CRU de boissons gazeuses au moyen de la collecte sélective municipale. L'Alberta, la Colombie-Britannique, le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, la Saskatchewan et Terre-Neuve, appliquent une consigne à tous les contenants de boissons. Fait intéressant : seule la province de l'Alberta applique une consigne sur les contenants de lait et de ses produits dérivés.

Si les contenants à remplissage unique font désormais partie du quotidien des Québécois depuis plusieurs années, ce type de produit était à toute fin pratique inexistant à l'Île-du-Prince-Édouard entre 1997 et 2008! En effet, seuls les contenants à remplissage multiple étaient en circulation. Mais, depuis 2008, cette province a modifié sa loi afin de laisser libre cours à la vente de CRU. Le consommateur peut maintenant retourner ses contenants vides vers un centre de dépôt ou à l'épicerie et se faire rembourser le montant intégral de la consigne.

En Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve, le système de consignation diffère de chez nous. Ainsi le consommateur qui achète une boisson dans un contenant à remplissage unique se fera rembourser que la moitié de la consigne payée, tandis qu'il recevra le montant intégral sur le retour de contenants à remplissage multiple. Une mesure qui vise à inciter le consommateur à acheter des contenants à remplissage multiple.

Chez nos voisins du Sud

Après les années d'après guerre, les Américains avaient accès presque uniquement à des contenants à remplissage multiple. Progressivement, à partir des années 1980, les trois quarts des contenants étaient devenus à remplissage unique. En 2002, seulement 2 % des contenants sont à remplissage multiple.

Dans plusieurs états américains, la récupération des contenants se fait à l'aide de la collecte sélective. Toutefois, 11 états américains regroupant 85 millions de citoyens ont recours à la consigne pour la récupération de leurs contenants de boissons. Reconnue pour ses préoccupations environnementales, la Californie applique également une consigne depuis 1987.

Qu'en est-il dans les pays d'outre-mer

Les Européens, quant à eux, se sont dotés de mesures incitatives pour favoriser l'industrie à utiliser presque exclusivement des contenants à remplissage multiple; ces produits occupent désormais 97 % du marché. La Belgique, la Finlande et la Norvège ont instauré pour leur part une taxe verte sur les CRU consignés, tandis que le Danemark les a tout simplement... interdits. De façon générale, les législations du vieux continent sont plus sévères que celles de l'Amérique du Nord.

Implanté sur tout le territoire québécois, le système de consignation des contenants à remplissage unique (CRU), est assurément un outil économique et environnemental efficace qui répond aux besoins actuels de la société québécoise.

RECYC-QUÉBEC

Québec



Tables de concertation agroalimentaire du Québec

Présentation des TCAQ

Les tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ) ont pour mission la coordination des efforts de développement du secteur bioalimentaire régional du Québec.

Les 15 TCAQ sont régies par des conseils d'administration dont les membres proviennent des différents maillons de la filière agroalimentaire régionale et des organismes de développement bioalimentaire oeuvrant sur les plans local et régional.

Les TCAQ ont doté la plupart des régions du Québec d'une planification stratégique régionale pour le développement du secteur bioalimentaire. Ces plans ont permis de stimuler une dynamique concertée pour le développement agroalimentaire régional.



Chaudière-Appalaches

Parce que les consommateurs d'aujourd'hui ne sont plus les mêmes qu'hier, l'entreprise doit s'adapter et répondre maintenant à de nouveaux besoins. Parmi les changements les plus susceptibles de concerner les producteurs et transformateurs locaux, on retrouve le vieillissement de la population, et en l'occurrence un changement de mentalité, qui entraîne l'émergence d'une nouvelle catégorie de consommateurs. C'est cette clientèle qui risque le plus d'apprécier et d'acheter des produits locaux. Elle est de plus en plus informée, recherche des produits de qualité et désire insérer l'achat de produits locaux dans ses habitudes.

Voilà donc une excellente occasion pour les entreprises de se faire valoir, ainsi que leurs produits, en s'adressant directement aux consommateurs en épicerie. Le concept de « Show gourmand » a donc été créé et amélioré, depuis plus de quatre ans, afin d'offrir un lieu de vente et de promotion aux entreprises de la région. Il permet d'une part à l'épice-



rie choisie de diversifier ses fournisseurs et de se différencier des autres points de vente de sa catégorie et, d'autre part, aux producteurs d'intégrer durablement leurs produits sur les tablettes de l'épicerie. Sur la base de cette initiative, un show gourmand a été réalisé du 23 au 25 septembre dernier au Marché IGA Extra Giguère, de Lévis, rassemblant plusieurs entreprises de la région de Chaudière-Appalaches. Sous forme de dégustations, les propriétaires ont présenté leurs produits et échangé avec les consommateurs, tout cela dans un esprit de découvertes gourmandes. Cela répond à une demande de plus en plus forte des consommateurs qui veulent être rassurés sur la provenance des aliments qu'ils consomment. Après une belle réussite pour ce show gourmand, la Table agroalimentaire de Chaudière-Appalaches (TACA) continue à développer des outils et à évaluer l'impact d'une telle activité sur la présence durable des produits locaux en épicerie. Avec ces activités, la TACA entend apporter sa contribution au développement de la filière agroalimentaire régionale. L'objectif ultime est d'améliorer l'accès au marché pour les entreprises afin que les consommateurs puissent acheter les produits de leur voisinage.

Lanaudière

La campagne Goûtez Lanaudière! amorce sa troisième année et affiche quelques nouveautés.

En effet, les détaillants qui participent à la campagne sont principalement des supermarchés à grande surface. Nous sommes maintenant en mesure d'offrir un forfait pour les plus petits détaillants, à coût très abordable, comprenant publicité, affichage personnalisé et bottin des produits offerts.



Nous sommes également en mesure d'offrir un service-conseil afin d'optimiser l'offre de produits de la région de Lanaudière chez les détaillants de toute taille.

N'hésitez pas à communiquer avec Martin Plante, coordonnateur de Goûtez Lanaudière! au 450 753-7486, poste 248 ou à mplante@cdbl.ca



Pour des produits bien de chez nous !

Les produits alimentaires québécois, on les aime ! En fait, on les préfère. Alors, laissez-vous guider : *Aliments du Québec* et *Aliments préparés au Québec* sont les « sceaux » d'authenticité qui certifient qu'un produit est véritablement de chez nous.

Des sceaux d'authenticité

Les produits alimentaires québécois sont appréciés, c'est vrai. Mais encore faut-il pouvoir les reconnaître et être certain de leur origine. C'est l'organisme *Aliments du Québec* qui, depuis 1999, est chargé d'authentifier les produits alimentaires québécois. Il le fait selon des critères rigoureux. Les voici :

Quel produit peut afficher le logo *Aliments du Québec* ?

Tout produit entièrement québécois ou dont les principaux ingrédients proviennent du Québec. S'il y a des activités de transformation et d'emballage, elles doivent toutes être réalisées au Québec.

Quel produit peut afficher le logo *Aliments préparés au Québec* ?

Tout produit contenant au moins 50 % d'ingrédients en provenance du Québec et dont au moins 80 % des frais de transformation et d'emballage doivent être déboursés au Québec.

Alors, il n'y a pas à s'y tromper. Quand un produit arbore l'un de ces logos, il est bien d'ici. Aujourd'hui, plus de 6 000 produits peuvent afficher *Aliments du Québec* ou *Aliments préparés au Québec*.



Le consommateur a raison de préférer les aliments du Québec

Pourquoi le consommateur québécois préfère-t-il les aliments faits au Québec ? Il y a des raisons importantes. Nous sommes attachés à nos produits parce que, d'abord, nous savons qu'ils viennent tout simplement de chez nous et que nos normes de sécurité alimentaires sont au rang des plus élevées au monde. C'est rassurant dans le contexte de mondialisation.



Et, de plus, ils sont bons ! Entre autres, nos fruits, nos légumes, nos viandes se distinguent par leur fraîcheur et leurs saveurs dont nous avons raison d'être fiers. Nos produits sont souvent aussi préparés pour répondre à nos goûts à nous. Sans oublier que le choix est grand : on trouve des produits alimentaires québécois partout en épicerie et dans les magasins d'alimentation en général.

Nous avons également un lien avec tous ces Québécois et Québécoises du secteur agroalimentaire qui contribuent à la vitalité de notre économie depuis l'Outaouais jusqu'à l'Atlantique. En fait, c'est un secteur vital qui génère plus de 450 000 emplois. C'est dire son importance pour notre richesse collective.

Faciles à trouver

Comme la plupart, vous préférez des produits alimentaires qui viennent du Québec ? Alors, il n'y a pas à hésiter : les symboles *Aliments du Québec* et *Aliments préparés au Québec* sont vos seuls guides. Ils sont faciles à reconnaître et vous les trouverez partout : à l'épicerie, chez le traiteur, à la boutique du coin, et aussi dans les circulaires.

Choisissez-les et bon appétit !

Visitez-nous à www.alimentsduquebec.com

Les aliments du Québec, les PRÉFÉRÉS DES QUÉBÉCOIS

Huit personnes sur dix affirment que, dans une épicerie, une **identification facile des produits** du Québec incite à les choisir.

(Léger Marketing, août 2001)

Lorsqu'un produit est identifié *Aliments du Québec*, sa part de marché augmente de 2,8 points de pourcentage en moyenne.

(Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke, janvier 2009)