

RADAR

Association des détaillants en alimentation du Québec

■ janvier - février - mars 2009



Denis
Choquette



Gilles
Tellier



Jean Guy
Tellier



Pierre
Tellier



Raymond
Dubé

Le Temple de la renommée A.D.A.2008

Revue de
l'année 2008

53^e congrès annuel

Devenez membre A.D.A.

À conserver

3 fiches CRU
(Contenants à
Remplissage Unique)



Sommaire

Mot du président	03
Mot du président-directeur général	04
Réduire son taux de cotisation à la CSST	06
Inscription tournoi de golf A.D.A.	07



Suivi des dossiers 09



Devenez membre A.D.A.	12
Revue de l'année 2008	14
Vos présidents régionaux	22
Placement : Déterminer la politique de placement	29
CSST : Le Portrait des risques	30
Mission prévention : L'informateur	31
Ressources Humaines : Passer la barre des six ans	34
Table de concertation agroalimentaire du Québec	35

Les 400 000 travailleurs et travailleuses de l'industrie agroalimentaire québécoise vous remercient de faire confiance à l'excellence et au savoir-faire des entreprises d'ici en favorisant l'achat de produits alimentaires de chez nous.

Les bons produits du Québec, exigez-les!

WWW.ALIMENTSDUQUEBEC.COM

ALIMENTS DU QUÉBEC
 555, boul. Roland-Therrien, Longueuil (Québec) J4H 4E7
 Tél.: 450.679.2244 • Téléc.: 450.463.5221
 infos@alimentsduquebec.com

Aliments du Québec est un organisme voué à la promotion des produits agroalimentaires du Québec.



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

Catherine Houde
 choude@adaq.qc.ca
 Pierre-Alexandre Blouin
 pblouin@adaq.qc.ca

Conception et infographie

kunik intramedia

Impression

kunik intramedia

Parution: cinq fois par année

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Comité exécutif

Christian Jasmin, *Président*
 Dominic Arsenault, *Vice-président*
 Martin Racicot, *Vice-président*
 Daniel Choquette, *Trésorier*
 André Forget, *Secrétaire*
 Annick Gazaille, *Présidente sortante*

Administrateurs

Caroline Bouchard
 Michel Dépatie
 Jacques Falardeau
 Yan Gladu
 Yves Labrecque

Ginette Reid
 Mario Sauvé
 Bruno Vincent

PERMANENCE DE L'A.D.A.

Florent Gravel
Président-directeur général
 Pierre-Alexandre Blouin
Directeur-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
 Francine Maynard
Réceptionniste

Catherine Houde
Coordonnatrice aux communications
 Louise Gravel
Responsable de la base de données



Christian Jasmin
Marché Au Chalet
(1978) Inc. (IGA)

Bonjour à tous,

Pour celles et ceux qui ne me connaissent pas, je me présente : Christian Jasmin de Ste-Adèle. J'opère et administre, avec l'appui de mon épouse Louise, de ma sœur Dominique et de mes enfants, un marché d'alimentation sous la bannière IGA depuis 1999.

Je suis fils et gendre d'épicier qui eux, ont opéré respectivement sous les bannières FDL-Richelieu-Provigo, et Metro. J'ai été formé sur le plancher des vaches comme on dit! Je me souviens, accompagner mon père le dimanche soir lorsqu'il allait porter son bottin de commande d'épicerie à l'entrepôt de Provigo, près du marché central. Aujourd'hui, on ne fait que peser sur un bouton et c'est parti! Dans ma carrière dans l'alimentation, j'ai aussi œuvré une dizaine d'années comme distributeur en alimentation.

Voilà, vous me connaissez tous un peu maintenant.

Et oui, me voilà président du conseil d'administration de VOTRE association, l'ADA. Wow quelle lettre de noblesse vous avez donnée au fil des ans à votre association. Vous tous, Membres et Marchands, Vous les bâtisseurs, Vous êtes le cœur et l'âme de cette association. Et Vous Mme Annick Gazaille, qui, par votre travail acharné et votre dévouement, avez uni les membres marchands, les membres du conseil d'administration, les présidents régionaux, l'équipe de la permanence, vous qui avez réussi à unir les efforts de tous et rallier le monde alimentaire du détail derrière les causes, *nos causes*, derrière l'association, *notre association*, pour nous défendre et nous représenter.

Madame Gazaille, vous léguerez une association solide et saine. MERCI !!! D'ailleurs, à notre dernier congrès, un vibrant hommage vous a été rendu, c'était bien mérité et votre relève en est bien fière et d'autant plus stimulée.

Vous tous, Membres et Marchands, Vous les bâtisseurs, Vous êtes le cœur et l'âme de cette association.

Parlant de relève, lors du congrès, les congressistes étaient invités à nous présenter leur relève avec l'assistance de Mme Gazaille. Durant la soirée de vendredi soir, une vingtaine d'enfants de 5 à 12 ans, vos enfants, sont entrés nous rejoindre dans la salle et Annick leur a donné la chance de se présenter et elle leur a posé quelques questions. *Est-ce que tu travailles au magasin?* R : oui. *Tu fais quoi?*

R : j'emballer aux caisses, je classe les papiers, je place les journaux, je place de la marchandise, je fais du «facing»!

Nous avons tous bien ri devant tant de spontanéité, ...ah oui! l'un d'eux nous a dit qu'il «jouait au boss», cela criait de vérité, de tendresse, d'amour et de fierté pour leurs parents et leur travail. Mais on a rigolé bien plus quand est venue la question qui tue : *Combien es-tu payé(e)?* R : je ne suis pas payé(e)! Vraiment, nous sommes tous tombés sous le charme de ces enfants, car ils ont déjà appris à faire les choses pour le plaisir, pour le bonheur, pour le désir d'accomplir, pour la reconnaissance ... par fierté, par amour, par passion!

Ça ressemble beaucoup à un épicer!! *L'amour du métier.*

À mon retour du congrès, je me suis pris à penser à cette passion qui caractérise les épiciers et qui incite des gens à s'impliquer tel que Mme Gazaille ou moi-même, tiens. Si on nous posait les mêmes questions que Annick a posé aux enfants, les réponses seraient semblables, c'est certain.

Aimez-vous le monde de l'alimentation? Tu travailles à l'A.D.A.? R : oui. *L'A.D.A., est-ce nécessaire?* R : oui, bien sûr. *Ça sert à quoi?* R : alors là, la réponse prendrait 3 pages! *Pourquoi vous donnez vous autant?* R : parce que je suis passionné et que je crois à l'unité des épiciers, je crois à ce pouvoir que nous avons tous ensemble pour faire réagir à nos préoccupations les décideurs politiques, nos grossistes, nos fournisseurs, etc.

Voyez notre dernière réussite sur la manipulation de la bouteille brune, c'est un précédent. Nos 2 grands brasseurs ont reconnu le travail que nous exécutons depuis des décennies. Bravo à tous les gens qui ont influencé ce changement (marchands et décideurs des brasseries Molson et Labatt).

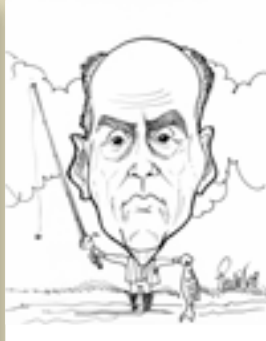
Unis derrière notre association, nous avons le pouvoir d'agir, d'influencer et d'exécuter! alors que seul nous n'avons qu'un seul pouvoir, celui de chialer.

Bravo à vous tous qui vous impliquez! *Bravo et merci.*

Clin d'oeil à nos lauréats



Gilles Tellier



Pierre Tellier



Jean Guy Tellier



Denis Choquette



Raymond Dubé

L'A.D.A. plus vivante que jamais!

Je profite de cette occasion pour vous souhaiter à toutes et à tous **une Année 2009 remplie de tout ce que vous désirez.**

Notre panier 2008 a débordé de projets dont plusieurs ont été réglés ou sont en voie de l'être. À cette date l'année dernière, deux gros dossiers étaient en négociation. Celui du *client mystère de Loto-Québec*, ainsi qu'un *dédommagement pour la récupération des bouteilles vides de bière*.

Suite aux discussions que nous avons eues avec *Loto-Québec*, nous avons obtenu pour vous qu'une *étape additionnelle* soit *ajoutée à la procédure* alors en vigueur, qui sera suivie par une formation en magasin si vous n'étiez pas conformes à la visite du client mystère. Il est bon de souligner que pendant ces discussions, aucun permis n'a été suspendu, alors qu'en 2007, plusieurs l'avaient été, ce qui avait soulevé la colère de plusieurs d'entre vous.

Du côté des *brasseurs*, nous avons obtenu une *entente historique*. Grâce à votre solidarité, ceux-ci ont compris que le bénévolat était maintenant chose du passé et ils ont reconnu le fait que votre travail devait être rémunéré. Vous aurez donc, à compter du 1^{er} avril prochain, une *prime de 10¢/caisse de 24* pour le travail de récupération de leurs contenants à remplissages multiples. Plus de 100 ans de bénévolat reconnu du bout des lèvres ! C'est un gros gain, sachant que vous en ramassez plus que vous en revendez.

Nous avons réussi à faire corriger une erreur de parcours de 2006 concernant la *Loi sur les heures d'ouverture*, avec la collaboration de Metro, de Provigo et de Sobeys, ainsi que de la FTQ, en obtenant la *fermeture des commerces de plus de 4,000 pi.ca. pour 5 jours et demi fériés*. Cela s'est fait en toute harmonie, le Ministre Bachand a pu le constater et tel qu'il l'avait convenu, ce changement était fonctionnel pour Noël. Cette modification à la Loi a soulevé des questionnements sur la pertinence de maintenir les zones touristiques. Ce dossier, discuté à l'assemblée annuelle, est sur la table présentement.

Une nouvelle de dernière minute concernant le *prix minimum du lait*. Depuis des années que nous décrivions le fait que le lait de format 4 litres se vende en dessous du prix coûtant parce que le prix minimum fixé par la Régie le permet, la Régie a reconnu notre demande. Désormais, *les laiteries ne seront plus autorisées à vous vendre le lait à prix supérieur au prix minimum fixé par la Régie*. Quoique le moyen que nous avons suggéré n'a pas été retenu, nous sommes très surpris de la façon dont la Régie a statué. Comment les laiteries réagiront-elles face à cette surprenante décision ? La suite sera à surveiller.

Beaucoup d'événements sont survenus en cours d'année : la *Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Québec (CAAAQ)*, la *Commission des Transports et de l'environnement (CTE)* dont une des recommandations est de favoriser la collecte sélective – nous espérons que dans un avenir rapproché les contenants à remplissage unique (CRU) soient

Mot du président-directeur général



Florent Gravel

transférés dans le bac bleu ; les problèmes de *Maple Leaf*, qui ont été suivis de ceux des *fromages*. Dans ce dossier, le Ministre Lessard a très bien entendu nos commentaires et il a procédé à une *relance de cette catégorie* en mettant sur la table plusieurs millions de dollars, ce qui pour nous a été satisfaisant.

Suite à de tels événements, cela met une *pression énorme* sur d'autres dossiers, tels que ceux de la *traçabilité*, de la *manipulation des aliments*, de l'*étiquetage des produits*, etc. Nous nous devons d'être très vigilants dans ces

dossiers afin que vous ne soyez pas enterrés sous toutes sortes de réglementations non gérables et parfois inutiles dans vos points de vente.

Grâce à votre solidarité,
les brasseurs ont compris
que le bénévolat était
maintenant chose du passé
et ils ont reconnu
le fait que votre travail
devait être rémunéré.

D'autres dossiers sont aussi sur la table, tels que les *frais de cartes de crédit/débit*, le *prix minimum de la bière*, la *renégociation de la consigne*, la *contrebande de cigarettes*, les *dossiers environnementaux*, etc., etc.

Pour ce qui est de nos deux événements de 2008, le **tournoi de golf** affichait complet avec les 304 golfeurs ; il a fait beau et froid ! Nous avons décidé cette année de le reporter d'une semaine, soit le dernier mercredi de mai. En ce qui concerne notre **congrès**, plus de 15% d'augmentation

avec 375 inscriptions. Le choix du Château Frontenac par Denis Tassé, en a émerveillé plusieurs. Quel site enchanteur !

En espérant que le travail de représentation et de défense de vos intérêts soit à la hauteur de vos attentes. L'équipe de l'A.D.A. sera toujours là pour vous. Surtout, n'hésitez pas à consulter notre site internet. Et tout comme un bon épicer, nous travaillons minutieusement à améliorer notre service à la clientèle, car un client heureux revient toujours chez nous avec sa liste d'épicerie.

Bonne Année 2009, prospérité à vos commerces !

Nous aurons l'occasion de vous saluer lors de nos tournées régionales bientôt.

Contactez vos présidents régionaux :

ESTRIE
Dominic Arsenault
819-849-6226, 819-345-0678

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

SAGUENAY-LAC-ST-JEAN/
CÔTE NORD
Éric Régner
418-349-2266

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

MONTREAL (OUEST)
Enrico Lalonde
514-620-4443

MONTREAL (EST)
André Forget
514-493-1230

MAURICIE
Marc DeMontigny
819-376-3028

MONTÉRÉGIE
Michel Lemieux
450-658-1831

L'assurance maladies graves à prime partagée

Il est réaliste aujourd'hui de protéger une entreprise contre les risques reliés à une absence permanente de son principal actionnaire s'il est atteint d'une maladie grave en souscrivant une protection d'assurance maladie grave. Il est possible d'en répartir les avantages et le coût en partageant la prime entre la corporation et l'actionnaire assuré. Il suffit de signer une convention privée **lorsque le contrat d'assurance respecte certaines exigences fiscales.**

L'attrait pour une telle assurance est l'avenant de remboursement de primes au décès et au plus tard à l'échéance du contrat, si aucune demande de règlement à l'égard d'une maladie couverte n'a été réclamée.

Lorsqu'il y a un tel partage de droits du contrat d'assurance, la Corporation est bénéficiaire des paiements d'assurance non imposables en cas de maladies et de décès de l'assuré. L'actionnaire recevra le remboursement des primes payées jusqu'à concurrence du montant assuré après une durée déterminée ou à l'échéance du contrat d'assurance.

Lorsque cette stratégie répond à un besoin réel de protection de la Corporation et que l'actionnaire s'attribue un avantage fiscal pour sa partie de la prime payée par sa Corporation, le remboursement de la prime sera non imposable pour lui.

Dans un monde où le risque de décès par maladie grave est statistiquement supérieur à celui par mort naturelle et que les chances d'y survivre beaucoup plus longtemps sont scientifiquement reconnues malgré les lacunes des services de santé publics, une telle protection constitue un compromis pour l'individu, sa famille, son entreprise.



Normand Lafrance : Planificateur financier, 25 ans d'expertise dans le domaine.
Judith Bergeron : Conseillère en services financiers depuis 15 ans.
Mylène Debien : Adjointe administrative.

Souvenez-vous que votre réer est l'élément clé de votre planification financière personnelle



Le réer ou régime enregistré d'épargne retraite est par définition un placement qui est fait à long terme. En effet, l'argent qu'on y investit sera utilisé seulement à la retraite.

L'instabilité actuelle des marchés financiers ne doit aucunement nous empêcher de cotiser au réer, au contraire, cette instabilité devrait nous encourager à tirer avantage des prix attrayants offerts par le cours actuel des titres.

Dans le cadre d'un placement réer, il est important de noter que selon le profil d'investisseur, il y a une multitude d'occasions de placements qui sont toutes avantageuses. Il ne faut pas oublier qu'une cotisation au réer entraîne par le montant équivalent une déduction du revenu imposable et par le fait même un remboursement d'impôts.

N'oubliez pas que vous avez jusqu'au 1^{er} mars 2009 pour effectuer une contribution qui pourra être déductible de votre revenu gagné de 2008.

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

Réduire son taux de cotisation à la CSST... est-ce possible?



LA SOLUTION : LA MUTUELLE DE PRÉVENTION

Depuis 2003, l'Association des détaillants en alimentation du Québec offre la possibilité à ses membres de joindre une mutuelle de prévention qui leur permet de bénéficier de rabais substantiels sur leur cotisation annuelle à la CSST.

En 2009, cette mutuelle compte plus de 455 participants du secteur des services et sa gestion a été confiée au consultant Groupe AST.

Nous vous rappelons qu'une mutuelle de prévention est un regroupement d'employeurs dont la bonne performance en santé et en sécurité du travail peut vous obtenir un taux de cotisation tenant compte de votre excellente performance. De plus, vous bénéficiez d'une assistance de la part de Groupe AST en ce qui concerne la gestion de votre santé et sécurité au travail.

Critères d'admissibilité pour la mutuelle de prévention

- être soumis au taux de l'unité ou au taux personnalisé (les employeurs au régime rétrospectif disposent déjà d'un mode de tarification reflétant leur performance);
- être un employeur au sens de la CSST (exemple : exclusion des travailleurs autonomes);
- avoir un indice de performance inférieur à **1,0**;
- payer une cotisation annuelle à la CSST d'au moins 1 000,00 \$;
- suivre la formation en santé et en sécurité au travail **offerte gratuitement par le Groupe AST** aux employeurs mutualisés.

Le tableau suivant vous présente le pourcentage moyen d'économie reflétant l'expérience des employeurs de la mutuelle du secteur des services. Si l'adhésion se fait en 2010, la première année d'économie sera en 2012. En effet, ce délai repose sur le fait que, pour établir la cotisation d'une année déterminée, la CSST doit tenir compte de l'expérience passée (deux (2) ans et plus) de l'employeur. Les employeurs ont donc intérêt à participer à une mutuelle de prévention le plus rapidement possible.

Année d'économie 3 ^e année de participation	Économie moyenne
2012	2,32 %
2013	35,52 %
2014	38,48 %
2015	40,42 %

À toutes les années, nous procédons à une campagne de recrutement de nouveaux membres. **Noter que** le 15 août 2009 est la date ultime à laquelle les membres doivent faire parvenir le formulaire d'accès afin que le Groupe AST puisse examiner la performance de votre entité légale à la CSST. L'analyse de votre dossier ne vous engage à rien et vous serez libre d'adhérer ou non à la mutuelle de prévention.

Si vous êtes intéressés nous vous invitons donc à contacter le Groupe AST afin d'obtenir une copie du formulaire d'accès à signer et à retourner par courrier à l'attention de la :

Direction des mutuelles de prévention

Groupe AST inc.

1100, boul. René-Lévesque Ouest, 5^e étage, Montréal (Québec) H3B 4N4

Vous avez des questions ? Vous avez déjà fait analyser votre dossier et voulez connaître la situation de votre entreprise ? Vous n'avez qu'à contacter la direction des mutuelles de prévention du Groupe AST au (514) 848-9899, ou sans frais, au 1 800 565-4343. Il nous fera un plaisir de répondre à toutes vos questions sur les mutuelles de prévention.

46^e Tournoi de golf annuel A.D.A.

27 mai 2009

Membre A.D.A.

Inscrivez-vous en ligne au

www.adaq.qc.ca

Ayez en main votre code d'accès A.D.A.

Pour obtenir votre code d'accès
téléphoné au 514.982.0104
ou au 1.800.363.3923



Club de Golf LES QUATRE DOMAINES de Mirabel

C'est avec un immense plaisir que toute l'équipe de l'A.D.A. vous attend au club de golf LES QUATRE DOMAINES de Mirabel.

Une agréable façon de se rencontrer et d'entretenir nos relations d'affaires.

ENDROIT

Club de golf LES QUATRE DOMAINES
18400, chemin Notre-Dame, Mirabel

HORAIRE

BRUNCH : 08H30

DÉPART : 10h00 (formule Shotgun, Vegas à 4 joueurs)

COCKTAIL : 17H00

SOUPER : 18H00

COÛT

FOURSOME : 1 200 \$ (plus taxes)

comprend : 4 droits de golf et voitures, 4 brunchs, cocktails et 4 soupers

JOUEUR INDIVIDUEL : 350 \$ (plus taxes)

comprend : droit de golf et voiturette, brunch, cocktail et souper

DÉTAILLANT MEMBRE A.D.A. : 200 \$ (plus taxes)

comprend : droit de golf et voiturette, brunch, cocktail et souper

SOUPER : 100 \$ (plus taxes)

comprend : cocktail et souper



LES QUATRE DOMAINES
Une autre vision

Formulaire d'inscription

Compagnie

Adresse

Représentant : Nom

Courriel

Tél.

Télec.

Noms des joueurs QUATUOR 1 (fournisseur)

Quatuor (fournisseur)		x 1200 \$ =	
Joueur individuel (fournisseur)		x 350 \$ =	
Détaillant Membre A.D.A.		x 200 \$ =	
Souper		x 100 \$ =	

1	
2	
3	
4	

Noms des joueurs QUATUOR 2 (fournisseur)

Sous-total	
TPS (# R124888769) 5,00%	
TVQ (# 1000569344) 7,50%	
Montant total à payer	

1	
2	
3	
4	

Facturez-moi (cocher ici) ☐ ou Libeller le chèque à **A.D.A.** et poster à :

Association des détaillants en alimentation du Québec

300, Léo-Pariseau # 1100, Place du Parc, Montréal (Québec) H2X 4C1



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Pour réserver, veuillez remplir ce formulaire et le retourner **par télécopieur au 514.849.3021**.

Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 18 mai 2009. Aucun remboursement après cette date.

Pour plus d'information: Nathalie Poulin: 514.982.0104 # 231 ou npoulin@adaq.qc.ca



**MIEUX
CONSOMMER**

POUR MIEUX PERFORMER



**RÉDUIRE LES COÛTS D'EXPLOITATION
DE MON BÂTIMENT TOUT EN PROFITANT
D'UN APPUI FINANCIER, C'EST PLUS
QU'UNE BONNE AFFAIRE.**

**Mille et une mesures d'efficacité énergétique.
Mille et une solutions d'affaires.**

Pour vous aider à réaliser des économies d'énergie, Hydro-Québec vous offre des appuis financiers visant l'optimisation des performances énergétiques de votre entreprise, notamment en ce qui concerne :

- **l'éclairage ;**
- **le chauffage ;**
- **la climatisation ;**
- **l'isolation.**

Programme Appui aux initiatives –
Optimisation énergétique des bâtiments
www.hydroquebec.com/affaires

UN CHOIX D'AFFAIRES RENTABLE ET RESPONSABLE.



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.



Prix du lait

Victoire de l'A.D.A. sur une décision étonnante de la RMAAQ

Le prix minimum du lait de consommation augmentera de 4 ¢ / litre le 1^{er} février 2009, mais ce n'est pas ce qui étonne dans la décision 9115 de la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ).

Alors que les régisseurs expliquent qu'ils se refusent à rattraper graduellement l'écart de 30 ¢ entre les prix minimums et coûtants du format de 4 litres, tel que nous le réclamions, ils établissent qu'à partir du 1^{er} juin 2009, les laiteries ne pourront plus vendre le lait à un prix supérieur aux prix minimums fixés.

Peu importe la méthode, ce qui importe pour l'A.D.A., c'est que plus aucun détaillant ne paiera son lait au-delà des prix minimums. La rentabilité des petits détaillants n'est peut-être pas assurée, mais au moins ils ne revivront plus des situations où leurs concurrents vendaient un 4 litres de lait 30 ¢ moins cher qu'eux ne le payaient.

Pour en revenir à notre proposition, la RMAAQ ne croit pas opportun de hausser d'un 30 ¢ supplémentaire le prix minimum au détail du 4 litres, même en étalant cette hausse sur une période de trois ans. Elle craint que ce serait le consommateur,

et principalement de type familial, qui en payerait les frais. De plus, la RMAAQ estime n'avoir aucune garantie que les laiteries n'ajouteraient pas cette hausse à leurs prix de gros.

De plus, la RMAAQ dit ne pas pouvoir « adhérer à l'idée que le coût du 4 litres soit, au litre, équivalent à ceux des 1 et 2 litres. Elle demeure confiante que ce format offre une économie d'échelle », et sa décision ne pourrait être plus claire à cet effet.

Prix du lait du format de 4 litres (2 %)

	2008		2009
Prix Minimum	5,43 \$	+ 0,15 \$	5,58 \$
Prix Coûtant	5,73 \$	- 0,15 \$	5,58 \$*
Prix Maximum	6,03 \$	+ 0,15 \$	6,18 \$
Écart Minimum / Coûtant	- 0,30 \$	+ 0,30 \$	0,00 \$*

* En vigueur le 1^{er} juin 2009

Pour plus de détails, n'hésitez pas à consulter la décision 9115 sur le site de la RMAAQ.
<http://www.rmaq.gouv.qc.ca/fileadmin/DocuCentre/Decision/2008/9115.pdf>

Bière

Entente historique A.D.A. – ABQ

Prime d'encouragement à la récupération de contenants à remplissages multiples de bière.

Depuis près de 100 ans, les détaillants reprennent, trient et entreposent les contenants à remplissages multiples de bière sans aucune rémunération de la part de ceux qui en bénéficient, les brasseurs.

Tel qu'annoncé officiellement le samedi 29 novembre dernier, au congrès annuel de l'Association, l'A.D.A. est fière d'avoir conclu une entente sur une prime d'encouragement à la récupération de la bouteille standard de l'industrie (341 ml). Cette entente est le fruit des négociations menées par notre comité bière, mais aussi de l'unité dont ont fait preuve nos membres depuis le début de l'été 2008.

Bien que le système de consigne obtienne depuis plusieurs années un taux de retour plus qu'enviable, cette nouvelle prime vise à encourager les détaillants à poursuivre leur bon travail. La récupération efficiente des bouteilles standards étant primordiale pour le maintien du système actuel pour l'industrie de la bière, cette prime requiert que les bouteilles soient remises aux brasseurs dans un état optimal.

La prime entrera en vigueur le 1^{er} avril 2009 et sera appliquée en deux étapes. Dans un premier temps, une prime de 0,10 \$ par caisse métrique (caisse de 24 bouteilles à remplissages multiples de bière de 341 ml) sera versée à tous les détaillants du Québec détenteurs d'un permis de vente de bière pour consommation à domicile et ce, jusqu'au 31 janvier 2012. Dans un second temps, à compter du 1^{er} février 2012, la Prime passera à 0,24 \$ par caisse métrique. L'investissement consenti par les grands brasseurs se chiffrera alors à plus de 15 millions \$ par année.



Élections provinciales 2008

Campagne économique A.D.A. : « Non aux tergiversations, oui à l'action ! »

Contrebande du tabac / Guerre de prix sur la bière / Frais transactionnels

Profitant de la campagne électorale, les membres de l'A.D.A. en appellent au leadership de leurs futurs élus pour casser la progression fulgurante de la contrebande du tabac partout au Québec, stopper la hausse démesurée des frais transactionnels et atténuer la pression de la guerre du prix de la bière.

Face à une compétition inégalée, plusieurs commerces sont dans des situations précaires, voire même acculés à la fermeture. Il incombe au prochain gouvernement élu de cesser les tergiversations et de plutôt poser des actions concrètes. Nous soumettons trois solutions pragmatiques :

1. Agir sur le terrain contre la contrebande du tabac ;
En étendant le projet VITAL à l'ensemble de la province.
2. Freiner la hausse des frais transactionnels ;
En réglementant le secteur des frais transactionnels.
3. Mettre un terme à l'utilisation de la bière comme produit d'appel ;
En interdisant la publicité des prix de la bière.

Pour plus de détails sur ces trois objectifs prioritaires, repérez les icônes en marge de la Revue de l'année qui débute à la page 14.

Objectif prioritaire 1

Campagne économique A.D.A. Elections 08

Objectif prioritaire 2

Campagne économique A.D.A. Elections 08

Objectif prioritaire 3

Campagne économique A.D.A. Elections 08



Réponse du parti Libéral

Dans une lettre signée par le ministre Bachand, le parti Libéral s'est engagé à étudier les trois propositions de cette offensive une fois réélu. C'est au niveau du projet VITAL que sa réponse est la plus satisfaisante :

« Le parti Libéral est favorable au projet VITAL. Une évaluation complète de ce programme devrait être terminée d'ici la fin de 2008. Si les résultats sont concluants, nous analyserons la possibilité d'étendre ce programme à l'échelle de la province. »

La réponse des détaillants de partout au Québec n'est certainement pas étrangère à ces résultats. Nous tenons à remercier tous ceux qui ont collaboré en remettant la lettre à leurs candidats des différents partis.

Même gouvernement et ministres, mais majoritaires

Le premier ministre Jean Charest a obtenu la majorité parlementaire qu'il souhaitait. Son gouvernement a été reconduit pour un troisième mandat consécutif, mais cette fois-ci, ce n'est plus l'ADQ qui formera l'opposition officielle, mais le PQ, mené par la chef Pauline Marois.

En effet, lors du scrutin du 8 décembre dernier, le parti Libéral a fait élire 66 députés, le Parti québécois 51 députés, l'Action démocratique du Québec 7 députés, alors que Québec solidaire a fait élire son tout premier député.

En ce qui a trait au cabinet ministériel, M. Charest a principalement décidé de reconduire ses ministres seniors, où l'on peut toujours compter sur une équité de représentativité entre hommes et femmes.



En ce qui concerne l'A.D.A., on peut parler de continuité puisque nos principaux interlocuteurs ont conservé leurs responsabilités :



Laurent Lessard

Frontenac
(Chaudière-Appalaches)

Ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation

Laurent Lessard est de retour comme ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation, lui qui a eu un automne difficile avec la crise de listeria qui a frappé les fromages québécois. Il a néanmoins démontré son ouverture à travailler avec la filière dans la résolution de cette crise.

L'A.D.A. est très heureuse de la promesse des libéraux de doubler le budget de la promotion des produits agroalimentaires du Québec de 14 à 30 millions de dollars par année. Par contre, la création d'un Bureau de promotion des produits alimentaires du Québec entre en contradiction avec le mandat de la courroie québécoise de promotion Aliments du Québec.

Dossiers :

- Table filière agroalimentaire
- Aliments du Québec
- Alcools artisans
- Sécurité alimentaire
- Concentration et mise en marché

Porte-parole de l'opposition officielle :

PQ – **Marie Bouillé**
Iberville (Monterégie)



Raymond Bachand

Outremont (Montréal)

Ministre du Développement économique, Innovation et Exportations

Le ministre a corrigé son oubli de 2006, en complétant sa réforme des heures d'ouverture en y ajoutant des journées fériées fermées. Le ministre Bachand s'est engagé à étudier les trois dossiers de notre offensive économique une fois réélus. Bien que la situation économique trouble risque de gruger beaucoup de son temps, l'A.D.A. est néanmoins optimiste de voir des avancées significatives en 2009, concernant la contrebande du tabac, les frais transactionnels, et le prix de la bière.

Dossiers :

- Heures d'ouverture
- Compétitivité
- Concentration et mise en marché

Porte-parole de l'opposition officielle :

PQ – **François Legault**
Rousseau (Lanaudière)



Jacques P. Dupuis

Saint-Laurent (Montréal)

Leader parlementaire du gouvernement, ministre de la Sécurité publique et ministre des Affaires intergouvernementales et de la réforme des institutions démocratiques

M. Jacques P. Dupuis continuera à être un des ministres les plus occupés à l'Assemblée nationale; maintenant qu'il est de retour comme leader du gouvernement, on peut s'attendre à entendre parler de lui quotidiennement. Espérons qu'il gardera suffisamment de temps pour s'attaquer aux problèmes récurrents reliés au prix minimum de la bière et à la contrebande du tabac.

Dossiers :

- Prix de la bière
- Contrebande du tabac
- Alcools artisans
- Révision des lois sur l'alcool
- Vente aux personnes d'âge mineur
- Fraude et vol

Porte-parole de l'opposition officielle :

PQ – **Bertrand St-Arnaud**
Chambly (Monterégie)



Line Beauchamp

Bourassa-Sauvé (Montréal)

Ministre du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs et Leader parlementaire adjointe du gouvernement

On entendait qu'elle souhaitait un autre ministère, mais elle demeure à l'Environnement; elle prend également du galon en secondant le ministre Dupuis comme leader adjointe du gouvernement. Elle aura beaucoup de pain sur la planche en 2009, beaucoup plus que les sacs d'emplettes, elle qui devrait sous peu déposer la nouvelle politique gouvernementale de gestion des matières résiduelles. Nous espérons qu'elle n'oubliera pas la nécessité d'améliorer l'offre de services de recyclage aux ICI.

Dossiers :

- ÉEQ et emballages
- Consigne
- Services aux ICI

Porte-parole de l'opposition officielle :

PQ – **Scott Mckay**
L'Assomption (Lanaudière)



Yves Bolduc

Jean-Talon
(Capitale-Nationale)

Ministre de la Santé et des Services sociaux

Ministre depuis peu, il garde le plus gros portefeuille du gouvernement du Québec. Depuis six mois, le MSSS s'est finalement impliqué dans la lutte à la contrebande du tabac en mettant sur pied le projet VITAL. Nous soutenons cette importante initiative du MSSS, parce qu'il est utopique de penser venir à bout de ce fléau sans son implication.

Dossiers :

- Tabac
- Vente aux mineurs
- Santé publique

Porte-parole de l'opposition officielle :

PQ – **Bernard Drainville**
Marie-Victorin (Monterégie)

Devenez membre détaillant A.D.A.

LA FORCE DE L'A.D.A. c'est vous!

Depuis 1955



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec



Fondée en 1955, l'Association des détaillants en alimentation est la seule association qui représente l'ensemble des détaillants propriétaires du Québec.

Sa mission est de défendre et de représenter les intérêts professionnels, sociopolitiques et économiques des quelque 9000 détaillants, quels que soient leur bannière ou le type de surface qu'ils opèrent. Maintenant présente dans toutes les régions du Québec, votre association est sérieuse, crédible et reconnue par l'industrie. Elle vous permet un rayonnement, un réseau de communication et une tribune exceptionnelle.

Bref, le succès d'une telle organisation n'a d'égal que la force de l'implication de ses membres, parce que
La force de l'A.D.A., c'est vous!

L'A.D.A. est un regroupement qui est au fait de nos préoccupations et qui s'assure que nous sommes bien représentés face à nos gouvernements. L'A.D.A., étant associée avec la Fédération Canadienne des Épiceries indépendantes, nous donne une meilleure représentation lors des discussions et consultations avec nos gouvernements et fait en sorte que nous soyons entendus comme si nous y étions.

Eric Bouchard
IGA Bouchard, Sherbrooke

Même situé loin des centres décisionnels, l'A.D.A. me donne l'opportunité de m'exprimer et d'être sur un point d'égalité avec les grandes surfaces.

Isabelle Tassi
Marché Tassi, Cantley

L'A.D.A. me donne droit de parole. Par son entremise, nous, détaillants de petites surfaces, pouvons compter sur une meilleure écoute de nos partenaires d'affaires. Des comités sont formés et des rencontres ont lieu régulièrement.

André Forget
Dépanneur Forget
(Beau-Soir), Montréal

Commandez gratuitement dès maintenant votre trousse d'information en téléphonant au 514.982.0104 ou 1.800.363.3923 ou www.info@adaq.qc.ca



Formulaire d'adhésion

Adhérez dès aujourd'hui par télécopieur **514 849-3021**
ou en ligne au www.adaq.qc.ca

À la réception de ce formulaire,
un représentant de l'A.D.A. vous contactera.

Échelle des cotisations

	Cotisation annuelle	Cotisation biannuelle
☐ Dépanneur	250 \$ + taxes	125 \$ + taxes
☐ Magasin spécialisé	250 \$ + taxes	125 \$ + taxes
☐ Épicerie (moins de 6000 pi ²)	400 \$ + taxes	200 \$ + taxes
☐ Épicerie (plus de 6000 pi ²)	550 \$ + taxes	275 \$ + taxes

Raison sociale

Adresse

Ville

Code postal

Courriel

Téléphone

Télécopieur

Nom du (des) propriétaire(s)

Nom du (des) propriétaire(s)

Autre contact (facultatif)

Titre

Nombre d'employés (Temps plein)

(Temps partiel)

Surface de vente (pieds carrés)

Chiffre d'affaires

Distributeur

Bannière

N° de magasin

Je désire acquitter mon adhésion de la façon suivante :

- ☐ Chèque ci-joint ☐ Facturez-moi
☐ Versements bisannuels via mon distributeur
☐ Visa ☐ Master card

nom du détenteur _____

no. de carte _____ date d'expiration _____

Je soussigné, autorise par la présente

Nom du distributeur

Facturez à mon compte la somme de \$ _____

Ce montant représentant ma cotisation à l'Association
des détaillants en alimentation du Québec.

Signé, ce _____ jour de _____ 20____

Signature(s) du (des) propriétaire(s)

Signature(s) du (des) propriétaire(s)

Adhésion en ligne!

www.adaq.qc.ca



**ASSOCIATION DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION DU QUÉBEC**

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

www.adaq.qc.ca

Tabac

LOI SUR LE TABAC

Janvier 2008 – Les normes sur les étalages de tabac sont dévoilées à quatre mois de l'échéance. Un délai très court malgré la multiplication des communications effectuées par l'A.D.A. auprès du ministère pour le presser de fournir ses explications dans un délai raisonnable. Les lignes directrices expliquant la façon de revoir la manière dont les détaillants disposent des cigarettes sur les étalages sont toutefois passablement précises et laissent peu de place à l'improvisation.

Avril 2008 – À un mois de l'entrée en vigueur de la loi sur les modifications des étalages de tabac, l'A.D.A. apprend que ces modifications seront demandées graduellement. Sans aller jusqu'à permettre un délai d'application au-delà du 31 mai 2008, le gouvernement entend néanmoins se montrer compréhensif face aux commerçants qui sont en voie d'appliquer les mesures dans les semaines et mois qui suivront la date d'interdiction d'étalages des produits du tabac des consommateurs.

Sanctions relatives aux étalages

1^{re} infraction : 300 \$ à 2 000 \$

Récidive : 600 \$ à 6 000 \$

Juin 2008 – Le nouveau règlement de la Loi sur le tabac concernant les étalages est maintenant entré en vigueur depuis le 31 mai 2008. De plus, il est interdit de vendre un produit du tabac autrement que dans un emballage contenant au moins 10 portions unitaires, sauf lorsque dans le cadre d'une même vente le montant payé par un consommateur pour l'achat d'un ou de plusieurs produits du tabac, autres que des cigarettes, est supérieur à 5 \$ (10 \$ au 1^{er} juin 2009).



CONTREBANDE DU TABAC

Loin de régresser, la contrebande du tabac gagne toujours des adeptes. Selon la plus récente étude de GFK Research Dynamics (2008), 40,1 % des achats de tabac sont effectués sur le marché noir.

Mai 2008 – Lancement du projet pilote VITAL (Vente illicite de tabac à Laval), financé par le ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS) au moyen d'une subvention de 580 000 \$, en partenariat avec l'Association des directeurs de police du Québec (ADPQ), le Conseil canadien des distributeurs en alimentation (CCDA), l'Association des distributeurs aux petites surfaces alimentaires (NACDA) et l'A.D.A. Ce projet a pour but de s'attaquer à la contrebande sur le territoire de la ville de Laval.



Octobre 2008 - Après six mois d'opération de l'escouade VITAL, les résultats sont prometteurs et l'escouade s'attend à une accélération du nombre de saisies.

- Bilan :
- 141 800 cigarettes illégales saisies / 10 670 \$ en argent.
 - Une centaine de dossiers opérationnels créés.
 - 83 chefs d'accusation ont été déposés.
 - 131 208 \$ d'amendes, données en fonction de la Loi sur le tabac (autant à venir en fonction des taxes non perçues par les ministères du Revenu).

Les inspecteurs de l'escouade VITAL ont effectué des enquêtes, rencontré tous les propriétaires de commerces et visité les écoles pour faire de la sensibilisation. En fait, ils s'assurent d'appliquer la loi alors que les contrebandiers et les acheteurs de tabac illicite pouvaient jusque-là agir en toute impunité.

Objectif prioritaire 1

Campagne économique A.D.A. Élections 08

Novembre 2008 - La campagne électorale provinciale déclenchée, l'A.D.A. en profite pour organiser une vaste campagne auprès des médias et des candidats pour faire valoir les principaux enjeux économiques de ses membres. Évidemment, le point central de cette campagne est la contrebande du tabac. Orientée vers l'action, l'A.D.A. apporte des solutions concrètes et conseille d'élargir le projet VITAL à l'ensemble de la province avec l'aide des amendes qui seront perçues des compagnies de tabac, soit avec 210 millions de dollars.

Le 29 novembre 2008, le directeur de l'escouade VITAL, M. Serge Gagnard, a profité du congrès de l'A.D.A. pour venir expliquer aux détaillants les méthodes et objectifs de son escouade, tout en expliquant l'importance de la collaboration de la population et des détaillants de Laval pour obtenir des pistes d'enquête. Les détaillants ont beaucoup apprécié. Un bilan des six premiers mois d'activité de l'escouade devrait être disponible sous peu.

Le 29 novembre 2008, le directeur de l'escouade VITAL, M. Serge Gagnard, a profité du congrès de l'A.D.A. pour venir expliquer aux détaillants les méthodes et objectifs de son escouade, tout en expliquant l'importance de la collaboration de la population et des détaillants de Laval pour obtenir des pistes d'enquête. Les détaillants ont beaucoup apprécié. Un bilan des six premiers mois d'activité de l'escouade devrait être disponible sous peu.

Décembre 2009 – Médecins pour un Canada sans fumée (MCSF) a publié une étude qui confirme et même dépasse des estimations des fabricants de cigarettes quant à l'ampleur de la contrebande. Du propre aveu de Neil Collishaw, directeur de la recherche pour MCSF : « Nous essayons de convaincre les gouvernements d'agir mais, jusqu'à maintenant, on a vu peu d'action et de résultats. »

À SUIVRE

Les futurs députés de l'Assemblée nationale ne pourront plus invoquer qu'ils ne peuvent pas agir contre la contrebande : la proposition de l'A.D.A. d'étendre VITAL partout au Québec est réalisable et garante d'avancements significatifs. Arrêtons de tergiverser et agissons !

Agroalimentaire

PRIX DU LAIT

Décembre 2007 – Le Comité de travail sur le Règlement sur les prix du lait de la Régie des marchés agricoles et agroalimentaires du Québec (RMAAQ) a remis son rapport en vue d'approbation lors de la séance du 19 décembre 2007.

Dans sa décision du début de l'année 2008, la RMAAQ n'a pas corrigé l'écart entre le prix minimum et coûtant du lait de 4 litres ; au contraire, elle a encore accentué la problématique des détaillants en statuant sur une augmentation inférieure sur le 4 litres (+ 4,5 ¢ / litre), que pour le 1 litre (5 ¢ / litre). Elle explique ainsi sa décision de ne pas corriger l'écart pourtant démontré à maintes reprises à l'aide de données du marché : « La Régie ne peut, au détriment des consommateurs, apporter une modification à sa structure des prix pour leur faire supporter une hausse additionnelle de prix pour les contenants de 4 litres. »

Août 2008 - S'appuyant sur la récente décision de la Commission canadienne du Lait (CCL) de hausser les prix du lait pour les producteurs, la RMAAQ hausse les prix minimums et maximums du lait pour les consommateurs, de 0,03 \$ / litre.

Septembre 2008 - Une hausse que les laiteries n'ont pas hésité à refiler aux détaillants. Celles-ci se permettant même d'en prendre un peu plus, soit 3,5 ¢ / litre, 7 ¢ / 2 litres et 14 ¢ / 4 litres, augmentant une fois de plus l'écart du 4 litres, qui est maintenant de 30 ¢.

Novembre 2008 - L'A.D.A. revient à la charge en demandant de diminuer l'attrait du lait comme produit d'appel en interdisant la publicité de toute référence aux prix du lait en-dehors des étalages et du produit lui-même et d'effectuer un rattrapage graduel de l'écart entre les prix minimums et coûtants du format de 4 litres. Une telle démarche progressive comblerait définitivement l'écart sur une période qui pourrait s'étendre sur trois à cinq ans.

Décembre 2008 – Dans sa décision 9115, la RMAAQ établit qu'à partir du 1^{er} juin 2009, les laiteries ne pourront plus vendre le lait à un prix supérieur aux prix minimums fixés. Le prix minimum du format de référence (4 litres de lait, 2 %) s'établira à 5,58 \$; plus personne ne pourra vendre à un prix inférieur.



CAAAQ

Février 2008 - L'A.D.A. ainsi que quelques détaillants se sont prononcés lors des audiences publiques menées partout en province lors des travaux de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Québec (CAAAQ). Après une tournée dans 15 régions dont 27 municipalités, après 770 présentations et 720 mémoires, le 12 février dernier, la Commission a dévoilé son rapport final.



Toute l'attention médiatique s'est tournée vers le modèle du syndicalisme agricole québécois et de l'agriculture dans son ensemble. En ce qui concerne le secteur du détail alimentaire, très peu d'allusions aux propositions présentées durant les audiences publiques; il faut pourtant que nos produits atteignent les tablettes.

Mise en marché - Malgré plusieurs revendications en ce sens, pas une seule recommandation sur les achats directs des détaillants à même leur région. Au contraire, ce sont d'autres circuits courts de distribution qui sont préconisés, misant sur la vente à la ferme, les marchés publics, la multiplication des comptoirs spécialisés et l'agriculture soutenue par la communauté. Aucun de ces circuits ne doit être écarté des pistes de solution, mais même combinés ils n'offrent pourtant qu'un potentiel de croissance marginal.

Transformation alimentaire – Une multitude de désignations faisant référence aux appellations contrôlées se côtoient dans les marchés de détail, semant ainsi la confusion chez le consommateur. La CAAAQ recommande l'adoption rapide de la Loi sur les appellations réservées et les termes valorisants et le partage des coûts entre le gouvernement, les producteurs et les transformateurs.

Distribution - L'accès aux tablettes des produits québécois fut abondamment abordé lors des audiences. Selon la Commission, les producteurs devront consacrer plus d'efforts pour développer des produits différenciés.

Nous saluons la recommandation visant à une contribution annuelle du MAPAQ de 2 millions \$ en contrepartie d'une mise de fonds annuelle de 6 millions \$ de la part des transformateurs, distributeurs et producteurs à Aliments du Québec. L'organisme aura pour objectif de généraliser l'application du label Aliments du Québec à l'ensemble des produits du Québec.

Favorisant une agriculture plurielle, les commissaires ont opté pour la liberté des producteurs à choisir eux-mêmes l'association qu'ils croient être la meilleure pour leurs besoins et intérêts. L'UPA s'est évidemment insurgée contre cette idée. Le MAPAQ a aussi subi sa part de blâme, puisqu'on critique son leadership et qu'on lui demande d'affirmer une mission alimentaire plus nette.

Novembre 2008 – L'UPA réagit aux recommandations de la CAAAQ en présentant *Bilan et perspectives de la mise en marché collective au Québec*. À partir d'exemples, l'UPA tente de démontrer comment la Loi sur la mise en marché des produits agricoles, alimentaires et de la pêche est un outil privilégié pour répondre adéquatement aux besoins du marché.



Agroalimentaire

PROMOTION DES PRODUITS ALIMENTAIRES QUÉBÉCOIS



Décembre 2007 – Le MAPAQ a annoncé un investissement de 14 millions \$ dans sa nouvelle stratégie « Le Québec dans votre assiette ». Pas un mot sur Aliments du Québec; la campagne s'articulera autour de trois axes d'intervention :

- amener les consommateurs québécois à accorder la priorité aux produits du Québec dans leurs décisions d'achats;
- favoriser l'adaptation de l'offre par le marketing et l'innovation;
- faciliter l'accès aux réseaux de distribution.

Mars 2008 – L'A.D.A. est rassurée, le ministre Lessard annonce officiellement que son ministère ira de l'avant avec une campagne de promotion grand public invitant les consommateurs québécois à rechercher des produits portant le logo d'origine Aliments du Québec.

Juin 2008 – Le visuel de la campagne « Mettez le Québec dans votre assiette » a été présenté en grande première. Cette annonce est un premier pas dans le but de répondre à l'une des principales préoccupations de la Commission Pronovost, soit le manque flagrant d'identification des produits alimentaires québécois. La campagne média a commencé, mais l'identification des produits et le visuel dans les points de vente sont toujours déficients.



Décembre 2008 – Lors de la campagne électorale, le parti Libéral annonce la création d'un Bureau de promotion des produits alimentaires du Québec, ce qui nous laisse passablement perplexes sur le rôle d'Aliments du Québec.

FORMATION DES MANIPULATEURS D'ALIMENTS



Décembre 2007 – Le Règlement sur la formation des manipulateurs a été pré-publié dans la Gazette officielle le 27 décembre 2007. Dans son essence, le Règlement place tous les établissements sur un pied d'égalité. Si un établissement manipule des aliments, ses employés devront maîtriser les normes de salubrité et de manipulation des aliments.

Mars 2008 – Plusieurs éléments ont été clarifiés :

- 1 gestionnaire d'établissement : tout exploitant doit confier le contrôle de l'hygiène et de la salubrité alimentaire à un titulaire d'une attestation de formation de gestionnaire d'établissement alimentaire.
 - 1 manipulateur d'aliments présent en tout temps.
- ou
- 10 % des membres du personnel affecté à la préparation des produits alimentaires, au lavage ou au nettoyage du matériel doivent être titulaires d'une attestation.

Mai 2008 – Le règlement légèrement modifié a été entériné à la suite de sa seconde parution dans la Gazette officielle. Tel que le prévoit le règlement, toute personne souhaitant exploiter un établissement alimentaire devra désormais détenir une attestation de formation de gestionnaire d'établissement alimentaire ainsi que s'assurer de la présence de manipulateurs accrédités.

Novembre 2008 – Les nouvelles exigences sont obligatoires depuis le 21 novembre dernier. Quant aux propriétaires d'établissements déjà en exploitation, ils auront jusqu'au 21 novembre 2009 pour s'y conformer.

À SUIVRE

L'A.D.A. espère que tous les soi-disant nouveaux détaillants alimentaires soient traités comme tel, et que les mêmes obligations soient finalement demandées à tous les exploitants.



CRISE DES RAPPELS ALIMENTAIRES : LISTERIA

Août 2008 - L'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) a émis un avis 24 heures après avoir déterminé que l'établissement torontois de Maple Leaf était à l'origine de l'éclosion de listériose qui a infecté plusieurs personnes. La compagnie a rappelé 220 produits susceptibles d'être à l'origine de l'infection, mis son usine en quarantaine plusieurs semaines, mais ce fut loin de suffire pour rassurer les consommateurs et, il faut le dire, les médias, qui cherchent des coupables.

Septembre 2008 - Le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) effectue à son tour un rappel important de certains fromages afin de contrôler une augmentation de la présence de *Listeria monocytogenes* dans certains fromages commercialisés dans des établissements de vente au détail et d'usines de transformation de fromages. Les inspecteurs détruisent et jettent les fromages visés de plusieurs points de vente. Les établissements, tant les deux fromageries que les détaillants, doivent ensuite nettoyer tous leurs équipements avant de reprendre la coupe de fromages.

L'A.D.A. a participé à plusieurs appels conférence avec le MAPAQ et donné plusieurs entrevues pour tenter de rétablir la confiance des détaillants et des consommateurs envers les fromages québécois, puisque ces deux groupes ont malheureusement réduit leurs achats à la suite de l'éclosion de la listeria.

Octobre 2008 - Le ministre Lessard annonce un plan de relance des fromages québécois. L'A.D.A. est satisfaite que le gouvernement ait reconnu que les détaillants de fromages fins et artisanaux québécois constituent un maillon essentiel pour soutenir la croissance de ce secteur. Sur la base des pertes encourues, grâce aux revendications de l'A.D.A., les détaillants ont obtenu des crédits d'achats afin de les inciter à soutenir la relance des fromages québécois. Les 160 entreprises les plus directement touchées par les récents rappels et dont la saisie de fromages a été supérieure à 20 kilogrammes profiteront d'une enveloppe ne dépassant pas 1,5 million \$.

Janvier 2009 - Les ventes ont bel et bien repris durant la période des fêtes, mais le bilan diverge grandement selon les points de vente et fabricants de fromage. Le secteur ne semble malheureusement pas encore pleinement sorti du marasme.

À SUIVRE

L'A.D.A. croit que le MAPAQ doit adapter ses pratiques en cas de rappel. Le système repose sur la confiance de ses utilisateurs; la destruction systématique des produits met en danger ce système pourtant efficace.



Boissons alcoolisées

12%
SPIRITUEUX

BIÈRES
11,9%

ALCOOLS À BASE DE MALT

Février 2008 - Le dernier budget Flaherty met en place des mesures qui concernent non seulement la taxation, mais également des mesures de changement à la définition de bière, en fixant la limite en teneur d'alcool à 11,9 %. Il y a pourtant plusieurs bières ou produits à base de malt qui répondent à cette définition.

L'A.D.A. a rencontré des fonctionnaires fédéraux pour leur faire valoir qu'une telle mesure pourrait sonner le glas de cette catégorie, du moins pour les microbrasseries. En effet, déterminer qu'à partir de 12 % une bière devient un spiritueux est tout à fait arbitraire et aura des conséquences très néfastes sur le développement de cette importante catégorie dans le commerce de détail alimentaire québécois, au profit de la SAQ.

À SUIVRE

Québec doit, à l'instar du fédéral, trancher sur la question. Nous espérons toujours qu'il comprenne l'opportunité de marché pour nos artisans microbrasseurs québécois. S'il y a simplement de la confusion quant à l'appellation de certains produits, il n'est nullement nécessaire de virer le monde à l'envers.

GUERRE DE PRIX SUR LA BIÈRE

Depuis le début des années 1990, les gouvernements ont refusé d'intervenir pour corriger l'écart toujours grandissant entre les prix minimums de la bière et ceux facturés aux détaillants. Du dernier blitz de rencontres avec les fonctionnaires concernés se dégage un consensus préoccupant : il n'y a aucune volonté à mettre un terme à l'utilisation de la bière comme produit d'appel. Les détaillants ne peuvent se permettre de voir l'écart s'accroître encore davantage.

Caisse de 24 bouteilles de 5 % d'alcool (2008)

Prix minimum : 22,83 \$

Prix coûtant : 29,62 \$

Écart : -6,79 \$

Objectif prioritaire 3

Campagne économique A.D.A. Élections 08

Pragmatique, l'A.D.A. propose donc une solution : elle réclame l'interdiction de la publicité du prix de la bière dans les journaux et les circulaires pour atténuer les effets de la crise actuelle. Comme il est interdit de faire la publicité des prix du pain à l'extérieur des étalages, il ne nous apparaît pas exagéré d'envisager la même solution pour un produit d'appel tel que la bière.



À SUIVRE

Les futurs députés de l'Assemblée nationale n'auront plus l'odieuse de travailler sur un dossier qui leur demande de statuer sur une augmentation du prix minimum. La proposition de l'A.D.A. d'interdire la publicité des prix de la bière est réalisable et garante d'avancements significatifs.

Boissons alcoolisées

PERMIS DE VENTE D'ALCOOL DE COSTCO



Mars 2008 – Nouveau délai du Tribunal administratif du Québec (TAQ), qui n'a toujours pas rendu son verdict relativement à l'appel logé par le commerce Costco de Laval, trouvé coupable de ne pas respecter les dispositions d'un détenteur de permis d'alcool catégorie épicer.

Octobre 2008 – Contre toute attente, le TAQ juge que Costco respecte les dispositions d'un détenteur de permis d'alcool, catégorie épicer (51 % de denrées alimentaires), malgré les décisions contraires de la RACJ. L'A.D.A. est particulièrement déçu de cette interprétation qui porte préjudice aux

véritables détaillants alimentaires et pourrait servir de précédent à l'invasion du commerce de l'alcool.

À SUIVRE

Le droit de vente de l'alcool était jusqu'à ce jour un privilège qui s'accompagnait de responsabilités, mais il semble que ces responsabilités s'érodent au même rythme que les marges de profit du commerce de la bière.

Environnement

SACS D'EMPLETTES DE PLASTIQUE

Automne 2007 – Plusieurs villes parlent de bannissement des sacs d'emplètes à base de plastique et différents groupes de pression le réclament, bien que les conclusions de l'AVIS SUR LES SACS D'EMPLETTES de Recyc-Québec démontrent que de nombreux éléments entrent en ligne de compte dans le choix de ces sacs, comme en fait foi la conclusion de l'avis :

Au point de vue environnemental, la réduction à la source, lorsqu'elle est applicable, demeure la meilleure solution. L'utilisation du sac réutilisable vient au second rang. Quant au choix de sac à usage unique à privilégier, celui-ci dépend de plusieurs facteurs. Globalement, le sac de plastique conventionnel l'emporte sur le sac dégradable et le sac de papier, en autant qu'il soit réemployé ou recyclé. En ce qui a trait au sac dégradable incluant le sac de papier, il présente une valeur ajoutée dans le cadre des collectes municipales de matières organiques et lorsqu'il est dispersé dans l'environnement naturel. Toutefois, l'arrivée des sacs de plastique dégradables sur le marché peut entraîner des problèmes importants dans la filière de recyclage des sacs de plastique conventionnels, ainsi qu'un impact environnemental négatif s'ils sont enfouis. Afin de pallier à cette problématique, des pistes de solution devront faire l'objet de discussions auprès des divers intervenants impliqués.



Bannir les sacs de plastique est une solution simpliste qui fait abstraction de plusieurs éléments. L'Irlande a constaté une hausse de la quantité de plastique dans ses centres à la suite de l'introduction d'une telle législation. Les consommateurs auraient semble-t-il acheté plus de sacs à déchets pour compenser, ce qui représente un recul marqué sur le plan environnemental. Il ne faut pas répéter cette erreur au Québec.

Avril 2008 – Le 21 avril dernier, en présence de la ministre Beauchamp, plusieurs associations de détaillants, dont l'A.D.A., ont lancé leur code volontaire visant à promouvoir la réduction à la source, le réemploi et le recyclage des sacs d'emplètes.

L'A.D.A. souhaite une meilleure gestion des sacs d'emplètes, capable de favoriser de réels changements de comportements des détaillants et consom-

mateurs québécois. Pour y arriver, nous avons besoin d'un code de bonnes pratiques qui offre des solutions adaptées à la réalité de chaque détaillant. Et nous croyons que nous l'avons aujourd'hui en main.

Novembre 2008 – Poussés par les pressions dans la ville de Toronto, Sobeys et Loblaw se sont engagés à charger 5 ¢ pour chaque sac de plastique mis en marché dans la ville. Loblaw ira plus loin : sa mesure s'appliquera à l'ensemble de ses magasins au pays.



Code volontaire de bonnes pratiques sur l'utilisation des sacs d'emplètes

À SUIVRE

Il est fort probable que d'autres chaînes ou encore le gouvernement soit tenté par cette approche, d'autant plus qu'elle a été louangée par les environnementalistes et médias. Pourtant, restreindre le problème aux seuls sacs faits à base de plastique est une erreur, comme de n'envisager que des mesures répressives alors que tous les modes de réduction doivent selon nous être privilégiés. Au moins, ce nouveau chapitre de la polémique démesurée sur les vilains sacs (les sacs d'emplètes ne représentent que 3 % des déchets enfouis annuellement) nous permettra peut-être de finalement nous attaquer à un enjeu plus important sur le plan environnemental (voir dossier suivant) ou encore au prochain symbole populaire.

Environnement

GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

Février 2008 - La Commission parlementaire sur la gestion des matières résiduelles est enclenchée. En effet, la Commission des transports et de l'environnement veut faire sa part pour la gestion des déchets au Québec, face à l'augmentation de la quantité des matières résiduelles. L'A.D.A. s'est d'ailleurs fait entendre sur bon nombre de points et les commissaires semblaient réceptifs à la situation des détaillants. Les détaillants réclament la disponibilité de services de collecte des matières recyclables et compostables afin d'être en mesure d'atténuer leur dépendance à l'enfouissement.

Juin 2008 - Le 10 juin dernier, la Commission des transports et de l'environnement (CTE) a déposé son rapport en vue d'améliorer la gestion des matières résiduelles. En tout, c'est 43 recommandations qui sont adressées par les députés membres de la CTE à la ministre du Développement durable de l'Environnement et des Parcs (MDDEP), Mme Line Beauchamp. En lien avec les demandes formulées par l'A.D.A., la CTE recommande au gouvernement de fixer un échéancier pour arriver à l'objectif d'enfouissement « zéro » des matières organiques. Rappelons que lors des consultations, l'A.D.A. soulevait à cet effet les trop faibles efforts des municipalités à desservir en services de collecte les grands générateurs de matières organiques que sont les détaillants en alimentation.

Pour ce qui est des contenants à remplissage unique, tel que nous le réclamions, le rapport recommande au gouvernement de privilégier une structure unique basée sur la collecte sélective pour améliorer leur récupération, pourvu que les systèmes de récupération hors du foyer (c'est-à-dire dans les hôtels, bars, restaurants, etc.) et des édifices à logements multiples aient démontré leur efficacité.

À SUIVRE

La ministre du MDDEP devra faire connaître les objectifs de la nouvelle politique de gestion des matières résiduelles. Tout indique que l'augmentation du taux de la redevance à l'enfouissement sera un élément central de la nouvelle politique.



CONSIGNE

Les détaillants perçoivent, trient, nettoient et entreposent les contenants à remplissages multiples de bière sans aucune rémunération de la part de ceux qui en bénéficient, les brasseurs.

Le comité bière de l'A.D.A. a mené d'intenses discussions avec les membres de l'Association des Brasseurs du Québec (Labatt et Molson) pour en venir à une entente sur une prime d'encouragement à la récupération des bouteilles de bière. Des moyens de pression ont été menés partout en province pour faire comprendre aux brasseurs l'urgence d'agir. Des propositions ont été déposées au comité bière.

Novembre 2008 – Signature d'une entente historique entre l'A.D.A. et l'ABQ lors du congrès de l'A.D.A. Les détaillants recevront finalement une rétribution pour ce pan du système de consigne qu'ils tenaient à bout de bras depuis une centaine d'années.



Heures d'ouverture

ENTENTE HISTORIQUE SUR LES JOURNÉES FÉRIÉES

L'A.D.A. s'est jointe au ministre Raymond Bachand et aux représentants de la FTQ, de Metro-Richelieu, de Loblaw, de Sobeys Québec et des Travailleurs et travailleuses unis de l'alimentation et du commerce Canada (TUAC) pour annoncer un projet de règlement sur les heures et les jours d'admission dans les établissements commerciaux.

Il en résulte la fermeture des grandes surfaces alimentaires cinq jours et demi par année, donnant congé à leurs travailleurs, dont tireront profit surtout les petites surfaces et les dépanneurs, qui en ont bien besoin. Ces journées sont celles qui avaient été proposées par les groupes mentionnés ci-haut dans une lettre conjointe à l'intention du ministre.



ZONES TOURISTIQUES

Certains de nos membres nous ont manifesté leur mécontentement relativement aux zones touristiques, qui rendent selon eux l'application de la Loi sur les heures d'ouverture et les jours d'admission inéquitable pour les commerçants des villes environnantes.

Cependant, les zones touristiques relèvent d'une autre loi et d'un autre ministère. Cette question doit donc suivre sa propre révision réglementaire; elle sera débattue à la présente assemblée annuelle, puisqu'une proposition a été déposée en ce sens.

À SUIVRE

Peu importe l'angle qui sera privilégié par les membres, l'A.D.A. revendiquera certainement des modifications quant à la portée de cette loi, qui a passablement perdu son sens alors que le service est aujourd'hui garanti à l'année dans les commerces alimentaires à la suite des modifications successives de la Loi sur les heures d'ouverture.



Frais transactionnels

Objectif prioritaire 2

Campagne économique A.D.A. Élections 08

L'A.D.A. rejoint la Coalition québécoise sur la hausse des frais de cartes de crédit et de débit. Les associations de détaillants, marchands, restaurateurs, hôteliers et libraires québécois ont décidé de conjuguer leurs efforts pour mobiliser leurs membres et faire pression sur les géants du crédit et les élus afin de limiter et de mieux encadrer les hausses vertigineuses des frais de transaction. Une pétition a été distribuée à tous les membres de cette coalition et, d'ailleurs, l'A.D.A. a jusqu'à maintenant réussi à réunir près de 3 000 signatures.

En 2008, lorsque l'on parle de transactions électroniques, on est très loin des solutions miracles peu coûteuses qui nous étaient promises lors de leur introduction. Les coûts sont maintenant devenus prohibitifs, mais les commerçants en sont esclaves, ne pouvant plus refuser ces solutions de paiement qu'ils ont été encouragés à développer auprès de leurs clients.

À SUIVRE

Plusieurs actions sont à prévoir par les membres de la coalition en 2009 pour accentuer la sensibilisation des élus et des médias, mais surtout des consommateurs qui sont mal informés sur les frais reliés à l'usage de ces modes de paiement loin de ne comporter que des avantages.



Loteries

Relativement au dossier de la loterie, le représentant de Loto-Québec s'est montré réceptif aux demandes des détaillants de petites surfaces et, lors de rencontres avec les membres du comité Petites surfaces de l'A.D.A., il a fait état des éléments à venir. Des résultats :

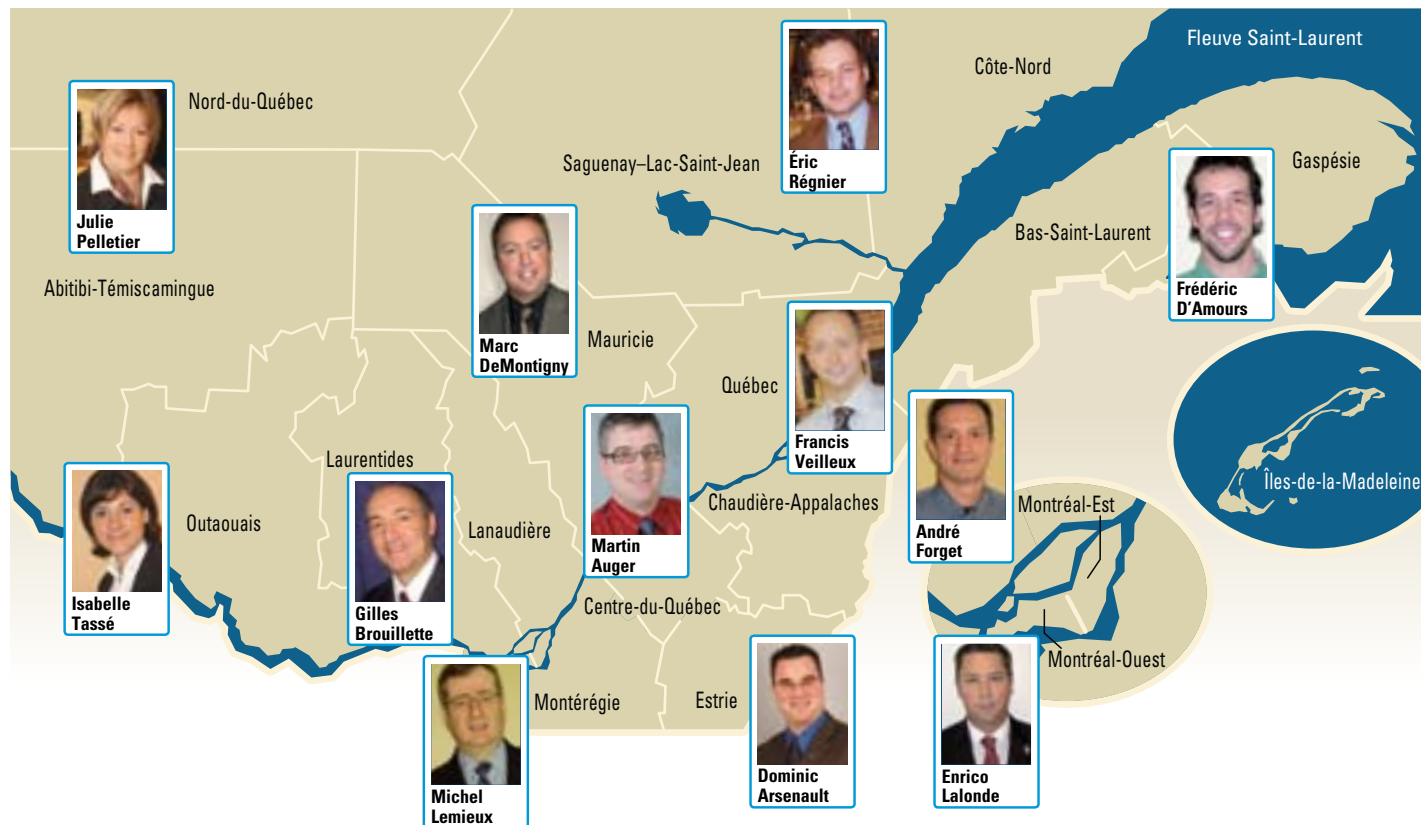
- Ajout de nouveaux terminaux devant être tous installés d'ici avril 2009;
- Ajout d'un code CUP pour les billets de 10 \$;
- Augmentation substantielle de la marge bénéficiaire;
- Installation du vérificateur de billets d'ici la fin avril 2009;
- Aucune suspension de permis en 2008;
- Ajout d'une étape de formation si échec constaté lors de la visite d'un client mystère.



Comité petites surfaces

Janvier 2008 — Le comité Petites surfaces a pris son envol; plusieurs rencontres ont eu lieu en 2008. Les sujets prioritaires : tabac, loteries, bière et frais transactionnels ont bien été cernés et des mandats clairs sont établis. Plusieurs détaillants, des représentants des grandes chaînes et de différents groupes assurent la représentativité du comité.

Nos présidents régionaux



Pour rejoindre la présidente ou le président de votre région

ESTRIE

Dominic Arsenault
IGA Coaticook Inc.
265, rue Child
Coaticook (Québec)
J1A 2B5
819-849-6226

OUTAOUAIS

Isabelle Tassé
Supermarché Tassé (Provigo)
22 Des Flandres
Gatineau (Québec)
J8T 4R7
819-568-5545

SAGUENAY-LAC ST-JEAN / CÔTE-NORD

Éric Régnier
IGA Régnier
13, avenue Villeneuve
Métabetchouan (Québec)
G8G 1L2
418-349-2266

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE / NORD DU QUÉBEC

Julie Pelletier
IGA Pelletier Carrefour
1801, 3e Avenue
Val-d'Or (Québec)
J9P 5K1
819-874-7741

CENTRE DU QUÉBEC

Martin Auger
Super Marché Clément (IGA)
2000, boulevard Louis-Frédéric
Nicolet (Québec)
J3T 2A2
819-293-6937

QUÉBEC / CHAUDIÈRE-APPALACHES

Francis Veilleux
Boucherie Veilleux inc. (IGA Extra)
1000, boulevard Vachon Nord
Sainte-Marie-de-Beauce (Québec)
G6E 1M2
418-386-5744

LAVAL / LAURENTIDES-LANAUDIÈRE

Gilles Brouillette
Marché Lord et Associés (IGA)
1005, boulevard du Grand Héron
Saint-Jérôme (Québec)
J7Y 3P2
450-438-5214

MAURICIE

Marc DeMontigny
Supermarché R. Fournier inc.
(Metro)
850, Thibault
Trois-Rivières (Québec)
G8T 7A6
819-376-3028

MONTÉRÉGIE

Michel Lemieux
Marché Michel Lemieux inc.
(IGA)
450, boulevard Richelieu
Richelieu (Québec)
J3L 3R8
450-658-1831

BAS ST-LAURENT / GASPÉSIE

Frédéric D'Amours
Marché Centre-Ville (Richelieu)
59, Hôtel-de-Ville
Rivière-du-Loup (Québec)
G5R 1L4
418-868-1477

MONTREAL-EST

André Forget
Dépanneur Forget (Beau-Soir)
8445, Ontario
Montréal, (Québec)
H1L 3E7
514-493-1230

MONTREAL-OUEST

Enrico Lalonde
IGA Extra, Famille Lalonde
640, Jacques-Bizard
Montréal, (Québec)
H9C 2H2
514-620-4443



**Association
des détaillants
en alimentation
du Québec**

Site internet A.D.A. www.adaq.qc.ca

Le seul site qui s'adresse directement à tous les détaillants en alimentation du Québec!

Efficace, sécuritaire et confidentiel ! Inscrivez-vous en ligne pour le tournoi de golf 2009

www.adaq.qc.ca :

Une source d'informations :

- Nouvelles d'actualité
- Statistiques de l'industrie
- Liens de partenaires
- Lois et règlements
- Suivi des dossiers
- Activités à venir

Avis aux membres, si vous n'avez pas encore été contacté pour obtenir votre code d'accès membre, téléphonez-nous sans tarder au 514-982-0104 ou 1-800-363-3923 www.adaq.qc.ca





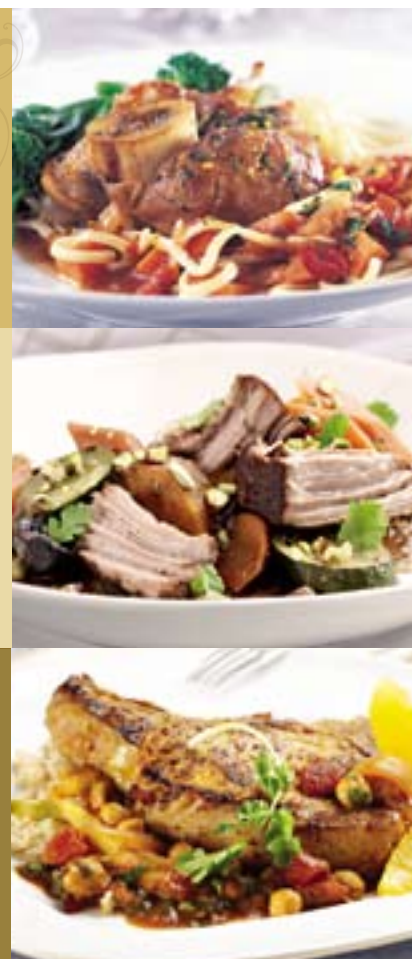
*Étant soucieux de la satisfaction de votre clientèle,
cette dernière mérite ce qu'il y a de mieux.*

*C'est pourquoi les 250 producteurs de veaux de lait du Québec
prodiguent quotidiennement les soins nécessaires
afin de produire le meilleur veau qui soit.*

*Depuis longtemps, le Veau de lait du Québec
est reconnu pour sa qualité, sa constance et son uniformité.
Sa viande rosée, tendre et raffinée
est hautement appréciée par les consommateurs les plus exigeants.*

*Acheter du Veau de lait du Québec,
c'est encourager les producteurs d'ici!*

www.veaudelait.com



Hôtel de Demain

**...POUR ÊTRE À L'AFFÛT DES
NOUVELLES TENDANCES**



RÉSERVEZ VOTRE PLACE !

**SOYEZ VUS PAR LES 17.000 VISITEURS ATTENDUS!
LES 5 NIVEAUX DE LA PLACE BONAVENTURE
SONT DÉJÀ OCCUPÉS À PLUS DE 90%**

contactez Michel Desforges au
514.334.3404 poste 225
mdesforges@afhr.com

**UN MONDE DE RESSOURCES
LE SALON RENDEZ-VOUS HRI
DU 8 AU 10 FÉVRIER 2009**

**PLACE
BONAVENTURE**



9300 Boul. Henri Bourassa Ouest bureau 230
Ville St-Laurent (Qc) H4S 1L5 www.afhr.com



Le congrès A.D.A. raconté par notre PDG

VENDREDI 28 NOVEMBRE



Le bal en blanc Natrel

Le tout a débuté vendredi soir avec le bal en blanc Natrel, commanditaire principal de la soirée avec Imperial Tobacco.



Hommage à Annick

Annick Gazaille nous ayant avisés de son départ de la présidence, la soirée s'est poursuivie avec un hommage à son égard. Il était plus qu'opportun de lui souligner toute notre admiration et toute notre reconnaissance pour ce qu'elle a accompli à la tête de l'A.D.A. pendant ces 3 années et demie de bénévolat très impliqué. Elle a reçu un magnifique tableau de Véronique Dubois, artiste peintre de grand talent. Les employés de Magog sont venus lui offrir des fleurs, les membres de l'exécutif une plaque commémorative, le tout couronné d'une photo avec toute sa famille !



Escouade jeunesse Natrel



Une nouveauté au congrès cette année : l'escouade jeunesse NATREL. Près de 35 jeunes ont utilisé les services de cette escouade et les commentaires ont été très élogieux. La présentation de plusieurs de ces jeunes lors de la soirée du bal en blanc en a fait rire plus d'un !

53^e Congrès annuel de l'A.D.A.



SAMEDI 29 NOVEMBRE

Le samedi a débuté avec les conférences, pour lesquelles vos commentaires ont d'ailleurs été fort appréciés. En après-midi, s'est tenue l'assemblée annuelle suivie de l'élection d'un *nouveau président* : *Christian Jasmin*, qui a admis qu'il avait de gros souliers à chauffer en remplaçant Annick Gazaille. C'est bien certain qu'avec l'appui et la solidarité des membres, nous l'avons connue cette année, il est plus facile de faire avancer les dossiers de l'association.



La passion des vins

Une activité toute spéciale a été prévue pour les conjoints(es) samedi matin en collaboration avec la SAQ Alimentation. Une initiation aux vins qui a plu à tous les invités présents.



Soirée gala Temple de la renommée

En soirée, notre **gala Temple de la renommée** a rendu un vibrant hommage à nos grands de l'industrie, soient MM. Raymond Dubé pour la bannière Metro, Denis Choquette pour la bannière Provigo ainsi que les frères Jean-Guy, Pierre et Gilles Tellier pour la bannière IGA.



M. Raymond Dubé



M. Denis Choquette



Merci également à M. Ernest Desrosiers, sous-ministre, Transformation Alimentaire Québec au MAPAQ, qui a chamboulé sa fin de semaine pour être avec nous à cette occasion.



MM Pierre, Jean-Guy et Gilles Tellier



Un merci très spécial à nos commanditaires de la soirée, Metro, Provigo et Sobeys, SAQ Alimentation et Veau de lait du Québec qui nous a fourni une magnifique pièce de viande qui a été préparée de main de maître par le Chef du Château Frontenac, Jean Soulard.

La soirée s'est terminée par le spectacle de Marco Calliari qui en a fait bouger plusieurs !

Le congrès A.D.A. raconté par notre PDG

DIMANCHE 30 NOVEMBRE

Conclusion

Dimanche matin, plusieurs prix ont été tirés dont un certificat d'achats d'une valeur de 5,000\$ d'équipements de la compagnie Arneg, remis au gagnant par Réjean Lalumière, un voyage pour deux personnes à la Baie James offert par Hydro-Québec et remis par Stéphane Gendron, une magnifique toile offerte par Imperial Tobacco qui a été remise par Chris-



tian Hinse, un ensemble de valises offertes par la Fédération des Caisse Desjardins / Service des cartes, remis par M. Gilles Séguin. Plusieurs



50^e Anniversaire, une plaque a alors été présentée par les dirigeants de la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI), John Scott et son président, Dave Delchiario.

rabais d'essence furent remis par Ultramar. Aussi, à cette occasion, une remise spéciale a été faite au Groupe GP en raison de leur



Nos partenaires

De nombreux partenaires ont participé au congrès, soient : le représentant de l'Association nationale des distributeurs aux petites surfaces alimentaires (NACDA), Marc Fortin, Alyne Savary de l'Union des producteurs agricoles (UPA), Lyne Gagné d'Aliments du Québec,

Diane Beaudin du Journal L'Alimentation, Cheryl Paradowski du Conseil canadien de l'industrie de l'alimentation (CCIA), nos confrères de la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI), Dave Delchiario, John Scott, Keith McDougall, Jim Hamilton, François Bouchard et Pierre Groulx, Sophie Perreault de l'Association québécoise de distribution des fruits et légumes (AQDFL), Frédéric Alberro du Conseil canadien des distributeurs en alimentation (CCDA) et Tamar Kantarjian de SIAL Montréal. Ces présences nous démontrent à quel point les liens de l'industrie sont tissés serrés et combien nous sommes appréciés des gens que nous côtoyons.



J'aimerais souligner également la présence de M. Claude Boisseau, président de la Fédération nationale de l'épicerie, notre partenaire de France.

Le nouveau conseil d'administration 2009

Élu le 29 novembre dernier lors de l'assemblée annuelle de l'A.D.A.



1^{ère} rangée de gauche à droite assis : M. André Forget - *Dépanneur Forget*, Daniel Choquette - *Marché D. Choquette et Fils Itée*, Christian Jasmin - *Marché au Chalet(1978) Inc.* et président de l'A.D.A., Martin Racicot - *Supermarché Lussier*, Annick Gazaille - *IGA Gazaille* et présidente sortante

2^{ème} rangée de gauche à droite debout : Michel Dépatie - *Marché Dépatie inc.*, Yan Gladu - *IGA Extra GI du*, Florent Gravel - *président-directeur général de l'A.D.A.*, Caroline Bouchard - *Marché Centre-Ville*, Yves Labrecque - *Les Supermarchés GP inc.*, Ginette Reid - *Marché Reid et Gadoua*, Jacques Falardeau - *Le Groupe Saga inc.*, Mario Sauvé - *Ultramar Itée*. Sont absent de la photo : *Dominic Arsenault - IGA Coaticook inc.*, Bruno Vincent - *Alimentation Vincent et Fils inc.*

Le 14 septembre dernier, est décédé à l'âge de 81 ans, M. Jean-Louis Laniel. Cet homme de cœur fut intronisé au Temple de la renommée A.D.A. en 2005 lors de notre 50^e congrès annuel.



Les membres du conseil d'administration ainsi que le personnel de l'A.D.A. offrent leurs sincères condoléances à toute la famille.



Merci à nos membres détaillants d'être venus en si grand nombre ; cela nous motive au plus haut point et, forts de cette réussite, nous entamons déjà les préparatifs de notre 54^e congrès qui se tiendra les 13-14-15 novembre au Hilton Lac-Leamy à Gatineau.

En mon nom et au nom de toute l'équipe de l'A.D.A. nous vous disons à l'an prochain!

Un grand Merci à nos généreux partenaires ainsi qu'à nos nombreux commanditaires. Sans vous, nous ne pourrions offrir à nos membres un événement de si grande qualité.

Merci aux partenaires



Merci aux commanditaires



La solution miracle à vos problèmes d'assurances collectives 1-877-315-8172

Parce que vous avez sans doute autre chose à faire que de vous préoccuper de vos assurances collectives, confiez-en la gestion à des professionnels. Assurances Séguin Services Financiers s'en occupe !

Notre équipe offre une solution différente en matière d'assurances collectives. Pour de plus amples informations, n'hésitez pas à nous contacter.



CABINET DE SERVICES FINANCIERS



ASSURANCES SÉGUIN SERVICES FINANCIERS
5125 Du Trianon, bureau 308
Montréal (Québec) H1M 2S5

Karl-Érik Séguin
Michel Séguin
Tél. : 514-315-8172
Télé. : 514-353-3288
Sans frais : 1-877-315-8172
Courriel : keseguin@assurancesseguin.com



set
Canada

Le salon des services,
de l'équipement et
des technologies pour
la distribution alimentaire
et le H.R.I.

**Avec SET Canada,
restez à l'heure des
tendances du marché
en Amérique du Nord !**

Marquez les dates dans votre agenda:

1-3 AVRIL 2009

PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL

Rencontrez plus de 550 exposants venus du monde
entier. Restez à l'affût des tendances de l'industrie.
Augmentez votre réseau de fournisseurs. Trouvez des
idées qui sauront vous différencier de vos concurrents.

Inscrivez-vous en ligne:

www.setcanada.ca

Ajouter code : SIAL11

MÊME DATE
MÊME LIEU

SIAL 2009
Marché de l'Alimentation Nord-Américain
montréal



Dans cette nouvelle chronique découvrez en trois étapes comment établir une politique de placement efficace.

- 1) Changement de comportement (RADAR novembre-décembre 2008)
- 2) **Déterminer la politique de placement (RADAR janvier-février-mars 2009)**
- 3) Implantation de la politique de placement et gestion du risque (RADAR avril-mai 2009)

2^e PARTIE : Déterminer la politique de placement

La construction d'un portefeuille repose sur trois aspects fondamentaux : le risque, le rendement et la corrélation des différents véhicules de placement entre eux.

Le risque

Chaque type de placement nous expose à un niveau de risque plus ou moins grand. Le risque de subir des baisses de marché à **court terme** est différent du risque relié au pouvoir d'achat à **long terme**, les deux doivent être mesurés lorsqu'on fait une politique de placement. Tous les investisseurs ne réagissent pas de la même manière face au risque, et la capacité d'y faire face est différente pour chacun. L'investisseur doit s'exposer au risque s'il veut bénéficier du rendement et dans ce cas il y a une décision importante à prendre :

Quelle est la meilleure répartition entre l'encaisse, les obligations et les actions ? Cela dépend du risque qu'on est prêt à prendre.

Le rendement

Il y a deux éléments déterminants que les investisseurs ne considèrent pas assez soient le **rôle du temps** et le maintien du **pouvoir d'achat**. L'historique des rendements pour les classes d'actifs traditionnelles telles que l'encaisse, les obligations et les actions, montre que la période de détention est importante pour s'approcher de la moyenne des rendements passés. Plus on détient une catégorie d'actifs longtemps, plus on a des chances de s'approcher des rendements historiques.

Le rôle du temps et le maintien du pouvoir d'achat

Les investisseurs qui peuvent gérer leur portefeuille avec un horizon à long terme auront une meilleure chance de compenser les dommages causés par la volatilité à court terme. Dans ce cas le risque lié au pouvoir d'achat à long terme est plus important que les rendements à court terme. Pour l'investisseur qui a un horizon de placement à court terme l'impact qu'auront une ou des mauvaises années de rendement est difficilement compensé parce que le risque lié à la volatilité du marché à court terme est plus important que le risque lié au pouvoir d'achat à long terme. Il faut déterminer ce qui est le plus important pour vous.

La corrélation des différents véhicules de placement entre eux

La diversification du portefeuille est importante pour éviter que la variation du prix des actifs soit influencée par les mêmes facteurs selon le cycle économique. Il en est de même pour les obligations, le choix peut reposer sur différents émetteurs et selon des échéances variées pour s'assurer d'une bonne diversification et d'un rendement moyen semblable à celui du marché.

Que devrait contenir l'énoncé de votre politique de placement ?

Je vous suggère une approche globale qui intègre tous les aspects de votre situation personnelle et financière. Une politique de placement doit être détaillée pour chaque portefeuille et elle doit indiquer tous les éléments qui guideront les prises de décisions, parmi les éléments importants, elle doit décrire entre autres :

- Vos objectifs d'investissement globaux;
- Vos objectifs de placement spécifiques au portefeuille ;
- Votre objectif de rendement après impôt et après inflation (il vaut mieux détenir les revenus fixes de préférence dans vos régimes enregistrés et détenir les actions hors régime, vous pourrez déduire les pertes en capital le cas échéant) ;
- La description des contraintes, exemple : aucune devise étrangère;
- Vos besoins spécifiques au niveau des revenus et comment ils seront rencontrés ;
- Votre horizon temporel pour ce portefeuille, court, moyen et long terme ;
- Vos considérations fiscales ;
- Vos préférences, exemple : qui détient quoi (personnel, REER, corporation, etc ;
- Un bilan des actifs et des passifs peut également être joint en annexe ;

Exemple

Détaillez votre situation actuelle en (\$ et en %)

	Personnel	REER	Total \$	%	Rendement espéré
Encaisse	50 000	5 000	55 000	6 %	2,50 %
Obligations	250 000	50 000	300 000	35 %	4,50 %
Actions canadiennes	200 000	100 000	300 000	35 %	8,50 %
Actions étrangères	100 000	100 000	200 000	24 %	8,50 %
Autres					
	600 000 \$	255 000 \$	855 000 \$		6,75 %

Nouvelle répartition plus efficace en tenant compte de la fiscalité : qui détient quoi (\$ et en %) pour chaque portefeuille

	Personnel	REER	Total \$	%	Rendement espéré
Encaisse	50 000	5 000	55 000	6 %	2,50 %
Obligations	50 000	250 000	300 000	35 %	4,50 %
Actions canadiennes	300 000		300 000	35 %	8,50 %
Actions étrangères	200 000		200 000	24 %	8,50 %
Autres					
	600 000 \$	255 000 \$	855 000 \$		6,75 %

6,75 % représente le rendement espéré du portefeuille global à long terme. Même si les hypothèses d'une rentabilité fixe ne sont pas réalistes, elles nous permettent de mesurer l'importance d'une forte interdépendance entre le rendement d'un portefeuille et l'inflation. L'inflation a un impact sur l'équilibre du niveau des dépenses de l'individu qui sert de base au calcul du flux monétaire

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 *Portrait des risques*

un outil convivial de prévention des accidents du travail sur le Web !

Pour favoriser la prise en charge de la santé et de la sécurité au quotidien, la CSST offre aux employeurs, travailleurs et partenaires en santé et sécurité du travail le *Portrait des risques*, via son site Web.



www.csst.qc.ca/portrait

Le *Portrait des risques* identifie les principaux risques de lésions professionnelles liés à un secteur d'activité. Une fois les risques connus, il est plus facile d'orienter les efforts en matière de prévention et d'en retirer des avantages tant sur le plan humain que sur le plan financier.

La prise en charge de la santé et de la sécurité du travail constitue le fondement d'une bonne démarche de prévention.



Mais pour assurer un milieu de travail sécuritaire, il est primordial de connaître les risques qu'il comporte et les solutions appropriées pour les éliminer.

Vous trouverez dans le *Portrait des risques* :

- les risques basés sur les accidents et les maladies du travail, avec jours d'absence, reconnus par la CSST.
- une section particulière qui renseigne sur les accidents et les maladies ayant entraîné le décès de travailleurs.
- des innovations en matière de santé et de sécurité, que l'on doit à l'ingéniosité d'entreprises québécoises. Elles permettent de réduire, voire même d'éliminer certains risques présents dans un milieu de travail.

***Allez-y, cliquez...
et découvrez votre portrait !***

CSST La prévention,
j'y travaille!



L'informateur



AH... LA CRISE ÉCONOMIQUE

En temps normal, le commerce au détail, tout comme plusieurs autres secteurs d'activités, connaît une croissance presque constante au niveau des pertes causées par la malhonnêteté.

Avec les difficultés économiques actuelles, qui ont maintenant atteint une ampleur mondiale, plusieurs facteurs économiques nous indiquent des hausses importantes aux niveaux des restructurations d'entreprises, des mises à pieds et des fermetures de commerces et d'entreprises. Ces éléments auront évidemment des effets directs sur les revenus familiaux qui pourraient connaître des baisses importantes pour les prochaines années.

De ce fait, il est certain que la situation stable, que vivaient des milliers de personnes avant que l'économie commence à flancher, est aussi en train de changer. Nul ne peut prévoir comment chaque individu réagit lorsque la réalité économique actuelle frappe à sa porte. Certains se retourneront vers les institutions financières, des amis ou des membres de leur familles, afin d'obtenir les sommes nécessaires pour combler leur budget. Par contre, d'autres personnes, se tourneront vers le travail et le marché au noir et pourraient même être dans une position telle que même leur sens du bien et du mal se verra mis à

l'épreuve. Ils pourraient donc se laisser tenter par des comportements criminels afin de se procurer ce qu'ils auraient normalement acquis légalement.

COMPOTEMENTS CRIMINELS INNÉS OU ACQUIS ?

Plusieurs spécialistes en matières de comportements criminels, s'entendent pour dire que, nul ne vient au monde avec des comportements criminels. Le comportement des personnes qui nous entourent, dès notre jeune enfance, nous influence tout au long de notre vie. Ainsi, certaines personnes deviendront des criminels par affiliations, alors que d'autres choisiront librement de le devenir.

Il existe une autre catégorie de criminels et c'est précisément celle-ci que les entreprises et les commerçants devront surveiller d'avantage. Ces personnes, ont pour la plupart été honnêtes toutes leurs vie, mais suite à des événements difficiles qui leurs ont causés des chocs émotionnels importants ou des pertes financières importantes, opteront pour des comportements criminels afin de subvenir, eux aussi, à leurs besoins.

La crise économique actuelle aura donc un lien direct avec l'augmentation des crimes causés par ces personnes.



Il ne faut tout de même pas généraliser car ce n'est pas tous ceux et celles qui, suite à une perte d'emploi, s'attaqueront aux commerces afin de voler leur épicerie de la semaine ou de se procurer la toute dernière génération de lecteur MP3 sans payer.

Il s'agit simplement de comprendre que l'image des criminels auxquels les commerçants et les entreprises ont eu affaires depuis plusieurs années, risque elle aussi de changer.

EN CONCLUSION

Il ne faut donc pas réduire notre vigilance ou les budgets reliés à la prévention, mais plutôt continuer de garder l'œil ouvert. Après tout, un œil attentif en vaut deux!

Pour plus d'informations, nous vous invitons à communiquer avec nous au 1-800-842-1911 ou info@vcsinvestigation.com

VOS GOBEUSES ONT BESOIN DE RENFORT ?



Vos récupératrices de contenants « CONSIGNÉE QUÉBEC » ne lisent pas les codes UPC, et traînent toujours dans les parages ? Voilà l'occasion rêvée de corriger la situation alors que BGE vous offre son coup de pouce financier de 3 000 \$ pour chaque remplacement de récupératrice sans lecteur de code UPC.*

N'attendez plus pour...

- simplifier la vie de vos clients
- offrir un service plus efficace
- économiser et profiter de récupératrices de pointe

* L'aide financière proposée doit servir à l'achat de récupératrices de contenants « CONSIGNÉE QUÉBEC » de bière et de boissons gazeuses dotées de fonctionnalités particulières. Pour plus de détails, communiquez avec nous au numéro ci-dessous ou adressez-vous au fournisseur de récupératrice de votre choix.

Appelez maintenant au 1 877 CANETTE

 **CONSIGNaction**
RAPPORTER,
ÉCOLOGIQUEMENT
BRILLANT

RECYC-QUÉBEC
Québec 

PROGRAMME NATIONAL DE BOURSES 2009

CANADIAN FEDERATION OF INDEPENDENT GROCERS • FÉDÉRATION CANADIENNE DES ÉPICIERS INDÉPENDANTS



**IL Y A DES CENTAINES DE
POSSIBILITÉS DE CARRIÈRE
DANS LE DOMAINE DE
L'ALIMENTATION.
AIDEZ LES ÉTUDIANTS
DE VOTRE COMMUNAUTÉ
À LES DÉCOUVRIR!**



Encouragez les étudiants de votre communauté à s'inscrire pour
courrir la chance de gagner une des 13 BOURSES DISPONIBLES!
Chaque inscription doit être parrainée par un membre de la FCEI ou de l'A.D.A.
Pour plus d'information ou pour commander des affiches et des formulaires
d'inscription, contactez-nous au

1.800.661.2344, poste 227 ou visitez notre site web au:

WWW.CFIG.CA.

**DATE LIMITE
31 MAI**

Passer la barre des six années

Des recherches réalisées récemment par le Conseil canadien de l'industrie de l'alimentation ont relevé dans le secteur de l'alimentation au détail une tendance intéressante concernant la durée d'occupation de leur poste par les employés. Une enquête basée sur 250 000 employés du pays révélait ainsi qu'en moyenne, 32 % des employés travaillent chez leur courant employeur depuis moins d'un an, 30 % de 1 à 5 ans et 24 % depuis plus de 10 ans. Les employés travaillant dans le même magasin depuis 6 à 10 ans constituaient une statistique étonnante, puisqu'ils représentaient seulement 11 % des effectifs! Il s'agit d'une différence remarquable, par rapport à la répartition à peu près égale des autres catégories.

Que peut causer ce creux significatif? On pense immédiatement aux étudiants, qui peuvent exercer au magasin un emploi à temps partiel offrant une flexibilité certaine pendant la durée de leurs études, pour ensuite poursuivre leur quête professionnelle ailleurs. L'industrie de l'alimentation au détail fait-elle tout ce qu'elle peut pour communiquer avec ces employés et les aider à reconnaître les nombreuses opportunités qui leur sont offertes d'appliquer leurs connaissances, ici même? L'alimentation au détail englobe bien des domaines : comptabilité, études commerciales, marketing, design d'intérieur, pharmacie, études culinaires, nutrition – pour ne citer qu'eux. Pourtant, nos employés étudiants choisissent rarement d'y faire carrière.

L'employé qui n'a aucune idée de l'évolution possible ou à venir constitue un autre facteur contributif. Il peut s'agir de l'employé qui n'a pas encore obtenu le poste à temps plein qui lui échappe ou un quart de travail plus intéressant. Ou encore dont l'expérience et l'expertise l'amènent régulièrement à former et à servir de mentor aux nouveaux employés, alors qu'il ne reçoit rien de significatif en retour pour cela. Cela peut être aussi le fait que personne n'a pris le temps de vérifier s'il serait intéressé par un rôle de supervision, qu'aucun cadre n'a pris la peine d'effectuer une évaluation de rendement formelle dernièrement puisqu'il travaille bien depuis 5 ans, le prenant pour acquis. Alors, peut-être que cet employé a finalement décidé d'accepter un emploi à quelques pas de là, pour 50 sous de plus par heure ou un meilleur quart, ou qu'il va tenter sa

chance chez Gap, car là au moins, il pourra bénéficier d'un rabais sur ses achats de vêtements.

Comme pour les étudiants, la solution dans ce cas consiste simplement à prendre le temps de s'asseoir avec l'employé et l'aider à planifier son évolution professionnelle dans notre secteur. Donnez-lui une idée des perspectives possibles et des délais. Montrez-lui que la contribution qu'il pourrait apporter à votre magasin et à notre industrie vous intéresse et aidez-le à projeter son futur ici.

Ces 11 % devraient attirer l'attention de notre industrie, parce que le groupe des employés dans la catégorie des 6-10 ans devrait constituer le bassin d'où sont puisés les futurs dirigeants. Comme la plupart des autres industries, nous nous apprêtons à pâtir des départs à la retraite de la génération du Baby-boom (dont sont certainement issus une bonne portion de ces 24 % d'employés du groupe des plus de dix ans); il semble aussi de toute évidence que le réservoir pouvant servir de remplacement soit bien maigre. D'autre part, une nouvelle génération de travailleurs commence à percer, dotée d'attentes et de valeurs différentes entourant l'équilibre travail-famille et la fidélité envers l'employeur.

L'industrie canadienne de l'alimentation au détail souffre de son image comme choix de carrière possible. Toutefois, en plus de porter un soin méticuleux aux messages communiqués vers l'extérieur, aux recrues potentielles, aux écoles, aux groupes d'employés et au grand public; nous devons aussi nous garder d'oublier nos propres employés! Les recherches du CCIA ont révélé une grande vulnérabilité dans le groupe des 6-10 ans, qui devrait rappeler aux cadres et aux exploitants l'importance d'investir un peu de temps supplémentaire pour aider les employés très prometteurs et très performants de ce groupe à passer la barre des six années. Pour y arriver, il suffit juste de leur accorder un peu de temps et de les aider à planifier les prochaines étapes de leur carrière dans votre entreprise.

Cheryl Paradowski

Directrice générale

Le Conseil canadien de l'industrie de l'alimentation

Tel: 416-675-3115/1-888-675-3115

www.cfic-ccia.ca

Montrez-lui que la contribution qu'il pourrait apporter à votre magasin et à notre industrie vous intéresse et aidez-le à projeter son futur ici.



Tables de concertation agroalimentaire du Québec

Un succès pour la campagne promotionnelle « Savourez le saguenay-Lac-Saint-Jean En dégustant les fromages de nos artisans! »

La Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean et ses partenaires, sont particulièrement heureux des résultats de la campagne promotionnelle « *Savourez le Saguenay-Lac-Saint-Jean en dégustant les fromages de nos artisans!* ». Celle-ci s'est déroulée, en collaboration avec treize détaillants et huit fromageries artisanales de la région, du 20 novembre au 31 décembre 2008.

Les objectifs poursuivis pour cette première campagne promotionnelle étaient les suivants :

- valoriser et sensibiliser les consommateurs sur la qualité et la fraîcheur des fromages d'ici;
- découvrir la richesse et la diversité des fromages fabriqués dans la région;
- faire connaître, apprécier et encourager l'achat des fromages régionaux aux acteurs de la filière ainsi qu'aux consommateurs.

C'est donc 162 jours de dégustation, totalisant 1 296 heures, qui ont été réalisés dans le cadre de ce projet. Cette campagne est l'une des plus grandes promotions organisées au Saguenay-Lac-Saint-Jean.

« *Savourez le Saguenay-Lac-Saint-Jean en dégustant les fromages de nos artisans!* » a permis à nos fromageries artisanales de la région de développer des relations d'affaires basées sur une approche de partenariat et de confiance avec nos détaillants du Saguenay-Lac-Saint-Jean, et ce, en réintégrant une position intéressante dans leurs comptoirs. Aussi, cette campagne a donné la possibilité à nos consommateurs d'apprécier la qualité des produits d'ici.

Source et renseignements : M^{me} Stéphanie Jean, directrice générale, Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean



Sur la photo nous pouvons apercevoir : Stéphanie Jean, directrice générale de la Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean, Georges Bouchard, président de l'association des CLD, Sylvie Denis, Directrice régionale MAPAQ, Mario Dallaire, président Table agroalimentaire, Martin Gilbert, propriétaire et représentant des fromageries artisanales de la région du SLSJ, Éric Régner IGA Régner de Métabetchouan et André Dubé Métro Dubé Alma et Delisle représentants des détaillants participants.

Lanaudière

La campagne de promotion des produits locaux « *Goûtez Lanaudière!* » du Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière vient de publier son Répertoire 2009.

À l'intérieur, vous trouverez des informations sur les différents producteurs avec des photos en couleurs de leurs produits et de leur logo afin que les consommateurs puissent facilement les retrouver chez les détaillants.



Une section du répertoire présente une liste des détaillants qui participent à la campagne, que nous remercions ici de leur appui indéfectible et essentiel à une campagne comme la nôtre.

Si vous désirez recevoir une copie de ce répertoire, communiquez avec Martin Plante, coordonnateur de la campagne « *Goûtez Lanaudière!* » à l'adresse mplante@cdbl.ca

Chaudière-Appalaches

Nouveau « Show Gourmand » en Chaudière-Appalaches

Du 27 au 29 novembre derniers, un nouveau « Show Gourmand » s'est tenu au IGA extra St-Pierre et fils de Thetford Mines. Cette activité est une initiative de la Table agroalimentaire de la Chaudière-Appalaches (TACA) avec la collaboration de M. Clément St-Pierre et son équipe.

M. St-Pierre contribue au développement des entreprises régionales : « Encourager les petites entreprises locales permet de valoriser les produits d'ici. D'autant plus que la demande de nos clients ne cesse d'augmenter pour ces produits. »

Durant ces trois jours, le « Show Gourmand » aux Couleurs et Saveurs de la Chaudière-Appalaches a

offert aux consommateurs la possibilité de découvrir les produits de cinq entreprises de la région : *Marquis de l'érable de Saint-Jean de Brébeuf* (produits transformés à l'érable), *Fromagerie du Terroir de Bellechasse de Saint-Vallier* (fromage à griller), *Les Roy de la Pomme et Cidrerie Haut St-Jean de Saint-Jean-de-la-Lande* (cidre de pomme), *La Boucherie Giroux de Saint-Joseph* (saucisses) et *Miel de Beauce de Tring-Jonction*. Tous ces produits sont dorénavant disponibles au IGA Extra St-Pierre et fils de Thetford Mines.

Le « Show Gourmand » vise à établir des relations plus fortes entre les épiceries et les entreprises régionales pour mieux répondre aux attentes des consommateurs. « Les consommateurs se renseignent de plus en plus sur la provenance des aliments qu'ils consomment. Ils veulent connaître le producteur ou l'entrepreneur, ses méthodes de fabrication, la traçabilité de l'aliment, etc. » nous explique Elphège Roy propriétaire de *Les Roy de la Pomme et Cidrerie Haut St-Jean*.

Cette activité était le septième « Show Gourmand » dans la Chaudière-Appalaches. Le ministre de l'agriculture et de l'alimentation, et député de Frontenac, monsieur Laurent Lessard a profité de l'événement pour réaffirmer combien il est important que les consommateurs mettent le Québec dans leur assiette.



De gauches à droites : Kevin Giroux, Saucisses Giroux, Marquis Doyon, Marquis de l'Érable, Jimmy St-Pierre, IGA St-Pierre et fils, Annette Jacques, Miel-de-Beauce, Elphège Roy, Roy de la pomme et Cidrerie Haut St-Jean

Laurentides

Une campagne de promotion pour mettre nos produits en vedette (2^e édition)

Suite au succès de la campagne Laurentides, j'en mange! en 2007-2008, la Table de concertation agroalimentaire des Laurentides (TCAL) et ses partenaires ont décidé de poursuivre la promotion jusqu'en 2010. Cette dernière sera en lien avec les efforts du Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) sous l'égide de « Mettez le Québec dans votre assiette! » ainsi que les efforts de notoriété du logo Aliments du Québec à travers la province. Ainsi, pour les deux prochaines années, les partenaires de la campagne permettront à la région d'investir plus de 320 000 \$ pour promouvoir et stimuler l'achat de produits régionaux en épicerie.

La nouvelle campagne Laurentides, j'en mange! se déroulera sur 6 périodes de promotion avec concours dans les épiceries, s'étalant de mars 2009 à juin 2010. Bien que l'affichage en magasin et sur le site web (Laurentidesjenmange.com) seront en permanence pour les produits des entreprises participantes, qui doivent obligatoirement être membre d'Aliments du Québec, la promotion sera accentuée lors des périodes ciblées. En effet, les épiceries profiteront de campagnes médiatiques et conférences de presse pour encourager les consommateurs à fréquenter leurs commerces et à sélectionner les produits des Laurentides! De plus, de l'animation est prévue chez les épiceries sous forme de dégustations par un chef professionnel. Aussi, des fiches recettes en couleur seront développées avec les produits des Laurentides par des chefs cuisiniers professionnels et seront distribuées exclusivement en épicerie.

Puisque nous sommes présentement en recrutement, si vous désirez plus d'informations concernant la campagne, nous vous invitons à communiquer avec Lucie Therrien au (450) 476-9595 poste 233.

LAURENTIDES, J'EN MANGE!...
POUR LES ÉPICIERIS AYANT LES LAURENTIDES À COEUR!





Le plus important
salon international
de l'alimentation
au Canada !

**Avec le SIAL Montréal,
restez à l'heure des
tendances du marché
en Amérique du Nord !**

Marquez les dates dans votre agenda:

1-3 AVRIL 2009

PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL

Rencontrez plus de 550 exposants venus du monde entier. Restez à l'affût des tendances de l'industrie. Augmentez votre réseau de fournisseurs. Trouvez des idées qui sauront vous différencier de vos concurrents.

Inscrivez-vous en ligne :

www.sialmontreal.com

Ajouter code : SIAL10

MÊME DATE
MÊME LIEU

Set
Canada

