

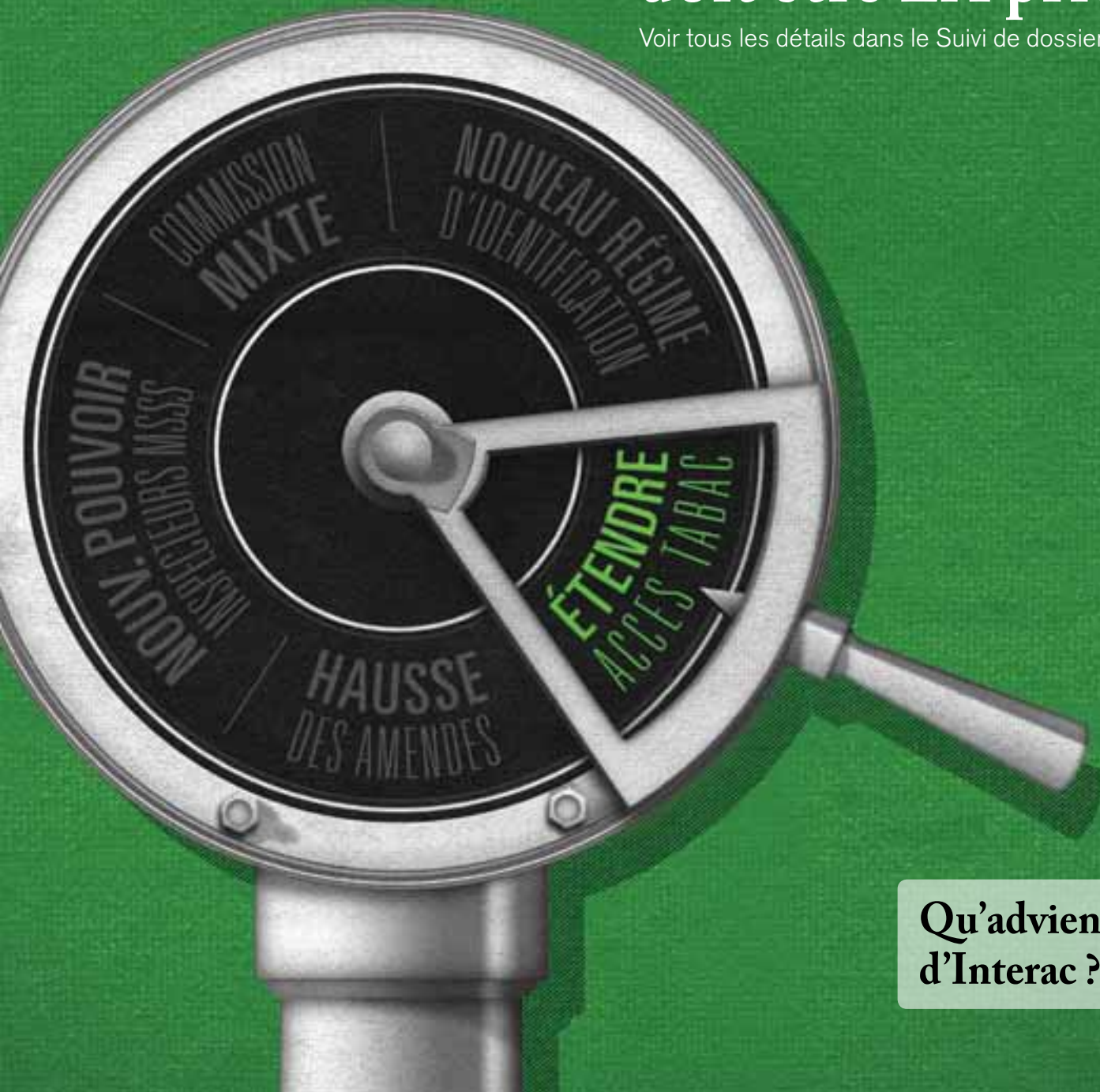
RADAR

Association des détaillants en alimentation du Québec

C O N T R E B A N D E :

Étendre ACCES tabac doit être LA priorité

Voir tous les détails dans le Suivi de dossiers en page 6



Qu'advient-il
d'Interac ? page 9

SOMMAIRE

- 3 Mot du président du conseil
- 3 Mot du président-directeur général
- 4 Section membres-fournisseurs
 - Invitation au cocktail dînatoire

6-11 SUIVI DE DOSSIERS :

- 6 **Budget**
 - Provincial
 - Fédéral
- 8 **Contrebande de tabac**
 - Étendre ACCES tabac doit être LA priorité



- 9 **Mode de paiement**
 - Examen du système de paiement : qu'advient-il d'Interac?
- 10 **Agroalimentaire**
 - Livre vert : Report de l'adoption de la politique
- 10 **Alcool**
 - Vin d'épicerie : « À bas les préjugés »
 - Monopole de la SAQ et complémentarité!
- 14-16 **ENJEUX :**
- 14 ■ Généralistes « alimentaires » : Un vent de changement
- 15 ■ Communication avec votre clientèle : en faites-vous assez?
- 16 ■ Gestion des matières organiques
- 17 **Temple de la renommée de l'A.D.A.**
 - Nomination Sobey's
- 18 **Chronique RH**
 - Parlons formation
- 20 **Chronique prévention**
 - Tenir un comptoir de loterie : ça n'a rien d'un jeu
- 24 **Chronique placement**
 - La préservation du patrimoine : une responsabilité partagée
- 27 **L'actualité des TCAQ**



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

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

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

300, rue Léo-Pariseau, bureau 1100
Montréal (Québec) H2X 4C1

Téléphone : (514) 982-0104 1 (800) 363-3923
Télécopieur : (514) 849-3021 info@adaq.qc.ca

www.adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec
ISSN : 1708-4776



Éditeur

Florent Gravel
fgravel@adaq.qc.ca

Comité de rédaction

Mathieu Fraser
mfraser@adaq.qc.ca
Pierre-Alexandre Blouin
pblouin@adaq.qc.ca

Conception, infographie

IntraMédia
Hélène Ouellet
houellet@datamark.ca

Correction d'épreuves

Traduction mÉMOTS
traductions@memots.com

Illustration

Jacques Laplante
jacques@jacqueslaplante.com

Impression

IntraMédia

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Comité exécutif

Daniel Choquette, *Président*
Dominic Arsenaault, *Vice-président*
André Forget, *Trésorier*
Michel Dépatie, *Secrétaire*

Administrateurs

Caroline Bouchard
Marcel Clermont
Jonathan Champagne
Bruno Desrochers
Jacques Falardeau
Mario Sauvé
Yan Gladu
Christian St-Jacques
Caroline Leduc
Ginette Reid
Jean-François Marcoux

PERMANENCE DE L'A.D.A.

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



Daniel Choquette
Provigo Marieville

Président du conseil

Pour développer l'A.D.A. : Penser à demain

Amis et collègues,

Si j'ai accepté la présidence de l'A.D.A., c'est d'abord et avant tout parce que je crois sincèrement qu'il s'agit du véhicule dont nous, les détaillants, avons besoin pour défendre nos intérêts. Toutefois, comme chaque organisation, l'A.D.A. doit évoluer et se redéfinir pour continuer d'être en mesure de remplir pleinement son rôle. C'est dans cette optique que nous avons tenu une consultation stratégique le 22 février dernier. Le but était d'adopter les orientations stratégiques de l'organisation pour les 3 à 5 prochaines années et, pour ce faire, nous avons choisi d'intégrer les membres-fournisseurs à cet important processus. Quel est l'état de la situation actuelle? Quels sont les enjeux auxquels nous devons faire face? Quelle est la vision de l'Association pour le futur? Quelles sont les priorités en matière de services offerts et de démarches politiques? Bref, pour développer l'A.D.A., il fallait penser à demain.

Situation actuelle et enjeux

Sans être alarmistes, nous devons admettre que le modèle d'affaires des détaillants propriétaires n'est plus aussi prédominant qu'il y a plusieurs années. Cela a un impact direct sur la capacité de l'Association à maintenir ses activités puisque les revenus tirés des cotisations ne sont plus aussi considérables. Néanmoins, l'A.D.A. a su rester ancrée sur les préoccupations de ses membres, ce qui en fait un acteur incontournable dans l'industrie. Nous sommes régulièrement invités en commission parlementaire et les gens sont nombreux à participer à nos activités (congrès, golf, cocktails, etc.). Bref, l'A.D.A. se débrouille très bien, et ce, avec peu d'argent. Imaginez si, demain, nous avions les moyens de nos ambitions.

Une vision : la communication

L'A.D.A. doit continuer d'être reconnue comme l'association de référence des détaillants en alimentation du Québec. Mais comment? Eh bien, en premier lieu, il faut qu'on y croie et qu'on agisse tous ensemble par l'entremise des comités régionaux. Il faut s'activer, se réseauter et mobiliser les entreprises de notre secteur afin qu'ils participent à nos activités (sociales ou politiques). Il ne fait plus de doute que la clé de notre développement passe par une amélioration de la communication entre membres-détaillants et fournisseurs. Pour ce faire, vous pouvez compter sur le soutien de l'équipe permanente de l'A.D.A., mais sachez que tout part de nous (les détaillants).

Priorités : les dossiers

Pour les prochains mois, voire les prochaines années, les dossiers sont nombreux et les enjeux de taille. Que ce soit le prix du lait ou de la bière, les frais transactionnels, la consigne, les revenus sur la loterie, la contrebande de tabac, la promotion des Aliments du Québec, etc. tous ces dossiers sont des priorités.

Leurs résolutions passent par les différentes rencontres que nous avons avec le ministre Corbeil, le président de l'UPA Marcel Groleau, notre association avec le CFG, la relation ô combien importante avec les Aliments du Québec, notre partenariat avec nos distributeurs respectifs et nos membres-fournisseurs.

Bref, pour assurer le développement de notre industrie, l'A.D.A. pense déjà à demain et s'active sans relâche pour défendre nos intérêts auprès de l'ensemble des acteurs de l'industrie alimentaire.



Florent Gravel

Président-directeur général

Loto-Québec : Un vrai partenaire ou un nouveau compétiteur ?

À l'automne dernier quelle ne fut pas notre surprise d'apprendre, via les journaux, que Loto-Québec se lançait dans la vente de produits en ligne.

Nous avons aussitôt sollicité un entretien avec eux afin d'obtenir réponse à nos questions. Lors de cette rencontre, le comité petite surface, sous la présidence de M. André Forget, a proposé des pistes de solutions aux représentants de Loto-Québec.

Dernièrement, nous avons reçu plusieurs appels de détaillants, très insultés de voir que Loto-Québec faisait de la publicité sur la loterie *Mise au Jeu* dans leur magasin.

En agissant de cette façon, Loto-Québec a manqué d'éthique à votre égard! Loto-Québec a toujours mentionné que les détaillants étaient au cœur de sa « business »; maintenant Loto-Québec a vraiment la possibilité d'en faire la preuve.

Oui, pour nos membres de petites surfaces, la vente de billets de loteries est une part importante de leur chiffre

d'affaires, bien que la marge de profit ne rencontre pas nos attentes. Toutefois, nous espérons qu'avec la venue de ce nouveau mode de vente, Loto-Québec inclura ses vrais partenaires, les détaillants, à cette nouvelle réalité qu'est la vente en ligne, tout comme elle l'a fait avec la loterie *Lotomatique* qui est vendue par les OSBL.

Nos détaillants, leurs meilleurs vendeurs, se feront sûrement un plaisir de vendre cette nouvelle forme de loterie s'ils y voient un avantage pécunier. Cette petite délicatesse de la part de Loto-Québec démontrerait aux détaillants qu'ils sont un rouage important dans la vente de produits de loterie non seulement aujourd'hui, mais aussi demain avec tout nouveau développement de produits que Loto-Québec pourrait mettre en marché.



Dans le
cadre du
SIAL Canada
au Palais des congrès

la section membres-fournisseurs
vous invite à son cocktail dînatoire.

conférences

réseautage

liens d'affaires

discussions

social

Cocktail dînatoire

10

mai

(en soirée) Détails à venir





toujours le bon choix!

www.toujourslebonchoix.com



Détaillants en alimentation, vous savez que les consommateurs d'ici sont de plus en plus nombreux à opter pour les aliments du Québec! **Plus de 14 000 produits** affichent déjà les logos Aliments du Québec et Aliments préparés au Québec et l'industrie innove sans cesse pour offrir de nouveaux produits tout au long de l'année.

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

Chantal Fontaine

Québec

SUMI DE DOSSIERS

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.



Budget provincial 2012-2013

Tout en continuité

Le 20 mars dernier, le ministre des Finances, M. Raymond Bachand, a déposé un budget qui s'inscrit plutôt dans une continuité. Sur un total de 71 G\$ de dépenses, vous ne serez pas étonnés d'apprendre que la part du lion revient à la santé (30,1 G\$) et à l'éducation (16 G\$). Mais qu'advient-il des dossiers qui vous préoccupent à titre de détaillants en alimentation? En voici un survol rapide.



Québec

Permis d'alcool

Le gouvernement effectuera des modifications à la Loi sur les permis d'alcool. Malheureusement, pour les détaillants, seul les restaurateurs seront touchés par ces modifications.

Évasion fiscale : Contrebande de tabac

12,7 M\$

3 347 M\$, c'est l'objectif de récupération fiscale – toute catégorie confondue – que fixe le gouvernement à Revenu Québec uniquement pour l'année 2012-2013.



Avec un objectif aussi ambitieux, le ministre Bachand ne peut fermer les yeux sur les millions de dollars perdus aux mains des contrebandiers de tabac (estimée à 225 M\$ en 2010). Ainsi, Québec a décidé de donner suite à 8 des 15 recommandations de la Commission des finances publiques portant sur l'étude des mesures pour contrer la contrebande de tabac. En 2012-2013, le ministère des Finances accordera 12,7 M\$ au programme ACCES tabac, une bonification de 1,6 M\$ par rapport à 2011-2012. Au total, les investissements relatifs à la lutte contre l'évasion fiscale représentent 62,3 M\$ (tous programmes confondus).

Aliments du Québec

15 M\$

Bonne nouvelle, le gouvernement a décidé d'accorder 5 M\$ pour les trois prochaines années afin de poursuivre les efforts de mise en valeur des Aliments du Québec. Il s'agit d'un investissement majeur dont on ne peut nier les effets bénéfiques sur le développement régional. De ce montant, 4 M\$ serviront à soutenir la stratégie nationale d'Aliments du Québec et 1 M\$ serviront au développement des initiatives permettant de donner une saveur locale et régionale à la Stratégie d'accroissement des achats de produits alimentaires québécois. Voilà un geste significatif du gouvernement qui reconnaît ainsi l'importance de promouvoir l'alimentation québécoise.



Exportation

3 M\$

En appui au secteur bioalimentaire, le budget prévoit l'octroi de crédits additionnels de 1 M\$ par année pendant 3 ans au ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation. Cet argent devra servir à faire connaître les produits québécois à l'étranger et devra s'inscrire dans le cadre d'une stratégie développée par Export Québec en collaboration avec le MAPAQ.

Prestation de services aux entreprises

3 M\$

1 M\$ par année pendant 3 ans seront octroyés au Secrétariat du Conseil du trésor (Service Québec) afin d'améliorer la prestation de services électroniques aux entreprises. Cet investissement permettra de procéder à l'arrimage des informations des différents portails du gouvernement du Québec (clicSÉQUIR, Registraire des entreprises, etc.), d'améliorer les services, de faciliter les changements d'adresse et les dépôts de pièces justificatives, etc.

RVER

10,5 M\$

C'est confirmé, à partir de janvier 2013 les entreprises de plus de 5 employés auront deux ans pour offrir à leur personnel de s'inscrire à un régime volontaire d'épargne-retraite (RVER). Rappelons que cette mesure avait été annoncée dans le dernier budget, mais que le gouvernement avait choisi de se donner le temps d'élaborer sa mise en application. Le ministre prévoit 10,5 M\$ sur 3 ans pour l'implantation d'une telle mesure. L'A.D.A. est consciente de l'enjeu que représente le vieillissement de la population et adhère pleinement au fait qu'il faut inciter les travailleurs à économiser davantage en prévision de leur retraite. Toutefois, nous déplorons le fait que, d'un côté le gouvernement affirme vouloir diminuer le fardeau réglementaire et administratif des PME, et d'un autre côté, qu'il les oblige à coordonner l'implantation de diverses mesures comme le RVER.



Taux de cotisation

2 % en 2015	3 % en 2016
4 % en 2017	

Superman est déjà inscrit
à notre tournoi de golf.

Et vous ?



Information et inscription :

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



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec



22 mai 2012
Club de Golf ELM RIDGE, L'Île-Bizard

TOURNOI GOLF

SUMI DE DOSSIERS

Main-d'œuvre

84 M\$

Pour tenter de remédier à la pénurie de main-d'œuvre, phénomène important dans le secteur alimentaire, le budget du ministre Bachand propose un ensemble de mesures totalisant 84 M\$ pour favoriser la participation active des travailleurs d'expérience. Parmi celles-ci, mentionnons le crédit d'impôt pour encourager les gens à travailler après 65 ans et la réduction de 10 % de la taxe sur la masse salariale des entreprises (privées) qui emploient des travailleurs expérimentés.

PME : TIC

6 M\$

Le gouvernement consacrera 2 M\$/année pour les 3 prochaines années au développement des technologies de l'information et des communications (TIC). Le seul hic, c'est que l'argent est dédié aux entreprises œuvrant dans le domaine manufacturier, de la mode et de l'aérospatial! Qu'advient-il des dépanneurs et des épiceries de ce monde qui pourtant auraient grandement besoin d'un coup de pouce pour leur permettre de rattraper le retard en la matière?



CONTREBANDE DE TABAC

Étendre ACCES tabac doit être LA priorité

Lors des audiences de la Commission des finances publiques en octobre dernier, l'A.D.A. a présenté un mémoire proposant trois mesures concrètes pour lutter contre la contrebande de tabac. Il semble que notre message soit passé puisque, parmi les 15 recommandations retenues par la Commission, deux seront rapidement mises en application par le gouvernement (intégralement ou partiellement). Ces mesures sont les suivantes :

Étendre les escouades spécifiques de lutte à la contrebande à toutes les régions du Québec

Responsabiliser les fumeurs en rendant illégale la possession de cigarettes non identifiées

La contrebande de tabac est un véritable fléau pour les détaillants qui voient dans le travail des escouades (ACCES tabac) un geste concret en faveur de la survie de leur commerce. C'est pourquoi nous saluons la décision du gouvernement de bonifier de 1,6 M\$ le budget du programme ACCES tabac qui totalise maintenant 12,7 M\$ pour l'année 2012-2013. Bien que nous craignons que la somme soit insuffisante afin d'étendre des escouades à l'ensemble du Québec, il s'agit néanmoins d'un pas dans la bonne direction.

Parmi les autres mesures mises de l'avant dans le budget, nous saluons la mise en place d'un nouveau régime d'identification

Canada



Budget fédéral 2012

C'était la frénésie sur la colline parlementaire à Ottawa le 29 mars dernier. Après des mois de suspense, tout le monde attendait de voir à quoi ressemblerait le premier budget du gouvernement majoritaire conservateur. Pour ceux d'entre vous qui n'ont pas eu l'occasion d'en prendre connaissance, voici quelques éléments susceptibles de vous intéresser.

Assurance-emploi

Bonne nouvelle, les cotisations d'assurance-emploi augmenteront moins que prévu initialement. Ainsi, la cotisation payable par les employeurs passera de 2,06 \$/100 \$ de salaire assurable (en 2012) à 2,27 \$ (en 2015).

R.I.P. sou noir : 1908-2012

Après avoir été pointé du doigt depuis longtemps, voilà que le mouton noir de la monnaie canadienne, le sou noir, disparaîtra progressivement de vos caisses enregistreuses.

- 🍁 Fin de la distribution à l'automne 2012
- 🍁 Vous pourrez continuer d'afficher les prix au cent près
- 🍁 Les consommateurs pourront continuer de l'utiliser indéfiniment
- 🍁 Le paiement en espèces devra être arrondi à 5 ¢ près
- 🍁 Les paiements autres qu'en espèces (chèque, carte de débit ou de crédit) continueront d'être arrondis au cent près

Sécurité de la vieillesse

Tel qu'attendu, le gouvernement a présenté une mesure visant à modifier l'âge d'admissibilité au programme de Sécurité de la vieillesse. Conséquemment, l'âge de la retraite passera graduellement de 65 à 67 ans.

Date de naissance	Âge d'admissibilité
Avant le 1 ^{er} avril 1958	65 ans
Entre le 1 ^{er} avril 1958 et le 31 janvier 1962	Entre 65 et 67 ans
Après le 31 janvier 1962	67 ans

** Le gouvernement offrira une pension plus élevée en échange du report des versements (maximum cinq ans)*



des produits du tabac (en vigueur à partir du 1^{er} juillet 2012) ainsi que l'établissement d'un nouveau mécanisme de conservation et de destruction de la preuve. Cela risque de faciliter grandement les travaux d'ACCES tabac.

Dans son budget, le ministre affirme continuer d'étudier l'ensemble des recommandations, ce qui laisse la porte entrouverte. Ainsi, l'A.D.A. entend continuer d'effectuer des représentations afin de convaincre les organismes concernés de la nécessité d'étendre les escouades à l'ensemble du Québec et surtout de les financer adéquatement. Notre objectif n'est pas de minimiser l'importance du travail de fond que représente l'implantation d'autres mesures comme celle proposant la création d'une commission mixte incluant les Premières nations. C'est juste

Une escouade policière manque à l'appel en Outaouais

En mars dernier, la députée de Gatineau (Mme Stéphanie Vallée) a effectué une sortie publique afin de commenter le fait qu'il n'y a toujours pas d'escouade spécifique de lutte contre la contrebande de tabac en Outaouais. Cette dernière affirme avoir entamé des discussions à ce sujet avec le commandant régional de la SQ, M. Stéphane Raymond.

L'A.D.A. a manifesté son soutien à la députée Vallée et doit la rencontrer sous peu afin de la soutenir dans ses démarches. Comme cette dernière, l'A.D.A. ne comprend pas qu'un important pôle régional tel que Gatineau (ou Sherbrooke, Trois-Rivières, Saguenay, Québec, etc.) ne disposent pas d'une escouade spécifique. C'est d'autant plus étrange que, selon Mme Vallée, le manque de source de financement dédiée à cet effet ne semble pas être un problème en Outaouais.

que l'aboutissement de telles démarches pourrait s'avérer long et ses résultats aléatoires. Ainsi, l'A.D.A. entend appuyer toute initiative visant à prioriser l'action d'étendre ACCES tabac (solution rapide et efficace) comme c'est le cas en Outaouais.

MODE DE PAIEMENT

Examen du système de paiement : qu'advient-il d'Interac ?



Ça y est, le ministre des Finances a finalement accueilli le rapport final du Groupe de travail sur l'examen du système de paiement, le 23 mars dernier, rendant du même coup son contenu accessible à tous. Intitulé « Le Canada à l'ère numérique », ce rapport vient confirmer deux choses :

1. L'industrie du paiement se dirige à vitesse grand V vers le numérique (paiement mobile, sans contact, etc.);
2. Considérant l'infrastructure actuelle du système canadien de paiements, les défis sont nombreux.

Mais pourquoi ce retard dans les modes de paiement? Le rapport avance que le système actuel est dominé par les grandes banques et que leurs intérêts sont mieux servis lorsqu'elles empêchent l'introduction de nouveaux venus. Ainsi, si les consommateurs utilisent encore un système désuet ce n'est pas par choix, mais plutôt par manque d'alternative. À ce sujet, le Groupe de travail avise le ministre Flaherty que, en l'absence d'un milieu concurrentiel sain, le gouvernement doit agir afin de susciter l'émergence d'un système de paiement moderne. Toutefois, que le gouvernement accomplisse pleinement son rôle ou non, il faut s'attendre à ce que le système de paiement change, et ce, dans un avenir très rapproché.

À SUIVRE

Dans les prochains mois, le Tribunal de la concurrence débutera ses auditions au sujet des mesures anticoncurrentielles de Visa et de MasterCard leur conférant une position quasi monopolistique. Nous attendons avec impatience la conclusion de cette démarche qui pourrait avoir un impact majeur sur l'évolution du dossier des frais transactionnels.



Moderne ou pas, ce qui préoccupe d'abord et avant tout les détaillants à l'heure actuelle ce sont les frais usuraires qu'imposent les grandes banques pour les achats effectués par carte de crédit. Étant donné les changements imminents au système de paiement est-ce que les banques accepteront de miser sur Interac ou préféreront-elles un autre mode de paiement lié aux compagnies de crédit? Ainsi, tous se demandent ce qu'il adviendra d'Interac et s'ils pourront continuer de bénéficier d'une option universelle à faible coût.

C'est dans ce contexte que l'A.D.A. a invité ses membres à prendre part à une discussion téléphonique avec des représentants d'Interac. Ils ont été nombreux à participer et l'échange fut très bénéfique.

Nous avons appris qu'Interac étudie présentement la possibilité d'implanter, d'ici 2014, un nouveau système de paiement dit « sans contact » (flash). Les discussions sont toujours en cours et rien n'est confirmé. Néanmoins, Interac sans contact envisagerait de conserver une base de frais de transaction fixe (plutôt qu'un %) et, hypothétiquement, ils pourraient se situer entre 2 et 5 ¢ par transaction. Finalement, Interac n'hésite pas à assurer que leurs frais demeureront toujours moins chers que ceux d'un paiement par carte de crédit, conscient que c'est très apprécié des détaillants.

SUJETS DE DOSSIERS

Les généralistes au système de paiement conjoint!

Croyez-le ou non, certains grands généralistes ont décidé de mettre leur dissension de côté afin d'accélérer le développement d'un mode de paiement numérique moderne. Ainsi, nous apprenions – en mars dernier – que Walmart et Target ont décidé de s'unir pour développer un mode de paiement numérique pour appareil mobile. L'intention est claire : faire concurrence à Google Wallet (principale initiative utilisant la technologie NFC s'étant démarquée). Comme quoi, même les plus grands concurrents ont des affinités à certains moments.

Guichet automatique bancaire

Voici un rappel des tarifs exigibles pour opérer un guichet automatique bancaire privé en vertu de la nouvelle Loi sur les entreprises de services monétaires.

Date d'entrée en vigueur :
1^{er} janvier 2013

Coût du permis :
200 \$ par guichet exploité

Coût du rapport d'habilitation (SQ) :
112 \$ par personne ou entité visée

* Pour plus d'information :
www.lautorite.gc.ca

AGROALIMENTAIRE

Livre vert : Report de l'adoption de la politique

Il fallait s'en douter, l'adoption du Livre vert pour une politique bioalimentaire ne se fera pas avant la prochaine session parlementaire. Force est d'admettre que

les intentions du ministre Corbeil étaient louables, mais la quantité et l'ampleur des dossiers que doit traiter la CAPERN ont fait en sorte que les audiences sur le Livre vert furent constamment repoussées. Le ministre étudie les possibilités d'utiliser un mode de consultation alternatif à la CAPERN, mais pour ce faire, il doit s'entendre avec les partis d'opposition.



En attendant la poursuite des travaux, le ministre a présenté le plan stratégique 2011-2014 du MAPAQ au mois de février dernier. L'A.D.A. se réjouit que ce plan accorde une grande place à la promotion des Aliments du Québec et que cela se traduise par un investissement financier majeur (5 M\$). D'ailleurs, nous adhérons pleinement à l'objectif que s'est fixé le MAPAQ qui désire faciliter l'identification de l'offre des produits du Québec par les consommateurs. En effet, le MAPAQ s'est donné comme objectif que, d'ici 2014, 60 % des consommateurs reconnaissent les produits certifiés : *Aliments du Québec* et *Aliments préparés au Québec*.

Les détaillants propriétaires québécois sont soucieux du développement économique de leur localité et n'hésitent pas à soutenir les produits locaux. C'est pourquoi, a priori, le ministre peut compter sur eux pour l'aider dans l'atteinte de cet objectif pour le moins ambitieux. Toutefois, les intentions du ministre devront se traduire par des gestes concrets.

ALCOOL

Vin d'épicerie : « À bas les préjugés »

En mars dernier, l'émission « L'épicerie » diffusée sur les ondes de Radio-Canada traitait de la vente de vin en épicerie. Fait intéressant, un des segments consistait à demander à des volontaires de goûter trois vins à l'aveugle : le vin le plus vendu en épicerie (Wallaroo à 11 \$ plus taxes), le plus vendu à la SAQ (Merlot Grand Sud à 11 \$ taxes incluses) et un troisième dit haut de gamme vendu exclusivement chez Costco (Cellier 62 à 23,96 \$ plus taxes). Résultat, aucun vin ne s'est démarqué. D'ailleurs, l'épisode en question porte un nom pour le moins évocateur « À bas les préjugés » que vous pouvez consulter à l'adresse suivante : www.tou.tv/l-epicerie/S2011E23.

L'A.D.A. se réjouit qu'une émission dite « grand public » aborde ce sujet puisque trop nombreux sont les consommateurs qui croient encore qu'il y a uniquement de la « piquette » dans les dépanneurs et épiceries. Avec près de 300 variétés de vins dont le prix moyen oscille entre 8 et 14 \$, force est d'admettre que les détaillants ont fait du chemin depuis 1978 (année d'apparition des vins en épicerie).

De plus, l'A.D.A. adhère totalement au propos de Jean Aubry (chroniqueur au journal *Le Devoir*) lorsqu'il affirme qu'il est ridicule de priver les consommateurs de l'information concernant le nom des cépages et la provenance régionale des vins vendus en épicerie. Cette disposition contenue dans le règlement, imposé à tous les titulaires de permis d'épicerie, ne tient pas compte du fait qu'au fil du temps, les consommateurs sont de plus en plus épicuriens tel que le rappelait Martin Ruel notre collègue œnologue et propriétaire de trois IGA à Drummondville. L'A.D.A. se désolé de constater que, basée sur une obscure étude interne, la SAQ affirme que les clients en épicerie ne veulent pas connaître cette information. Comme si les mêmes consommateurs sont stupides lorsqu'ils font leur épicerie chaque semaine, mais deviennent soudainement connaisseurs en franchissant la porte d'une SAQ!

Monopole de la SAQ et complémentarité !

Une étude réalisée par M. Frédéric Laurin (professeur d'économie à l'UQTR) portant sur l'impact financier de la libéralisation partielle de la distribution des vins et alcools au Québec a été dévoilée récemment. Ses principales conclusions : l'introduction de concurrence n'aurait pas comme effet de diminuer les recettes du gouvernement et contribuerait à une baisse des prix.

À la lumière de ces constats, M. Laurin propose d'autoriser de petites boutiques de vin (cavistes) à importer, à distribuer et à vendre librement les vins et alcools au Québec. Il affirme que « ce réseau de cavistes permettrait d'offrir aux consommateurs québécois une plus grande diversité, à des prix plus abordables et un service à la clientèle dynamique et personnalisé favorisant l'essor de la qualité et de la gastronomie au Québec ».

La SAQ a critiqué les résultats de M. Laurin en utilisant l'exemple albertin où le commerce du vin est aujourd'hui entièrement libéralisé et les prix plus élevés. La

SAQ peut bien argumenter comme elle veut, mais une chose est sûre ; sans compétition, les prix ne baisseront pas au Québec.

À l'A.D.A., nous réclamons depuis des années l'amélioration de l'offre et de la qualité des vins hors SAQ. Toutefois, contrairement à M. Laurin, nous croyons qu'il n'est pas nécessaire de modifier le modèle existant. Les détaillants en alimentation sont tout désignés pour accomplir ce rôle. À l'heure actuelle, plusieurs d'entre eux sont disposés à en faire plus et à jouer un rôle similaire à celui que l'auteur accorde aux «cavistes» dans son étude. C'est pourquoi l'A.D.A. croit qu'il vaut mieux miser sur la complémentarité des deux réseaux existant et les utiliser à leur plein potentiel. Après tout, les taxes perçues dans le réseau de l'alimentation servent à financer les services publics au même titre que les profits des succursales de la SAQ.

Pour l'A.D.A., il serait logique et complémentaire que les entreprises régionales ayant de petits volumes aient leur place aux côtés des fromages, charcuteries, boulangeries, etc. dans les allées des détaillants en alimentation.

Prix minimum de la bière : hausse prévue pour le 1^{er} avril

Selon la dernière décision de la Régie des alcools des courses et des jeux (RACJ), il y aura une hausse des prix minimums de la bière en date du 1^{er} avril 2012. En effet, le prix d'une caisse de 24 standard (5 %) passe de 23,85 \$ à 24,54 \$/caisse.

L'A.D.A. n'est pas malheureuse de cette hausse, mais nous espérons qu'elle ne se traduira pas par une augmentation du prix coûtant aux détaillants sans quoi elle n'aura servi strictement à rien.

C'est pourquoi l'A.D.A. garde le cap sur l'interdiction de publicité de prix ; seul moyen de remettre du bon sens dans la mise en marché de ce produit.



Vente de cidre : nouveau règlement provincial

Le gouvernement du Québec a publié un nouveau projet de Règlement sur le cidre et les autres boissons alcooliques à base de pommes. Les modifications proposées au règlement permettront notamment « de distinguer et d'encadrer les productions artisanales et industrielles de cidre afin d'accorder à leurs produits des accès équitables aux différents réseaux de commercialisation ».

Concrètement, le règlement propose l'autorisation de recours à deux autres méthodes de concentration du jus de pomme et l'assouplissement des obligations relatives aux inscriptions sur les contenants. Peu de voix se sont élevées pour s'opposer aux modifications proposées. De son côté, l'A.D.A. ne peut qu'être en accord avec le règlement dans la mesure où il propose un meilleur encadrement de la production de cidre ce qui maximise l'offre de produits de qualité aux clients.

Erratum

Dans notre dernière édition, dans la section portant sur le Temple de la renommée en page 17, nous avons identifié M. Roch Pilon comme étant copropriétaire – Esso Grenville. Or, M. Pilon est plutôt Vice-président exploitation, Proviso corporatif, franchisé, affilié. Toutes nos excuses.

L'information du secteur alimentaire
où vous voulez, comme vous voulez

c'est possible !

..... suivez-nous



+



•



PROGRAMME NATIONAL DE BOURSES 2012

CANADIAN FEDERATION OF INDEPENDENT GROCERS • FÉDÉRATION CANADIENNE DES ÉPICIERIS INDÉPENDANTS



**NOUS AIDONS LES ÉTUDIANTS CANADIENS À
PRÉPARER UNE CARRIÈRE DANS LE SECTEUR DE
L'ÉPICERIE ET DE L'ALIMENTATION**



**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
courir la chance de gagner une des 9 BOURSES DISPONIBLES!
Chaque inscription doit être parrainé 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'inscriptions, contactez nous au

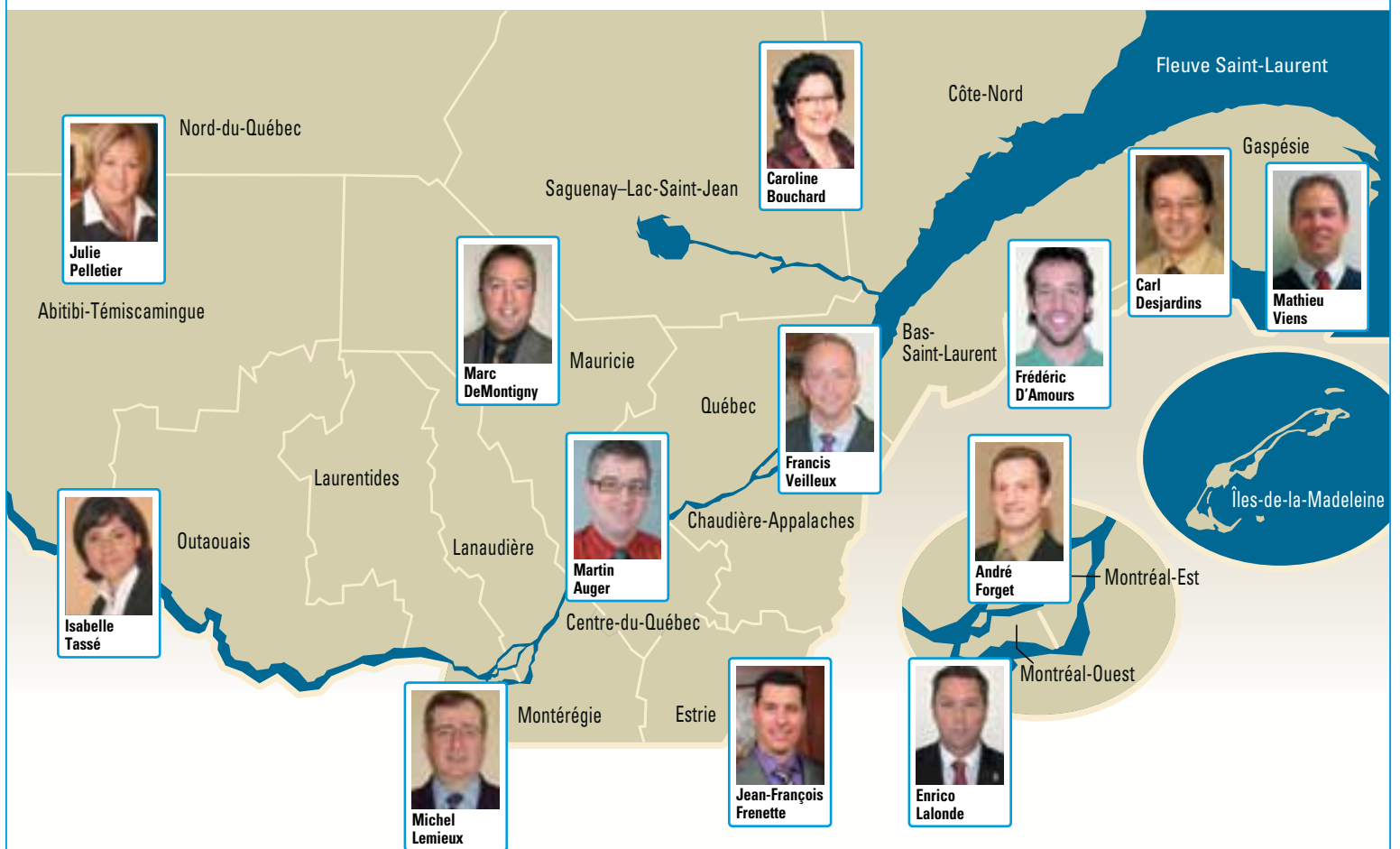
1.800.661.2344, poste 227 ou visitez notre site web au:

WWW.CFIG.CA.



**DATE LIMITE
31 MAI**

Nos présidents régionaux



Pour rejoindre la présidente ou le président de votre région

ESTRIE

Jean-François Frenette
Dépanneur Ultra des Cantons
(Boni-Soir)
450-375-0300
jf@deputra.com
1359, rue Principale
Granby, Québec J2G 8C8

OUTAOUAIS

Isabelle Tassé
Supermarché Tassé (Provigo)
819-568-5545
isabelle@tasse.ca
22, Des Flandres
Gatineau, Québec J8T 4R7

SAGUENAY-LAC ST-JEAN / CÔTE-NORD

Caroline Bouchard
Marché Centre-Ville (AXEP)
418-543-3387
caro.axep@hotmail.com
31, rue Jacques-Cartier Ouest
Chicoutimi, Québec G7J 1E7

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE / NORD-DU-QUÉBEC

Julie Pelletier
IGA Famille Pelletier
819-874-7741
julie@igapelletier.com
1801, 3^e Avenue
Val-d'Or, Québec J9P 5K1

CENTRE-DU-QUÉBEC

Martin Auger
Super Marché Clément (IGA)
819-293-6937
iganicolet@cgocable.ca
2000, boulevard Louis-Frédéric
Nicolet, Québec J3T 1M9

QUÉBEC / CHAUDIÈRE-APPALACHES

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

MAURICIE

Marc DeMontigny
Supermarché R. Fournier inc.
(Metro)
819-376-3028
marc@metrofournier.ca
850, boulevard Thibeau
Trois-Rivières, Québec G8T 7A6

MONTÉRÉGIE

Michel Lemieux
Marché Michel Lemieux inc.
(IGA)
450-658-1831
iga00386michel.lemieux@sobeys.com
450, boulevard Richelieu
Richelieu, Québec J3L 3R8

BAS-ST-LAURENT

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

Carl Desjardins

Alimentation de la Mitis (IGA)
418-775-8915
karldesjardinsiga@hotmail.com
1330, Boulevard Gaboury
Mont-Joli, Québec G5H 4B2

GASPÉSIE

Mathieu Viens
Marché L.V. Ltée (Metro)
418-364-7380
mviens.metro@globetrotter.net
686, boulevard Perron
Carleton-sur-Mer, Québec G0C 1J0

MONTRÉAL-EST

André Forget
Dépanneur Forget (Beau-Soir)
514-493-1230
andre.forget@bellnet.ca
8445, Ontario Est
Montréal, Québec H1L 3E7

MONTRÉAL-OUEST

Enrico Lalonde
IGA Extra, Famille Lalonde
514-620-4443
iga00517e.lalonde@sobeys.com
640, Jacques-Bizard
Montréal, Québec H9C 2H2



**Association
des détaillants
en alimentation
du Québec**

ENJEUX

Généralistes « alimentaires » : Un vent de changement

ALIMENTAIRE?

Cet hiver, les grandes chaînes de magasins généralistes ont multiplié les annonces. Alors que certains font marche arrière, d'autres, au contraire, ouvrent la valve des investissements espérant acquérir des parts de marché.



Au mois de février dernier, le grand patron de Rona (M. Robert Dutton) annonçait qu'il se lançait dans un important processus de réduction de la taille de ses commerces. Ainsi, des 80 *Rona L'Entrepôt*, 10 seront fermés alors que 13 verront leurs tailles réduites de 30 à 50%. Voilà qui démontre que certains généralistes comprennent ce que les détaillants en alimentation ont compris il y a bien longtemps : parfois, l'approche « dans les petits pots, les meilleurs onguents » convient à une offre de service et de produits de qualité.



D'un autre côté, le retrait de la section « alimentaire » des nouveaux prototypes de magasin Canadian Tire démontre clairement leur intention de faire marche arrière et de cesser leur expansion dans le secteur de l'alimentation. Rappelons que, depuis presque trois ans, aussi ironique que cela puisse paraître, il est possible de trouver du lait et des pizzas congelées aux côtés des ensembles de patios et des perceuses électriques dans certains de leurs commerces!



Avec l'annonce, en février dernier, d'un investissement de 750 millions \$ (dont 150 au Québec), nul doute que Walmart a décidé de relâcher les cordons de sa bourse. Cela lui permettra de doubler sa présence en alimentation au Québec avec l'ajout de 14 épiceries complètes. Signe que Walmart ne s'inscrit pas du tout dans la philosophie « dans les petits pots les meilleurs onguents », cet investissement va se traduire par l'ajout d'un petit 4,6 millions de pieds carrés en seulement un an!



De son côté, Target continue de peaufiner sa stratégie d'implantation en sol canadien afin de rentabiliser son investissement de 1,8 milliard de \$ lui permettant d'acquérir les baux de location des magasins Zellers. L'ouverture de leurs commerces au Canada est prévue pour 2013, mais cela ne les empêche pas de tâter le terrain comme ce fut le cas à Toronto. En février dernier, ils ont littéralement créé un « buzz » avec l'ouverture d'une « boutique éphémère » en plein cœur du quartier de la mode. Aussitôt arrivée, aussitôt repartie! Il leur a suffi de quelques heures pour écouler la totalité de leurs stocks (3000 articles) composés de vêtements griffés offerts à des prix variant entre 10 \$ et 40 \$. Les porte-parole de Target ont déjà annoncé que le Québec serait la prochaine cible de leur équipe marketing. Que nous réserve-t-il et est-ce que l'alimentation figurera dans leur stratégie marketing? Seul l'avenir nous le dira.

TARGET® 12 premières adresses québécoises

- Galeries d'Anjou (Anjou)
- Place Alexis Nihon (Montréal)
- Place Portobello (Brossard)
- Place Vertu (Montréal)
- Galeries Gatineau (Gatineau)
- Promenades Saint-Bruno (Saint-Bruno-de-Montarville)
- Galeries Joliette (Joliette)
- Carrefour de l'Estrie (Sherbrooke)
- Galeries Chagnon (Lévis)
- Centre Laurier (Québec)
- Carrefour du Nord (Saint-Jérôme)
- Centre commercial Les Rivières (Trois-Rivières)

Walmart Alimentation

Mieux connu sous le nom de *Supercentre*, l'emplacement des nouveaux Walmart – Alimentation a été dévoilé récemment. Rappelons que l'organisation a confirmé l'été dernier qu'elle laissait tomber l'appellation *Supercentre* au Canada puisque la superficie des nouveaux magasins (comportant des produits alimentaires) ne sera pas comparable aux véritables *Supercentres* américains.

Walmart Alimentation (ACTUELS)

- * Laval (2)
- * Mascouche
- * Saint-Jérôme
- * Saint-Eustache
- * Vaudreuil

Walmart Alimentation (FUTURS)

- * Saint-Léonard (Mtl)
- * LaSalle
- * Brossard
- * Gatineau
- * Trois villes restent à déterminer

Communication avec votre clientèle : en faites-vous assez?

De nos jours, l'attention des consommateurs est sollicitée de toute part. Publisacs médias sociaux, publicités télévisuelles, coupons-rabais (papier et virtuel), site Internet sont autant de moyens de communiquer avec les clients. Comme le secteur de l'alimentation est très concurrentiel, les commerçants sont soucieux d'être le plus efficaces possible dans leurs communications. Ainsi, ils doivent constamment se poser la question à savoir s'ils en font trop ou pas assez.

Une étude portant sur la question et réalisée par la *IBM Institute for Business Value* a été publiée dans le cadre du 101^e congrès annuel de la *National Retail Federation (NRF)*. Il s'agit d'une vaste enquête réalisée en 2011 sur une période de six mois auprès de 28 500 personnes provenant de 15 pays différents.

Plusieurs éléments intéressants sont soulevés dans cette étude. **On y apprend entre autres que 76 % des répondants estiment que les détaillants ne communiquent pas assez souvent avec eux alors que seule-**

ment 24 % affirment être contactés trop fréquemment.

Cela dit, c'est bien beau d'apprendre que, aux dires des consommateurs, les détaillants ne communiquent pas assez avec eux, mais encore faut-il qu'ils sachent quoi dire. Pour ce faire, les détaillants doivent connaître leur clientèle et, fait intéressant, l'étude nous indique également le pourcentage de répondants qui accepterait de dévoiler de l'information :

- 75 % sur leur utilisation des médias sociaux
- 73 % de nature démographique
- 61 % permettant de les identifier tels leurs noms, adresse, etc.
- 59 % sur leurs habitudes de vie
- 56 % sur leur emplacement

Donc, la clientèle est beaucoup moins pudique qu'on serait porté à le croire!

À la lumière de ces résultats, il n'y a qu'une chose à faire... entamer un dialogue.

Mais de quelle façon? Toujours selon la même étude, 71 % des répondants désirent faire leurs achats sur Internet (notamment par l'entremise des applications mobiles). Cela confirme les propos tenus par le conférencier à notre 56^e congrès annuel, Stéphane Hue, selon lesquels le Web représente l'endroit tout désigné pour interagir avec votre clientèle. Saurez-vous vous adapter aux nouvelles façons de consommer de votre clientèle?

ENJEUX

ENVIRONNEMENT

Gestion des matières organiques : exemple d'intégration efficace des ICI

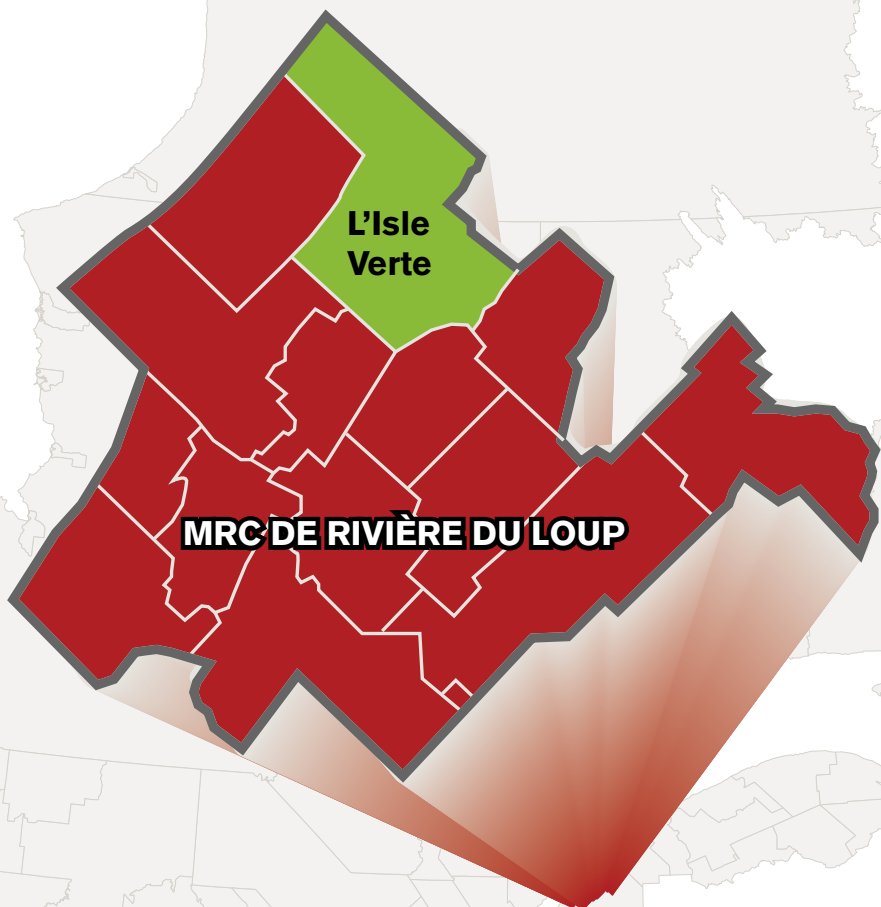
En février dernier, Recyc-Québec a publié un document présentant les « cas à succès municipaux » en ce qui a trait à la gestion des matières organiques. Un coup d'œil rapide suffit pour se rendre compte que les grandes villes n'ont pas de quoi faire la leçon aux municipalités de plus petite taille. C'est le cas de L'Isle-Verte qui, en 2011, a réalisé un excellent bilan dont voici un aperçu :

Performance du programme de gestion des matières organiques (L'Isle-Verte)	
Ménages desservis par la collecte	593 u.o.
Quantité de matières organiques récupérées	97 tonnes/an
Taux de récupération des matières organiques	33,4 %
Émissions de GES évitées (traitement seulement)	47 tonnes éq. CO ₂

Parmi les ingrédients de son succès figure une offre de service efficace et réfléchie auprès des industries, commerces et institution (ICI). En effet, la ville a choisi d'inclure les ICI dans la collecte résidentielle ce qui limite la multiplication des routes de collectes. De plus, le coût des bacs de 240 litres est inclus dans les taxes municipales.

Certes une petite municipalité comme L'Isle-Verte compte peu de ICI ce qui diminue l'ampleur de la tâche et les coûts qui y sont associés. Toutefois, ça ne diminue en rien le leadership dont la municipalité fait preuve à son échelle.

Les ICI (épiceries, usines, hôpitaux, écoles, etc.) génèrent une bonne part des matières organiques d'une municipalité et, règle générale, comme les citoyens, ils sont prêt à faire leur part pour éviter l'enfouissement inutile. Toutefois, les villes doivent faire preuve de leadership afin d'éviter une multiplication des frais de gestion et la mise en place de multiples routes de collectes concurrentes. Il faut arrêter de voir les obstacles et implanter les mesures nécessaires pour atteindre les objectifs.



Région : Bas-Saint-Laurent

Population : 1 432 habitants

Superficie : 112 km²

Densité : 12,8 habitants/km²

Résidences sur le territoire : 593 unités d'occupation au total

- Maisons unifamiliales : 492 u. o.
- Plex (2 à 5 logements) : 33 u. o.
- Multilogements : 40 u. o.
- Résidences isolées : 28 u. o.

Industries, commerces et institutions (ICI) sur le territoire : 35 établissements

GESTION DES MATIÈRES ORGANIQUES

CAS À SUCCÈS MUNICIPAUX

Préparé par Louise Hénault-Éthier, pour le compte de RECYC-QUÉBEC
Février 2012



RECYC-QUÉBEC
Québec



Nomination au Temple de la Renommée A.D.A. 2012



Le suspense est terminé!

L'Association des Épiciers du Bassin Laurentien, qui réunit les détaillants de la bannière IGA, est heureuse de dévoiler le lauréat 2012 du Temple de la renommée de l'A.D.A.. D'un commun accord, ils ont choisi M. Jacques Lacas, propriétaire du IGA Extra Famille Lacas situé à Salaberry-de-Valleyfield.



Chaque année, l'A.D.A. organise un gala des plus prestigieux visant à reconnaître les accomplissements des grands bâtisseurs du secteur de l'alimentation. C'est avec un immense plaisir que nous vous invitons à venir célébrer l'ensemble des nominés 2012 lors de notre 57^e congrès annuel qui aura lieu les **9, 10 et 11 novembre prochain** à La Malbaie.

Soyez des nôtres pour cette soirée de gala mémorable!

◀ **M. Jacques Lacas**

Propriétaire du IGA Extra Famille Lacas
(Salaberry-de-Valleyfield)

* Surveillez le dévoilement des autres nominés dans les prochaines éditions du RADAR.



facebook

L'A.D.A. est sur **Facebook** : Suivez-nous!



S'abonner à notre page Facebook c'est :

- Vous informer sur l'actualité dans le secteur de l'alimentation
- Échanger directement d'enjeux d'actualité avec vos collègues et partenaires de l'industrie
- Faire partie d'une communauté de gens intéressés et intéressants

CHRONIQUE

RESSOURCES HUMAINES

Parlons formation

FORMATION

Dans une société en constante évolution, il est inconcevable de stagner. Que nous le voulions ou non, les choses changent très rapidement, et notre secteur suit le rythme. Il est impératif de s'adapter aux réalités actuelles et aux exigences de demain. Le secteur du commerce de l'alimentation participe pleinement à la course à la modernité, les clients en veulent pour leur argent, leur goût se raffine et les habitudes alimentaires changent.

Pour demeurer dans la course, il est primordial de miser sur votre main-d'œuvre. Reconnaître et cibler le potentiel de vos employés est d'une importance capitale.

Il est dorénavant possible d'offrir des formations adaptées à vos besoins et capacités tant physiques qu'économiques. La tendance actuelle est à la formation en ligne, une forme d'apprentissage qui permet d'offrir des notions de base aux employés qui débutent ou qui souhaitent simplement acquérir de nouvelles connaissances. Ce mode de formation permet également des évaluations afin de mettre en évidence les connaissances acquises et à venir de vos employés.

En plus de développer des formations en ligne, le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation (CSMOCA) vient de concevoir un outil de reconnaissance des compétences pour le métier de

poissonnier. Cet outil, actuellement offert en projet pilote dans la région de Montréal, permet aux poissonniers d'obtenir une reconnaissance de leurs compétences. Tout poissonnier qui désire faire reconnaître ses expériences, connaissances et compétences peut, sur réussite d'un examen théorique puis d'une mise en pratique, obtenir un certificat de qualification pour le métier, émis par Emploi-Québec et reconnu par l'industrie.

Ce même outil sera également en développement pour les métiers suivants :

- boucher;
- boulanger;
- pâtissier.

Si certaines des compétences nécessaires devaient être acquises en tout ou en partie, le CSMOCA offre également le

Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT), une formation adaptée à la réalité de chacun des métiers et offerte sous forme de compagnonnage, où une personne d'expérience transmet ses connaissances à un apprenti. Comme le nom du programme l'indique, ce mode de formation permet de faire l'apprentissage d'un métier en milieu de travail.

Vous avez donc à votre portée trois outils gratuits et faciles d'accès pour valoriser, retenir et reconnaître vos employés

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

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

Nadine Moranville,
CSMOCA





VOTRE ENTREPRISE compte-t-elle
sur les **SERVICES** d'un

POISSONNIER CERTIFIÉ?

VOICI LES AVANTAGES DE LA CERTIFICATION:

- ✓ Offrez un service plus constant et de meilleure qualité
- ✓ Distinguez-vous de votre concurrence
- ✓ Augmentez l'efficacité de vos équipes de travail
- ✓ Motivez et augmentez la rétention de vos employés
- ✓ Augmentez votre rentabilité

Commencez **DÈS AUJOURD'HUI** à tirer
profit **des avantages** de la certification!

Une réalisation de

Commission
des partenaires
du marché du travail
Québec

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

Contactez-nous pour savoir comment vous pouvez
faire reconnaître les compétences de votre poissonnier.

COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE
DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION

1030, RUE BEAUBIEN EST, LOCAL 301
MONTRÉAL (QUÉBEC) H2S 1T4

T 514 499-1598

WWW.CSMOCA.ORG
INFO@CSMOCA.ORG

FRAUDE

Tenir un comptoir de loterie : ça n'a rien d'un jeu

Les fraudeurs sont toujours au travail et tentent sans cesse de commettre des délits. Récemment, la région de la Rive-Sud de Montréal a eu la visite d'un client qui a acheté des billets de loterie *Mise au Jeu* pour des montants très élevés. Il a payé les achats avec des cartes de crédit prépayées et des cartes de crédit sans puce.

Il va de soi que ce genre d'achat est très douteux et surtout inhabituel. Vos employés doivent être sensibilisés et bien informés pour éviter de tomber dans le piège. Il est important de donner des directives claires à tout le personnel sans oublier les employés à temps partiel qui travaillent généralement les soirs et les fins de semaine.

Voici les bonnes pratiques à mettre en place :

- Ne jamais accepter le paiement de loterie par carte de crédit.
- L'achat de loterie doit être payé en argent comptant ou par carte de débit seulement.
- Le paiement doit être complété avant de remettre la marchandise au client.



Portez attention aux indices suivants :

- L'heure d'arrivée du client (un fraudeur va généralement choisir les heures moins achalandées, quelques minutes avant la fermeture du commerce, lorsque le personnel est moins nombreux).

- L'attitude du client est à observer.
- L'achat de montants élevés de loterie par valideuse.
 - Le paiement par carte de crédit sans puce ou par carte de crédit prépayée.
 - Le client sort la ou les cartes de sa poche et non de son portefeuille.
 - Le client achète des articles dispendieux ou en grande quantité tels que des timbres, des produits cosmétiques haut de gamme, des appareils électroniques, etc.

Nous vous rappelons également que vous ne devez jamais accepter un achat de loterie par téléphone. Le client doit être présent pour que vous puissiez vous assurer qu'il est âgé d'au moins dix-huit (18) ans comme l'exige la loi. De plus, le client doit payer son achat avant que les billets lui soient remis.

Sensibilisez vos employés et soyez vigilants pour que vous puissiez identifier rapidement les arnaques et réagir de façon à ce que votre commerce ne soit pas victime de ce type de fraude.

Il va de soi que l'entraide entre marchands est un excellent moyen de prévention. Donc, communiquez les informations aux marchands de votre entourage et demandez-leur de vous rendre le même service. Ensemble, vous pourrez être mieux prémunis contre ce type de fraude et éviter que cela se produise chez vous ou ailleurs.

Si votre commerce est victime de fraude ou de tentative de fraude, informez-nous et nous ferons circuler l'information.

Pour satisfaire les goûts alimentaires de votre clientèle,
offrez-lui ce qu'il y a de mieux :

Le Veau de lait du Québec



Carré de Veau de lait du Québec, sauce poivrade



Clinique Nouveau Départ est une clinique privée qui existe depuis plus de 25 ans, offrant des services d'hébergement de suivi en internes et externes spécialisés pour des personnes aux prises avec des **problèmes d'alcoolisme, de toxicomanie, ou d'autres formes de dépendances.**

- Une approche multidisciplinaire intégrant les aspects médicaux, psychiatriques, pharmacologiques et thérapeutiques pour le traitement des diverses dépendances
- Services et programmes individualisés et personnalisés
- Soutien thérapeutique pour la famille et les proches
- Services de conférenciers, formations
 - Sur les thèmes de la santé mentale, de la toxicomanie et toutes autres formes de dépendances
- Services pour les employeurs et employés
 - Dépistage de drogues et d'alcool
 - Évaluation et diagnostic de l'individu
 - Bilan de santé
 - Tests psychométriques
 - Traitement de la douleur et de la pharmacodépendance
 - Suivi post traumatique (accidents de travail etc.)
 - Vaccinations


CLINIQUE NOUVEAU DÉPART

1110 avenue Beaumont
Ville Mont-Royal (Québec) H3P 3E5
514 521-9023 | 1 888 488-2611
www.cliniquenouveaudepart.com






ELLE A CHANGÉ D'ÉQUIPE 15 FOIS

Chaque fois que tu rapportes tes bouteilles brunes, elles sont soigneusement lavées pour être réutilisées par les brasseurs d'ici. D'une région à une autre, d'une marque à une autre, ce processus peut se répéter jusqu'à 15 fois durant le cycle de vie des bouteilles.

La bouteille brune, un choix intelligent pour l'environnement.
Rends-toi sur facebook.com/recycquebec

RECYC-QUÉBEC
Québec 



**40 jeunes
travailleurs
blessés
chaque jour.**

DCP301-229 (2012-03)

Vous embauchez des jeunes ?

**Donnez-leur une formation
dès la première journée de travail.**

Parce que le Québec a besoin
de tous ses travailleurs
www.jeunesautravail.com



HÉRITAGE

Est-ce que vos enfants sont au courant du montant de votre patrimoine, de la valeur de l'héritage que vous leur laisserez?



La préservation du patrimoine est une valeur qui se transmet à vos enfants et le développement de leurs connaissances financières est primordial pour accomplir cet objectif.

Nous hésitons à parler des questions d'argent avec nos enfants, car souvent on ne sait trop quand ou comment aborder le sujet. Un échange sur une base régulière visant à démystifier le sujet peut aider vos enfants à comprendre les enjeux et à acquérir une maturité à l'égard des questions financières. Vous pouvez les motiver à développer leur potentiel financier. Ces connaissances leur seront utiles autant lorsqu'ils recevront un salaire, qu'un boni ou un héritage. Leur rapport à l'argent dépend des valeurs que vous transmettez.

Comment développer cette responsabilité

PARLEZ D'ARGENT

Établissez la communication avec vos enfants sur cette question. L'influence de leurs amis et des médias leur démontre que la société en est une de consommation. Parlez-leur de l'argent en général et de votre expérience. Votre message doit être communiqué pour clarifier vos valeurs qui ne sont pas nécessairement celles transmises dans les médias ni celles de leurs amis.

Écrivez vos valeurs en ce qui concerne votre argent, par exemple 1) ne pas dépenser plus que l'argent gagné ou 2) en mettre une fraction de côté pour remettre à des fondations ou des œuvres de charité.

Pour faciliter la transmission de son message, un ancien collègue a pensé à des actions concrètes. Il a voyagé en famille dans les pays les moins développés du monde. Aujourd'hui ses enfants ont développé une vision philanthropique et comprennent qu'ils doivent aider les plus démunis.

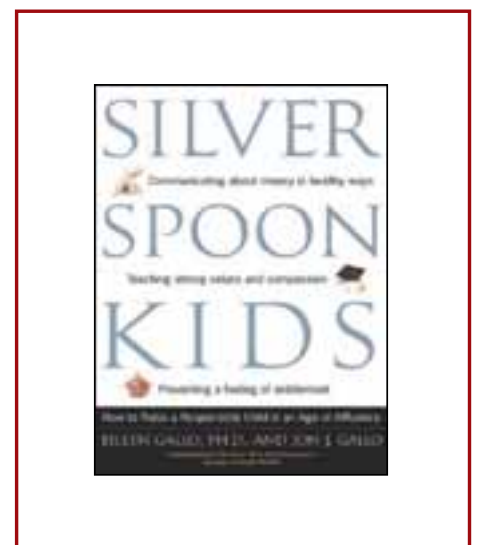
DÉVELOPPER LA CONNAISSANCE FINANCIÈRE DE VOS ENFANTS

Si vous prévoyez laisser un héritage à vos enfants, il faut les préparer. Ils doivent développer l'intérêt et les connaissances pratiques pour la gestion éventuelle qu'ils auront à faire. Au-delà de la sécurité financière qu'un héritage peut apporter, les émotions sont ébranlées. Cet aspect intangible mérite aussi de la préparation. C'est avec vous que vos enfants apprendront comment se préparer.

Une manière éprouvée de préparer les enfants à la gestion de leurs avoirs est de leur verser une allocation hebdomadaire pour leur enseigner vos valeurs. Encouragez-les à diviser cette somme en trois, par exemple : une portion à dépenser, une portion pour l'épargne et une portion à donner. Ainsi, ils apprennent à planifier, ils comprennent la valeur de l'argent. Le fait d'épargner régulièrement leur donne de l'expérience et de la maturité.

ENCOURAGEZ LEUR INDÉPENDANCE

Le livre *Silver Spoon Kids* de Jon Gallo – traduction libre *Enfants à cuillère en argent* :



comment réussir à élever des enfants responsables à l'ère de l'affluence donne des conseils efficaces et des exemples pratiques pour éviter d'avoir des enfants gâtés par l'affluence qui les entoure.

Le plus tôt vous commencez, le mieux ce sera

Faites appel à votre conseiller financier. Fort de son expérience, il sera heureux de recevoir vos enfants pour les aider à établir une pratique de placement et commencer dès maintenant à gérer leurs épargnes. Plus vite ils prendront leur part leur responsabilité financière, mieux ils seront outillés pour le futur.

POUR UNE HISTOIRE SANS FAIM

La Fondation Tirelire est un organisme sans but lucratif qui tous les jours mobilise ses efforts pour combattre la faim. En apportant un soutien financier aux organismes communautaires œuvrant dans l'alimentation, **la fondation encourage l'action collective et les solutions novatrices** qui permettent de soulager la faim chez les plus démunis.

Fondation
Tirelire

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



www.fondationtirelire.com

SIAL 2012

Marché de l'alimentation Nord-Américain

Canada

Montréal

www.sialcanada.com

LE RENDEZ-VOUS DES ACHETEURS NORD-AMÉRICAINS AU CANADA!

> RENCONTREZ TOUTE
L'OFFRE EN UN LIEU

> DÉCOUVREZ DE
NOUVEAUX PRODUITS

> DIFFÉRENCIEZ-VOUS
DE VOS CONCURRENTS

> AUGMENTEZ VOTRE
RÉSEAU DE CONTACTS

INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT SUR WWW.SIALCANADA.COM

9, 10, 11 MAI

2012

PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL

un événement
comexposium
The power to sell

SIAL, une filiale du groupe Comexposium

By
SIAL
GROUP
www.sialgroup.com

set 2012
Canada
Montréal

MÊME DATE, MÊME LIEU !
Le salon national des équipements
pour la distribution alimentaire,
l'hôtellerie et la restauration
www.setcanada.ca

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

Elles sont en majeure partie financées par les centres locaux de développement (CLD), les municipalités (par l'entremise des Conférences régionales des élus), le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), l'Union des producteurs agricoles et quelques autres organismes.

Il existe des Tables dans pratiquement toutes les régions administratives du Québec, couvrant ainsi le territoire québécois presque dans son ensemble.

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



« Le monde de la distribution » au menu des rendez-vous agro annuel des Laurentides

AgroLaurentides a récemment tenu une journée thématique portant sur la distribution alimentaire. Plus de 60 entreprises et une douzaine d'intervenants du milieu ont saisi l'occasion d'en apprendre davantage sur les règles du jeu, les mécanismes opérationnels et les structures de fonctionnement du marché.

De l'introduction aux relations d'affaires avec un intermédiaire, présenté par Sophie Paquin et Sébastien Gariépy (Ros-tra) en passant par une présentation

des clés du succès et pièges à éviter dans un regroupement pour une distribution collective avec Marie-Paule Robichaud (Conseil québécois de la coopération et de la mutualité), les participants en ont eu pour leur argent.

L'élément-clé véhiculé par presque tous les intervenants c'est l'importance de maîtriser ses coûts de revient et, conséquemment, avoir une structure de prix stratégique afin de bien calculer sa marge bénéficiaire. Le message est clair : il ne suffit pas d'avoir un produit beau et original, il faut que les consommateurs l'achètent!

La citation du jour revient à Christian Jamin (propriétaire : IGA Famille Jasmin) : « Si le consommateur en demande, nous trouverons une tablette! »

Agrolaurentides a également profité de l'occasion pour rappeler qu'il prépare le développement d'une force collective en matière de vente, de transport et de distribution permettant de contrer les embûches et maximiser les efforts de chacun. Au cours des prochaines semaines, un inventaire des besoins et des volumes de livraison et de transport sera établi et une stratégie collective sera présentée. Pour plus de détails, n'hésitez pas à les contacter : www.agrolaurentides.qc.ca



Nouveau projet du CDBL

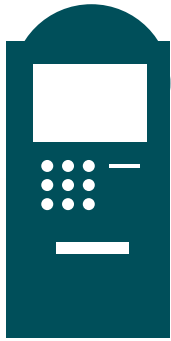
Depuis l'automne dernier, le Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière (CDBL) développe un réseau axé sur la distribution et le transport de produits de ses membres vers les différents points de vente à l'intérieur et à l'extérieur de la région de Lanaudière. Ce réseau vient répondre aux besoins exprimés par les membres du CDBL qui souhaitaient augmenter le nombre de leurs points de vente et les approvisionner plus régulièrement. À ce jour, plus d'une quarantaine de producteurs et transformateurs participent au projet.

Un répertoire des besoins et capacités est maintenant disponible, pour les participants au projet, via l'outil Dropbox. Chaque participant peut ainsi être au courant de ce qui est recherché par les autres. Certains membres peuvent donc offrir de l'espace dans leur camion pour la livraison de produits, tandis que d'autres pourront indiquer qu'ils ont besoin de faire transporter des produits.

Une entente est aussi imminente avec un distributeur régional afin d'optimiser la couverture du territoire, mais également de livrer les produits dans les régions voisines. La possibilité de tarifs spéciaux pour la livraison via un service de messagerie est aussi à l'étude pour les volumes plus petits ou les besoins ponctuels.

Cette initiative viendra répondre aux besoins de nos membres de desservir un nombre de commerces et un territoire toujours plus important, afin de répondre aux demandes de clients bien informés qui souhaitent retrouver des produits de Lanaudière sur leurs tablettes.

Vos appareils seront-ils compatibles avec les nouveaux billets canadiens en **polymère**?



Guichet automatique



Machine distributrice



Compteur de billets



Caisse libre-service



20 \$ à venir vers
la fin de 2012

Communiquez avec votre fournisseur.