

★ ★

Plus de détails en **page 8**.



Point de vue

ENSEMBLE, ENGAGEONS-NOUS!

Vous connaissez tous l'expression « l'union fait la force ». Il s'agit d'une expression vieille comme la lune, mais qui demeure toujours d'actualité et applicable à bon nombre de situations dont celle que vivent actuellement les détaillants en alimentation. S'il est vrai que l'union fait la force, moi je vous dis : ENSEMBLE, ENGAGEONS-NOUS!

Dans un contexte où la concurrence est de plus en plus féroce et provient de partout : ENSEMBLE, ENGAGEONS-NOUS! Si comme moi, vous trouvez que les exigences réglementaires sont de plus en plus un frein au développement de votre entreprise et de votre région : ENSEMBLE, ENGAGEONS-NOUS! Si vous constatez, à regret, que les marges de profit sont devenues tellement minces qu'il est difficile de demeurer compétitif et innovateur : ENSEMBLE, ENGAGEONS-NOUS! Bref, vous aurez compris qu'à l'A.D.A. nous sommes persuadés qu'il est plus pertinent que jamais de nous unir et de travailler ensemble au développement de notre industrie.

Détaillants de toutes bannières confondues, fournisseurs et partenaires de l'industrie de l'alimentation, venez au prochain congrès de l'A.D.A. qui aura lieu les 15, 16 et 17 novembre prochain. C'est l'endroit par excellence pour aborder les nombreux défis de notre industrie et, ensemble, trouver des pistes de solutions.

Cette année, nous avons changé légèrement la formule de l'activité conjointe entre détaillants, fournisseurs et distributeurs de façon à profiter au maximum de l'ensemble du talent et de l'expertise des gens réunis pour l'occasion. Ne manquez pas ça!

Nous espérons que vous serez nombreux. Passez le mot!

Votre président,



Daniel Choquette
Président du conseil

DÉTAILS ET
INSCRIPTION
PAGE 14



S'IMPLIQUER, ÇA RAPPORTE!

Assumer la présidence du Conseil de la promotion de l'agroalimentaire québécois (CPAQ), mieux connu sous l'appellation «Aliments du Québec» a été pour moi une expérience très enrichissante.

Je voudrais remercier les membres du conseil d'administration pour le support qu'ils m'ont accordé durant ces trois belles années. 13 personnes engagées, couvrant la presque totalité du secteur alimentaire, 13 personnes motivées à faire connaître et progresser l'industrie.

Je voudrais aussi remercier Mélanie pour son expertise à la certification des produits, Élizabete pour sa façon de répondre à notre clientèle, Isabelle qui sait très bien aligner nos chiffres, Claudia pour la précision et le doigté à écrire mes textes, sans oublier Marie Beaudry, notre directrice générale, qui a débuté son mandat au même moment où j'accédais à la présidence. Son ardeur au travail, sa vision du futur a permis au CPAQ de connaître une ascension fulgurante durant mon mandat et nul doute que mon successeur, Ghislain Loyer, saura continuer avec beaucoup d'élégance à faire progresser ce beau projet qu'est Aliments du Québec.

Cette fonction m'a aussi permis de faire rayonner l'étoile de l'A.D.A. Ma présence à beaucoup d'activités inhérentes à Aliments du Québec a su créer de nombreux liens privilégiés et des rapprochements importants, autant pour le CPAQ que pour l'A.D.A.

Notre collaboration avec le MAPAQ nous a permis de mettre sur pied notre concours *Les Aliments du Québec, dans mon panier!* qui en est à sa deuxième édition cette année. Ce concours a fait naître une belle synergie avec nos partenaires que sont Metro, Richelieu, IGA/Sobeys, Provigo/Loblaws. Leur support dans la diffusion de l'information aux marchands et la publicité de notre concours dans leurs circulaires respectives démontrent la belle collaboration que nous entretenons tous ensemble.

Ce concours permet aux consommateurs de rechercher les logos *Aliments du Québec* et *Aliments préparés au Québec*, il incite les entreprises à mettre ces derniers sur leurs produits et il institue et renforce la relation d'affaires et de proximité entre les fournisseurs et les détaillants; bref, un match parfait!

Encore une fois merci à tous de m'avoir permis de vivre intensément cette très belle expérience qui est de mettre en évidence sur toutes les tribunes les *aliments du Québec*, qui sont toujours le bon choix et qui se retrouvent en abondance dans mon panier.

N.B. Merci aux 198 détaillants-fournisseurs qui participent à notre concours cette année. Votre implication nous encourage à mettre sur pied de telles initiatives.



Florent Gravel
Président-directeur général





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 ».

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

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

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

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

ÉDITEUR

Florent Gravel
fgravel@adaq.qc.ca

COMITÉ DE RÉDACTION

Mathieu Fraser
mfraser@adaq.qc.ca

Pierre-Alexandre Blouin
pblouin@adaq.qc.ca

DESIGN + DIRECTION ARTISTIQUE

Sylvain Toulouse
sylvaintoulouse.com

CORRECTION D'ÉPREUVES

Traduction méMOTS
traductions@memots.com

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

Daniel Choquette
Président

André Forget
Trésorier

Dominic Arsenault
Vice-président

Michel Dépatie
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Caroline Bouchard
Jonathan Champagne

Marcel Clermont
Bruno Desrochers

Yan Gladu

André Hubert

Guillaume Laroche

Caroline Leduc

Jean-François Marcoux

Ginette Reid

Mario Sauvé

Christian St-Jacques

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

Sommaire

Suivi de dossiers

TABAC

6

Loi sur le tabac :

Une révision cet automne?

Vente de tabac aux mineurs :

Recrudescence des inspections

ENVIRONNEMENT

Contenant consignés :

Nouvelle mention

MODE DE PAIEMENT

7

Programme de fidélisation :

Nouvelle étude comparative

LAURÉATS

Temple de la renommée
A.D.A. 2013

DOSSIER

8

Frais transactionnels

CONCOURS

12

Les Aliments du
Québec dans mon panier!

CONGRÈS DE L'A.D.A.

Formulaire d'inscription

14

DOSSIER

18

Vente de tabac aux mineurs

Chroniques

PRÉVENTION

Alakazam!

20

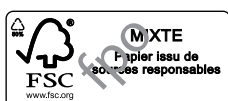
RESSOURCES HUMAINES

Formez vos commis dès
leur entrée en poste

21

L'ACTUALITÉ DES TCAQ

22





toujours le bon choix!

www.alimentsduquebec.com

Détaillants en alimentation, vous savez que les consommateurs d'ici sont de plus en plus nombreux à opter pour les aliments du Québec! **Plus de 16 500 produits** affichent déjà les logos Aliments du Québec et Aliments préparés au Québec et l'industrie innove sans cesse pour offrir de nouveaux produits tout au long de l'année.

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

Chantal Fontaine

Québec 

LE FUTUR

EST ICI.

PALAIS DES CONGRÈS DU
TORONTO MÉTROPOLITAIN
30 SEPTEMBRE - 1 OCTOBRE

POUR PLUS
D'INFORMATIONS, VISITEZ
GROCERYINNOVATIONS.COM



GROCERY
INNOVATIONS
CANADA

INNOVATIONS
ALIMENTAIRES
CANADA



Le seul événement international
au Canada qui réunit les secteurs
du détail, du HRI et de l'équipement !



MEMBRES ADA



BÉNÉFICIEZ
D'UN TARIF
PRÉFÉRENTIEL
ET RÉSERVEZ
VOTRE KIOSQUE
DÈS
MAINTENANT

Contactez
Thierry Quagliata
Directeur commercial
514 289-9669 #2232
Thierry.quagliata@comexposium.com

SUIVEZ SIAL CANADA :



SAVOUREZ
LE GOÛT
DU SUCCÈS!

2, 3 ET 4 AVRIL 2014

Palais des congrès de Montréal
sialcanada.com



un événement
comexposium
The place to be

By
SIAL
GROUP
www.sial-group.com





Suivi de dossiers

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

TABAC

LOI SUR LE TABAC : UNE RÉVISION CET AUTOMNE ? ▾

Interpellé par une coalition de groupes pro-santé du Québec à l'aube de la 26^e Journée mondiale sans tabac, le ministre de la Santé, Réjean Hébert, s'est dit ouvert à l'idée de mettre à jour la *Loi sur le tabac*. Plus précisément, M. Hébert a confirmé que son ministère travaillait actuellement sur une Politique nationale de prévention qui inclurait une ou des recommandations quant à la lutte au tabagisme. Selon toute vraisemblance, cette politique devrait être déposée cet automne.

L'A.D.A. et ses membres sont préoccupés depuis longtemps par la question de la législation en matière de produits du tabac, notamment par la vente de ces produits aux mineurs. Nous attendons donc avec impatience de voir les recommandations contenues dans cette politique puisque plusieurs aspects du système actuel sont plutôt discutables. Parmi ceux-ci, mentionnons l'absence de mesure visant à pénaliser l'achat de tabac par des mineurs.

D'un côté, on répète aux jeunes que le tabac tue; de l'autre, on continue de les laisser fumer impunément du tabac.

La responsabilisation « officielle et légale » des fumeurs mineurs serait un moyen de dissuasion qui contribuerait à rendre moins acceptable socialement l'usage du tabac chez les jeunes et freinerait l'élargissement du bassin de fumeurs qui, malgré une myriade de réglementations – multiplication des zones sans fumée, étalages, affichage, etc. – continue à se maintenir autour de 20 % au Québec.

Enfin, la responsabilisation des fumeurs mineurs pourrait mener à un niveau de conformité des détaillants encore plus élevé, car cela « légitimerait » les commerçants dans leur refus de céder et de vendre des produits du tabac aux clients de moins de 18 ans. Il ne serait plus seulement illégal pour un commerçant de vendre à un mineur, mais l'acte d'achat du mineur serait aussi illégal. Rappelons que les commis qui refusent de vendre des cigarettes à un mineur sont encore très souvent victimes d'intimidation et de violence. Le partage des responsabilités est un objectif indéniable pour l'A.D.A.

MESURES RÉCLAMÉES PAR LA COALITIONS ▾

1. Emballage neutre et standardisé
2. Interdiction de l'aromatisation
3. Interdiction de fumer dans une auto en présence d'enfants
4. Moratoire sur les nouveaux produits du tabac : une promesse électorale du PQ

VENTE DE TABAC AUX MINEURS : RECRUESCENCE DES INSPECTIONS ▾

Plusieurs de nos membres nous ont indiqué avoir été inspectés récemment relativement à la vente de tabac aux mineurs. Votre commerce pourrait l'être dans les prochains jours ou prochaines semaines. Toutes les régions y passeront, nous vous invitons donc à accroître votre vigilance. Plus que jamais, il serait important que vous rappeliez votre politique interne de « cartage » à tous vos employés.

Périodiquement, le ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS) effectue des visites de conformité sur le territoire. N'attendez pas, faites un rappel à tous vos employés sur l'importance de « carter efficacement » selon vos procédures internes dès aujourd'hui!

Nous vous invitons à nous tenir au courant du déroulement des inspections à travers la province.

1-800-363-3923 poste 244

info@adaq.qc.ca

DOSSIER
COMPLET
P. 18-19

ENVIRONNEMENT

CONTENANTS CONSIGNÉS : NOUVELLE MENTION ▾

Dans une note acheminée au mois d'août dernier, l'organisme Boissons Gazeuses Environnement (BGE) a informé les détaillants que des contenants portant la mention « QD » plutôt que « Consignée Québec 5 cents Refund » ont été mis en marché par Coca-Cola.

BGE demande donc aux détaillants d'octroyer la valeur de la consigne aux consommateurs et assure que les récupérateurs rembourseront à leur tour les détaillants. BGE affirme du même coup que les contenants visés devraient être compatibles avec les récupératrices automatisées (gobeuses) puisque les codes UPC sont identiques.

PRODUITS VISÉS (414 ML) ▾

Coca-Cola
Coke Zero
Coke Diet
Sprite



MODE DE PAIEMENT

PROGRAMMES DE FIDÉLISATION : NOUVELLE ÉTUDE COMPARATIVE ▾

En juin dernier, une étude comparant les très nombreux programmes de fidélisation au Canada a été publiée. Réalisée par le Environnics Research Group, l'étude a le mérite de sortir des sentiers battus. Elle porte un nouveau regard sur la façon dont on compare les différents programmes.

En effet, au lieu de les comparer sur la base de la récompense que procure chaque programme, les chercheurs proposent plutôt une comparaison basée sur le temps nécessaire pour obtenir une récompense. D'ailleurs, elle a mené à la création d'un outil permettant de classer les 61 programmes de fidélité les plus populaires au Canada selon le temps nécessaire pour obtenir l'équivalent de 100 \$, en argent ou en marchandises. L'outil est accessible au www.comparerlesprogrammes.ca.

TEMPS NÉCESSAIRES POUR OBTENIR UNE RÉCOMPENSE DE 100 \$ (EN MOIS) ▾			
Carte Air Miles	6,01	Programme More Rewards	12,45
Carte d'adhérent Aéroplan ^{MD}	6,04	Esso Extra	15,55
Carte Pharmaprix Optimum ^{MD}	6,65	Primes privilèges ^{MD}	15,73
« Argent » ^{MD} Canadian Tire ^{MD}	7,71	Carte Primes La Baie d'Hudson ^{MC}	18,73
Programme Metro&moi ^{MC}	10,02	Programme Club Sobeys	20,51
Carte Scène ^{MD}	10,23	Zone récompenses ^{MC} Best Buy ^{MD}	61,30
Petro-Points ^{MC}	12,26		

Source : Environnics Research Group

C'est indéniable, les consommateurs sont devenus accros aux multiples programmes de récompenses. Les plus récentes données sont plutôt révélatrices. Près de 70 % des Canadiens sont abonnés à l'un ou l'autre des 61 programmes de fidélité existants et chaque individu possède en moyenne 8,2 cartes de récompenses.

S'il s'agit d'un bon moyen pour les commerçants de fidéliser un consommateur dans certains cas, dans d'autres les programmes de récompenses sont un véritable frein à la rentabilité de leur entreprise. En effet, il faut différencier les programmes de fidélisation maison assortis de rabais en magasin ou autres récompenses (Air Miles, Metro&moi, etc.) à ceux offerts par les compagnies de crédit (Bonidollars, RBC Voyages, etc.) pour lesquels les commerçants paient des frais exorbitants. Voir le dossier complet en page 8-9

LES 20 PRINCIPAUX PROGRAMMES DE FIDÉLISATION AU CANADA

En fonction du nombre de participants aux programmes au cours des trois derniers mois (1^{er} Novembre 2012)

AIR MILES	68%
Shoppers Optimum	30%
Primes HBC	26%
Argent Canadian Tire	23%
Aéroplan	23%
PETRO-POINTS	18%
Points PC	13%
Scène	10%
Club Sobeys	10%
Carte Sears	10%
Esso Extra	8%
CAA	7%
Sace-On-More	7%
Primes privilège	7%
RBC Récompenses	7%
Récompenses Best Buy	6%
RBC Voyages	3%
Desjardins BONIDOLLARS	3%
Récompenses AMEX	3%
Récompenses Walmart	3%

Source : Environnics Research Group



TEMPLE DE LA RENOMMÉE A.D.A.

Chaque année, l'A.D.A. organise un gala des plus prestigieux visant à reconnaître le travail des bâtisseurs du secteur de l'alimentation.

Vous êtes tous invités à venir rendre hommage aux intronisés lors de notre congrès annuel qui aura lieu les 15, 16 et 17 novembre prochain au Fairmont Le Château Frontenac situé à Québec.

Soyez des nôtres pour cette soirée mémorable!



Les représentants de la bannière Provigo sont heureux de dévoiler les lauréats 2013 du Temple de la renommée de l'A.D.A. D'un commun accord, les épiciers ont choisi René et Linda Lapointe (père et fille), ex-proprétaires du Provigo Lapointe et fille.



M. René Lapointe et M^{me} Linda Lapointe
(père et fille) Provigo Lapointe et fille



Les représentants des petites surfaces sont heureux de dévoiler le lauréat 2013 du Temple de la renommée de l'A.D.A. D'un commun accord, ils ont choisi Louis-Jacques Poulin, propriétaire d'Alimentation Louis-Jacques Poulin de Saint-Aurélien.



M. Louis-Jacques Poulin
Alimentation Louis-Jacques Poulin (Marché Ami),
Saint-Aurélien

FRAIS TRANSACTIONNELS



UNE LUTTE À FINIR !

Au mois de juillet dernier, le Tribunal de la concurrence du Canada a rejeté la demande du Bureau de la concurrence concernant Visa et MasterCard. Résultat : il est toujours impossible de refuser les paiements par carte de crédit et d'imposer des frais supplémentaires.

Bien que cette décision ne soit pas celle qu'on aurait souhaitée, un fait demeure, le Tribunal ne nie pas les règles contraignantes et anticoncurrentielles que les grands réseaux de cartes de crédit imposent aux détaillants, mais rejette l'angle de la poursuite. En d'autres mots, le Tribunal ne considère pas qu'il est de son ressort d'intervenir pour imposer des règles.

La balle est donc dans le camp du gouvernement fédéral. Peu après l'annonce, le ministre des Finances, Jim Flaherty, a convoqué son comité chargé d'étudier le système de paiement canadien. C'est pourquoi nos représentations devront se poursuivre pour convaincre le gouvernement d'implanter une réglementation crédible et basée sur une analyse indépendante des coûts du système.

Est-ce normal qu'au Canada les frais de paiement par carte de crédit soient parmi les plus élevés au monde? Poser la question, c'est y répondre. Chaque année, les commerçants canadiens paient approximativement 9 milliards de dollars en frais de transaction pour l'acceptation des paiements par carte de crédit. Il est temps de stopper l'hémorragie!

Nous croyons qu'il faut multiplier les exemples donnant l'heure juste sur les effets néfastes du système actuel. C'est pourquoi, en mai dernier, les membres de l'A.D.A. ont décidé de produire trois capsules vidéo afin de lever le voile sur différents aspects de cette problématique; problématique qui se révèle au quotidien, dans chaque transaction effectuée en magasin.

CONTEXTE :

En 2010, à la suite des pressions exercées par de nombreux commerçants excédés par le comportement de Visa et de MasterCard, le Bureau fédéral de la concurrence a déposé une plainte à l'endroit des deux géants du crédit.

Le Bureau les accuse de pratiques anticoncurrentielles et estime que les règles imposées aux commerçants sont trop strictes et que les frais exigés sont exagérés.

Le Bureau demandait donc au Tribunal de la concurrence d'accorder aux commerçants le droit de transférer aux consommateurs, qui choisissent de payer avec des cartes à primes, les frais imposés par Visa et MasterCard. Le Bureau demandait également de permettre aux commerçants de refuser ce type de cartes.





CAPSULES VIDÉO : LES FRAIS TRANSACTIONNELS, UNE PRÉOCCUPATION MAJEURE



FIDÉLISATION DES COMPAGNIES DE CRÉDIT : UN POIDS SUR LE DOS DES DÉTAILLANTS

Dans cette capsule, Gian-Carlo Paré, propriétaire de 7 stations-services en Estrie, se fait le porte-parole de nombreux propriétaires qui trouvent anormal que ce soient eux qui financent les programmes de fidélisation des compagnies de crédit.

« Si les banques veulent s'offrir des cartes à primes, elles n'ont qu'à se les payer elles-mêmes, ce n'est pas à nous les détaillants de payer pour ça ! »

Il déplore le fait que, dans le système actuel, les détaillants financent les programmes de fidélisation des compagnies de crédit par l'entremise des frais qui leur sont imposés pour l'acceptation des paiements par carte de crédit sans en tirer aucun avantage. En effet, le client n'est fidèle qu'à sa carte à primes puisque si l'essence est moins chère chez le voisin, le client ira certainement acheter son essence là-bas.



VOLUMES DE TRANSACTIONS : L'ASCENSION FULGURANTE DU CRÉDIT

En moins de 4 minutes, Michel Dépatie, propriétaire d'un supermarché à Laval, explique les répercussions associées à l'augmentation farouche du crédit comme mode de paiement. Il constate entre autres que les frais associés à l'acceptation des paiements par carte de crédit sont sans aucun doute le poste de dépense qui augmente le plus rapidement et sur lequel il n'a aucun contrôle.

« Je suis prêt à payer pour un service, mais actuellement j'en ai pas pour mon argent. Si rien ne change, les frais de cartes de crédit vont nuire à la rentabilité de nos commerces. »

M. Dépatie déplore le comportement agressif des émetteurs de carte de crédit qui tentent par tous les moyens d'aller chercher des ventes en épicerie. Par conséquent, les clients sont de plus en plus nombreux à payer par carte de crédit et, concurrence oblige, les détaillants sont contraints d'accepter ce mode de paiement.



NOUVEAU MODE DE PAIEMENT : AU BÉNÉFICE DE QUI ?

Dans cette capsule, Daniel Choquette, propriétaire du Provigo Choquette situé à Marieville, explique pourquoi il ne voit, pour l'instant, aucune innovation en matière de mode de paiement. Pour appuyer son propos, il donne l'exemple du paiement mobile dont la seule innovation consiste à avoir réussi à insérer une carte de crédit dans un téléphone intelligent.

« Je ne suis pas contre l'innovation me permettant d'améliorer le service à la clientèle, mais pour qu'on parle réellement d'innovation, il faudra commencer par améliorer la structure du coût associé aux paiements électroniques. »

Au final, il s'agit d'une multiplication des modes de paiement utilisant le crédit, ce qui représente une augmentation des coûts considérable pour les détaillants.

Pour visionner les vidéos : vimeo.com/adaquebec • Si vous partagez nos préoccupations, n'hésitez pas à les diffuser !

UNE ANALYSE INDÉPENDANTE : PLUS PERTINENTE DE JAMAIS !

64 MILLIONS

Nombre de titulaires canadiens de cartes de crédit en 2007 dont 80 % sont émises par Visa et MasterCard.

322 M\$

Total des achats par carte de crédit au Canada en 2011 (294 en 2007).

2.5 %

Taux moyen que paient les commerçants sur le montant total d'une facture réglée par carte de crédit.

9 G\$

Total des frais usuraires qu'ont payés les commerçants canadiens en 2011 (4,5 milliards en 2007).

Le taux moyen (2,5 %) exigé par les réseaux de cartes de crédit est considéré par plusieurs, y compris le Bureau de la concurrence et la sénatrice Ringuette, comme largement excessif. D'ailleurs, cette dernière a déposé un projet de loi qui propose plutôt un taux de 0,5 % pour les commerces, de 0,3 % pour les gouvernements et de 0 % pour les organismes de charité. Cette proposition est calquée sur les taux du modèle australien qui est réglementé de la sorte depuis 2006.

Mais quels sont les coûts réels du système? Pourquoi un taux fixe pour les paiements par débit et un pourcentage pour ceux par crédit? La situation est rendue intenable pour les détaillants et il est temps que ça change. Bien que les taux proposés par la sénatrice Ringuette nous semblent plus près de la réalité que ceux actuellement en vigueur, il est toujours risqué d'importer quasiment tel quel un modèle mis en place dans un autre pays. C'est pourquoi nous considérons qu'une analyse indépendante des coûts du système canadien est plus pertinente que jamais.

La logique est simple : il faut éviter de mettre la « charrue devant les bœufs ». Voyons d'abord ce qu'il en coûte réellement pour opérer le système de paiement par carte de crédit. Ensuite, le gouvernement pourra réglementer en toute connaissance de cause afin de limiter les frais qui sont facturés aux détaillants et de mettre en place des règles favorisant une réelle concurrence dans l'industrie du paiement.

À SUIVRE ▾

Ne soyons pas dupes, cette analyse devra être réalisée par un comité d'experts regroupant tous les acteurs impliqués, et ce, sur un pied d'égalité. Actuellement, le rapport de force au sein du comité consultatif du ministre des Finances est inégal puisqu'il est majoritairement constitué de gens représentant les secteurs bancaire et financier? Les détaillants et les consommateurs sont sous-représentés, et ce, malgré qu'ils soient parmi les principaux intéressés dans ce dossier. Pour arriver à une solution juste et équitable, cette situation devra changer.

L'A.D.A. et ses partenaires, regroupés au sein d'une Coalition, continueront de suivre de près l'évolution de ce dossier. Rappelons que l'A.D.A. est membre de la Coalition québécoise contre la hausse des frais de transaction par carte de crédit et de débit.

MESURES RÉCLAMÉES PAR LA COALITIONS ▾

1. Une analyse indépendante des coûts du système;
2. La limitation des frais chargés aux commerçants;
3. La mise en place de règles favorisant une réelle concurrence dans l'industrie du paiement.



Marc-André Chabot

Santé et sécurité du travail

L'histoire de Marc-André

Chaque jour au Québec, 34 jeunes se blessent au travail. Un accident du travail peut se produire n'importe où, n'importe quand, et toucher beaucoup de monde, c'est-à-dire non seulement le travailleur, mais aussi ses proches : son conjoint, ses parents, ses amis, ses collègues. C'est pour sensibiliser tous les travailleurs et les employeurs à l'importance d'agir pour rendre les milieux de travail plus sécuritaires au Québec que Marc-André, mutilé par un mélangeur, accepte de raconter son histoire. **PAR JULIE MÉLANÇON**

L'accident de Marc-André

Le 8 janvier 2009 est une journée comme les autres pour Marc-André Chabot, un jeune travailleur de 23 ans. Mais, vers midi, tout bascule alors qu'il effectue une opération de nettoyage sur un mélangeur chez une compagnie qui fait la transformation de la viande. Lors du nettoyage, la vis sans fin de la machine demeure en marche parce que le dispositif d'interverrouillage n'est pas fonctionnel, et ce, depuis quelques mois. À la toute fin des opérations de nettoyage, le travailleur doit retirer la cuve de récupération des résidus, située au niveau inférieur de la vis sans fin. Pour retirer la cuve, Marc-André utilise sa main gauche et, afin d'augmenter sa force de traction, prend appui de sa main droite sur le bâti de la vis sans fin. Donc, sa main droite est déposée à proximité de l'ouverture. Le protecteur amovible a été retiré pour le nettoyage, ce qui donne accès à la vis sans fin. Pendant qu'il tire avec sa main gauche, la main droite de Marc-André glisse et pénètre dans l'ouverture. Sa main est entraînée entre la vis en opération et la paroi du mélangeur.

Le témoignage de Marc-André

Marc-André raconte qu'au début, il ne voulait pas laver la machine parce qu'il n'avait reçu aucune formation pour le faire. « Je n'avais pas de formation pour celle-là, puis j'ai cédé; j'ai commencé à apprendre "sur le tas" comment les autres employés s'y prenaient tous les soirs pour laver la machine en marche. Lorsque l'accident s'est produit, je lavais la machine comme je le faisais depuis des mois. Mon gant à vaisselle est resté coincé, puis ma main a été entraînée dans la machine. La vis

tournait, puis, tout d'un coup, tout a lâché. Je suis tombé à la renverse, et je suis parti en courant vers le bureau de mes contre-maîtres. Des employés étaient là. C'est là qu'on m'a demandé: "Est où ta main, man?". Ils ont pris un morceau de mon sarrau pour faire un garrot et ils ont appelé l'ambulance.» Marc-André enchaîne: «Au moment de l'accident, j'ai été conscient jusque dans l'ambulance. Avec les calmants et la perte de sang, j'ai fini par m'endormir, et je me suis réveillé plus de douze heures, peut-être quinze, seize heures plus tard, à l'hôpital. Je me suis

« Ce que je dirais aux employeurs, vraiment, c'est : une vie ou un membre, ça n'a pas de prix, puis, faites attention à vos employés. »

réveillé, ma mère était là et elle m'a demandé: "Est-ce que tu sais ce qu'ils ont fait?". Au début, les premières secondes, je ne me souvenais même pas de ce qui s'était passé, puis là, elle m'a annoncé: "Ils ont réimplanté ta main." Et là, je me suis évanoui. » .

Ce qui change

Pour Johanne Côté, la mère de Marc-André, ça ne fait pas de doute, « un accident comme ça a bouleversé nos deux vies. Il était autonome, en appartement depuis cinq ans et, du jour au lendemain, il est venu habiter chez nous et je m'occupais de lui à temps plein. » Marc-André poursuit : « La première année qui a suivi l'accident a été très difficile sur le plan psychologique. J'avais peur de la scie ronde, tout ce qui était gros et mécanique m'était insupportable. Les petits gestes

quotidiens de la vie comme attacher mes souliers, conduire et cuisiner sont devenus des défis. L'accident a également affecté mes passions : la musique et les jeux vidéo. J'ai dû malheureusement laisser tomber la musique parce que je ne peux plus jouer de mes instruments, et j'ai dû jeter ou donner la plupart de mes jeux vidéo. Je dirais que ma guérison se déroule lentement, mais sûrement. J'ai recommencé à avoir des projets : j'emménage dans ma première maison bientôt. Je fais du bénévolat et je me suis découvert une passion pour les animaux qui, je le souhaite, va entrer dans mon avenir professionnel. » Trois ans plus tard, Marc-André attend une opération pour une greffe de tendons. Si tout fonctionne, il devrait retrouver de la préhension de sa main droite.



Un mélangeur similaire à celui ayant causé l'accident dans l'usine à viande où il travaillait

DC1300-213 (2013-08)



Parce que le Québec a besoin de tous ses travailleurs

www.csst.qc.ca/machines





**Commis attaqué.
Vol du tiroir-caisse.
Perte de revenus.**

You Tube f t in

DC1300-210 (2013-06)

Aménagez votre commerce de façon sécuritaire pour réduire les risques d'agression !

Des solutions existent : augmentez la visibilité des travailleurs par un affichage restreint dans la vitrine, placez la caisse pour qu'elle soit vue de l'extérieur, prévoyez un éclairage adéquat, installez un système vidéo de surveillance et des miroirs d'allée.

Parce que le Québec a besoin
de tous ses travailleurs

www.csst.qc.ca

CSST



UN LANCEMENT QUI RASSEMBLE!

Le lancement de la deuxième édition du concours Les Aliments du Québec dans mon panier! a eu lieu le 18 juin dernier en présence du vice-premier ministre et ministre du MAPAQ, M. François Gendron. Signe d'un appui indéniable envers cette initiative de l'A.D.A., plusieurs représentants de l'industrie agroalimentaire étaient présents pour l'événement. L'ambiance décontractée et chaleureuse a plu aux participants qui en ont profité pour se régaler des petites bouchées composées exclusivement de produits d'ici et préparées par la chef Marie-Chantale Lepage.



UNIS POUR PROMOUVOIR LES ALIMENTS DU QUÉBEC

Depuis 2 ans, le ministère de l'Agriculture des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), Aliments du Québec et l'A.D.A. s'unissent afin de réaliser un concours de promotion des produits d'ici. Cette union porte ses fruits et permet notamment la réalisation de beaux partenariats entre détaillants et fournisseurs, et ce, pour le plus grand bénéfice des consommateurs. Durant tout l'été, les produits du Québec sont mis de l'avant de façon originale à la grandeur du Québec.

Les représentants des principales bannières en alimentation au Québec étaient tous présents pour marquer le lancement de la 2^e édition.



DE GAUCHE À DROITE ▶ Hugue Mousseau (Provigo/Loblaw), Alexandre Maillot (IGA/Sobeys), Marie Beaudry (Aliments du Québec), Denis Brisebois (Metro), Marie-Claude Bacon (Metro), François Gendron (MAPAQ), Florent Gravel (A.D.A.).



FRANÇOIS GENDRON ▶ Le ministre du MAPAQ qui, plus tôt ce printemps, a déposé la Politique de souveraineté alimentaire du Québec a mentionné à quel point il est fier de s'associer à cette initiative originale mettant de l'avant le savoir-faire et la créativité de l'ensemble des acteurs de l'industrie agroalimentaire en matière de promotion des aliments du Québec.



MARIE BEAUDRY ▶ La directrice générale d'Aliments du Québec, a rappelé l'importance de bien repérer les logos sur les produits. Elle a également rappelé le lancement des deux nouvelles certifications dévoilées en mars dernier soit : *Aliments du Québec-Bio* et *Aliments préparés au Québec-Bio*.



FLORENT GRAVEL ▶ Le PDG de l'A.D.A. a insisté sur le rôle clé des détaillants en alimentation en matière de mise en marché des produits d'ici.

Crédit photo : Éric Labonté

UNE PARTICIPATION EN HAUSSE

La participation au volet détaillant du concours est en hausse par rapport à l'année dernière ! En effet, près de 200 partenariats détaillants-fournisseurs se sont inscrits ce qui représente une hausse de plus de 25 % par rapport à l'année précédente. Visitez le site Internet du concours pour voir les différents projets : www.concoursalimentsduquebec.com

198

Partenariats
détaillants-fournisseurs
inscrits.

DÉVOILEMENT DES GAGNANTS

Soyez des nôtres lors du dévoilement des gagnants qui aura lieu au congrès annuel de l'A.D.A. Vous trouverez le formulaire d'inscription en page 15.

Date : 15 novembre 2013

Lieu : Fairmont Le Château Frontenac situé à Québec



58^e

CONGRÈS ANNUEL DE L'A.D.A.

15, 16, 17 NOVEMBRE 2013

ENSEMBLE ► ENGAGEONS-NOUS !



UN INCONTOURNABLE DANS L'INDUSTRIE !

L'A.D.A. vous invite à son 58^e Congrès annuel qui aura lieu les 15, 16 et 17 novembre 2013 au Fairmont Le Château Frontenac à Québec. Année après année, notre équipe travaille d'arrache-pied pour vous concocter une programmation à la fois plaisante et axée sur les défis de l'industrie. Voici toute la documentation relative à cet événement. Notez que la programmation peut être modifiée sans avis.

À NE PAS MANQUER

VENDREDI

Dévoilement des gagnants du concours :
Les Aliments du Québec dans mon panier!
Spectacle de Boogie Wonder Band

SAMEDI

Tables rondes
Activités conjointes détaillants-fournisseurs
Gala Temple de la renommée A.D.A.

DIMANCHE

Spectacle de clôture

**La programmation peut être modifiée sans avis.*

ESCOUADE JEUNESSE

Pour les 2 à 13 ans

VENDREDI

Souper
et activités
en soirée

SAMEDI

Journée
d'activités
comprenant
le déjeuner,
le dîner et
le souper

DIMANCHE

Brunch
et clôture



RÉSERVEZ AVANT
LE 6 OCTOBRE
ET ÉCONOMISEZ !

Coûts inscription complète (avant taxes)

DÉTAILLANT

Jusqu'au 6 octobre 2013		
	Membre*	Non-membre
Dépanneur	500 \$	600 \$
Épicerie - de 6 000 pi²	700 \$	800 \$
Épicerie + de 6 000 pi²	900 \$	1 000 \$

Après le 6 octobre 2013		
	Membre*	Non-membre
Dépanneur	700 \$	900 \$
Épicerie - de 6 000 pi²	900 \$	1 100 \$
Épicerie + de 6 000 pi²	1 100 \$	1 300 \$

FOURNISSEUR

Jusqu'au 6 octobre 2013	
Membre *	1 600 \$
Non-membre	2 050 \$

Après le 6 octobre 2013	
Membre *	1 850 \$
Non-membre	2 300 \$

* cotisation payée

Coûts inscription à la carte (avant taxes)

Après le 6 octobre 2013		
	Détaillant	Fournisseur
Vendredi	350 \$	750 \$
Samedi	500 \$	1 150 \$
Dimanche	250 \$	500 \$

Coûts inscription Escouade jeunesse
(avant taxes)

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

Réservation des chambres

Sans frais : 1-800-441-1414
Code de réservation : ADAQ1113

FORMULAIRE D'INSCRIPTION

58° Congrès annuel de l’A.D.A.
Du 15 au 17 novembre 2013 au Fairmont Le Château Frontenac à Québec.

COMMENT ACHEMINER LE FORMULAIRE ?

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

QUESTIONS, PRÉCISIONS ?

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

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

CATÉGORIE

- ☐ Détaillant
- ☐ Fournisseur

INSCRIPTION COMPLÈTE

☐ Congrès annuel
3 jours

☐ Escouade jeunesse

INSCRIPTION À LA CARTE

☐ Vendredi

☐ Samedi

☐ Dimanche

Entreprise : _____

Nom et prénom (délégué(e)) : _____

Nom et prénom (conjoint(e)) : _____

Adresse : _____ Ville : _____

Province : _____ Code postal : _____

Téléphone : _____ Cellulaire : _____

Courriel : _____

ESCOUADE JEUNESSE

Nom et prénom (enfant) : _____ Âge : _____

Nom et prénom (enfant) : _____ Âge : _____

Nom et prénom (enfant) : _____ Âge : _____

ALLERGIES ALIMENTAIRES

☐ Oui ☐ Non Précisez : _____

PAIEMENT

Total avant taxes : _____

☐ Visa ☐ MasterCard ☐ Chèque à l’ordre de l’A.D.A. ☐ Envoyez-moi une facture

Nom du détenteur : _____

No. de carte : _____

Date d’expiration : _____

Signature : _____

Important	Annulation
Vous devez réserver vos chambres directement auprès du Fairmont Le Château Frontenac avant le 15 octobre.	Vous devez envoyer un avis écrit à l’A.D.A. avant le 11 octobre 2013 afin de recevoir un remboursement complet moins les frais d’inscription de 75 \$ perçus par délégué(e).

Aucun remboursement après le 11 octobre 2013; les substitutions sont acceptées.
Le paiement complet doit être fait pour que l’inscription soit valide.
Les frais doivent être acquittés avant le 25 octobre 2013.

AVIS DE CONVOCATION POUR LES MEMBRES-DÉTAILLANTS

Cher membre-détaillant,

Le président du conseil d'administration, M. Daniel Choquette, me prie de vous convoquer à l'assemblée annuelle des membres-détaillants de l'A.D.A., qui aura lieu dans le cadre du 58^e Congrès annuel de l'Association, le samedi 16 novembre 2013 au Fairmont Le Château Frontenac situé au 1 rue des Carrières, Québec, G1R 4P5.

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

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

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

Michel Dépatie

Secrétaire de l'A.D.A, Propriétaire
Marché Dépatie inc. (Metro)

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

Daniel Choquette, Provigo Marieville
Isabelle Dunn-Doutre, Marché Dunn,
Montréal (Richelieu)

Serge Bernier, Entreprise Daigle-Thibeault Inc.,
Granby (Boni-Soir)

RÉSOLUTION SOUMISE

Sujet : _____

Attendu que : _____

Attendu que : _____

Attendu que : _____

Il est proposé que : _____

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

CANDIDATURE(S) SOUMISE(S)

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

Nom	Commerce	Ville
_____	_____	_____
_____	_____	_____

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

Retourner ce formulaire au plus tard le 16 octobre 2013

Par télécopieur : 514-849-3021

Par courriel : gdesjardins@adaq.qc.ca

Par la poste : 300, rue Léo Pariseau, bur. 1100, Place du Parc, Montréal, H2X 4C1

Pour satisfaire les goûts alimentaires de votre clientèle,
offrez-lui un produit d'ici :

Le Veau de lait du Québec



Cubes de Veau de lait du Québec braisés
à la texan

5 ET 6 NOVEMBRE 2013 PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL

Le Grand **RENDEZ-VOUS** SANTÉ ET SÉCURITÉ DU TRAVAIL

**LA référence en
santé et sécurité
du travail!**

Je m'inscris!



DC1300-127-1 (2013-08)

www.grandrendez-vous.com

Parce que le Québec a besoin
de tous ses travailleurs



TABAC : VENTE AUX MINEURS



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

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

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

DÉMONTREZ VOTRE BONNE FOI ▼

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

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

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

N'attendez pas d'être pris pour agir!

ATTENTION!

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

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

www.registreentreprises.gouv.qc.ca



DÉMARCHES EFFICACES POUR ÉVITER DE CONTREVENIR À LA LOI

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

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

COMMENT NE PAS SE FAIRE PRENDRE DEUX FOIS ?

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

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

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

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

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

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

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

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

SANCTIONS EN CAS D'INFRACTION

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

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

SAVIEZ-VOUS QUE ▾

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



Nos présidents régionaux

- ESTRIE ▾**
Sylvain Proteau
Dépanneur Galvin (Boni-Soir)
819-563-8644
sylpro.2@videotron.ca
2785, Chemin Galvin
Sherbrooke, Québec J1G 4K5
- ABITIBI-TÉMISCAMINGUE / NORD-DU-QUÉBEC ▾**
Julie Pelletier
IGA Famille Pelletier
819-874-7741
julie@igapelletier.com
1801, 3e Avenue
Val-d'Or, Québec J9P 5K1
- MAURICIE ▾**
Marc DeMontigny
Supermarché R. Fournier inc (Metro)
819-376-3028
marc@metrofournier.ca
850, boulevard Thibeau
Trois-Rivières, Québec G8T 7A6
- 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
- OUTAOUAIS ▾**
Isabelle Tassé
Supermarché Tassé (Provigo)
819-568-5545
isabelle@tasse.ca
22, Des Flandres
Gatineau, Québec J8T 4R7
- CENTRE-DU-QUÉBEC ▾**
Martin Auger
Super Marché Clément (IGA)
819-293-6937
iganicolet@cgocable.ca
2000, boulevard Louis-Fréchette
Nicolet, Québec J3T 1M9
- MONTÉRÉGIE ▾**
Michel Lemieux
Marché Michel Lemieux inc. (IGA)
450-658-1831
iga00386michel.lemieux@sobeys.com
450, boulevard Richelieu
Richelieu, Québec J3L 3R8
- MONTRÉAL-EST ▾**
André Forget
Dépanneur Forget (Beau-Soir)
514-493-1230
andre.forget3@gmail.com
8445, Ontario Est
Montréal, Québec H1L 3E7
- 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
- QUÉBEC / CHAUDIÈRE-APPALACHES ▾**
Francis Veilleux
Boucherie Veilleux inc.
418-386-5744
francisveilleux@globetrotter.net
1000, boulevard Vachon Nord
Sainte-Marie-de-Beauce,
Québec G6E 1M2
- 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-OUEST ▾**
Enrico Lalonde
IGA Extra, Famille Lalonde
514-620-4443
iga00517e.lalonde@sobeys.com
640, Jacques-Bizard
Montréal, Québec H9C 2H2

CHRO- NIQUES



ALAKAZAM!

Plusieurs enfants ont déjà rêvé de devenir un jour magicien, et, pour certains, ce rêve est devenu réalité. Ils ont découvert que la main est plus vite que l'œil et qu'il était possible d'utiliser cette technique pour manipuler l'argent et arnaquer les caissiers.

Ils ont perfectionné leur art en s'exerçant régulièrement dans différents commerces au Québec et très souvent sans même que le caissier réalise ce qui venait d'arriver.

L'escroc fait un petit achat et présente un billet de 100 \$. Il change ensuite d'idée et présente un billet de 20 \$, puis demande de la monnaie, fait un autre achat et ainsi de suite. Le caissier est alors désorienté et finit par remettre au client un montant plus élevé que ce qu'il avait demandé. Malheureusement, le caissier ne se rend pas compte immédiatement qu'il a été victime d'une arnaque et que sa caisse est déficitaire.

Dans la réalité des marchés d'alimentation, il faut préciser que ce type de fraudeur aura tendance à s'en prendre aux caisses de la courtoisie.

N'oubliez pas que vous êtes responsable de votre tiroir-caisse. Il est préférable de prendre quelques instants de plus pour terminer une transaction correctement que de se dépêcher à finaliser celle-ci, car le client se dit pressé.

Sensibilisez vos employés et soyez vigilant pour 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 la même chose. Ensemble, vous pourrez mieux vous prémunir de ce type de fraude et éviter que cela se produise chez vous ou ailleurs.

Cynthia Breault
Groupe Conseil VCS



VOICI QUELQUES BONNES PRATIQUES À METTRE EN PLACE ▼

Soyez vigilant et gardez votre concentration. Ne vous laissez pas distraire;

Assurez-vous de garder toujours le contrôle lors de chaque transaction. C'est vous le caissier et non le client;

Faites une seule étape à la fois;

Si le client vous demande de la monnaie ou change d'idée, rendez vos gestes clairs et évidents tout en étant attentif;

Lorsque vous sentez que vous perdez le contrôle de la situation ou suspectez avoir affaire à un « illusionniste » de monnaie, fermez votre tiroir-caisse et attendez que le « client » termine seul ses tergiversations. Une fois la demande claire, vous pourrez terminer la transaction.



FORMEZ VOS COMMIS DÈS LEUR ENTRÉE EN POSTE

Il est important de démontrer à votre nouvel employé qu'il a sa place dans votre magasin ! Cela établira, dès le départ, un sentiment d'appartenance et lui donnera confiance dans l'exécution de ses tâches. L'accueil que vous lui réserverez influera sa productivité et sa motivation, ce qui le rendra plus réceptif à la formation.

Il est toutefois nécessaire de lui communiquer l'importance de la formation, qui est primordiale non seulement pour lui, mais pour le bon fonctionnement de l'ensemble de votre entreprise. C'est durant cette étape d'intégration que vous serez en mesure de constater si votre nouvel employé pourra réaliser, ou non, son travail correctement.

Lors de la période de formation, l'employé doit s'approprier ses fonctions de travail avec l'aide de son superviseur et de ses collègues. Il acquiert ainsi, dès le début, de bonnes méthodes de travail qui lui permettront notamment d'éviter les accidents. Bien initié à ses tâches et étroitement encadré, il sera plus rapidement efficace à son poste et établira plus facilement des liens avec son superviseur et ses collègues de travail. Il sentira son importance au sein de l'équipe et n'aura pas l'occasion de se sentir isolé. Établir un plan de formation structuré et adapté à la réalité de chacun de vos postes vous permettra de gagner temps et argent.

Établir un plan de formation structuré et adapté à la réalité de chacun de vos postes vous permettra de gagner temps et argent.

Trop d'entreprises n'offrent aucune formation structurée aux postes d'entrée tels que commis, aide, emballer et autres; il est pourtant simple d'établir vos besoins en formation. En consultant une description de tâches et en dressant la liste des connaissances à acquérir pour accomplir les tâches qui y sont mentionnées, vous réussirez facilement à établir vos besoins en formation.

La formation permet à l'employé de bien accomplir les tâches qui lui sont assignées en plus de réagir avec confiance et efficacité aux problématiques ou aux situations qui sortent de l'ordinaire.

La rétroaction est primordiale, ainsi, lorsque votre employé est bien intégré, consultez-le afin de définir ses besoins. Il a été démontré que les employés connaissent mieux que quiconque leurs besoins de formation, il suffit de leur demander ! Vérifiez auprès de votre employé si la formation qu'il a reçue est suffisante et répond adéquatement à ses besoins. Soyez cependant conscient qu'il vous faudra être prêt à répondre aux demandes dans la mesure du possible.

Plusieurs outils existent déjà, mais il faut prendre le temps de faire quelques recherches. Reconnaisant que le temps est une denrée rare dans les commerces de l'alimentation, le CSMOCA développe pour vous des outils simples d'utilisation et adaptés à votre réalité. Vous pouvez également nous contacter, nous pourrions vous aider : www.csmoca.org

Nadine Moranville
Chargée de projet et des communications

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

Actualité des TCAQ

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

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

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

ÉPICIERS COMPLICES DES CRÉATEURS DE SAVEURS DANS LES CANTONS-DE-L'EST

Les détaillants de la région s'intéressent de plus en plus à la marque de certification de provenance régionale « Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est ». Cette marque régionale compte 70 producteurs et transformateurs, dont les produits d'une quarantaine d'entre eux se retrouvent sur les tablettes d'épicerie. À Sherbrooke, le Provigo Stéphane Tremblay et la Coop d'Alentour ainsi que le IGA de Coaticook sont devenus partenaires à titre d'Épiciers complices.

Ces partenariats aident les épiciers à concrétiser leur volonté de faire une plus grande place aux produits locaux et bénéficient de la visibilité associée à Créateurs de saveurs comme endroits où les consommateurs peuvent trouver les produits de la région. La marque Créateurs de saveurs est contrôlée par le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie.



LES ÉPICIERS COMPLICES ▾

Les détaillants qui deviennent partenaires à titre d'Épiciers complices s'engagent à offrir les produits d'au moins dix producteurs certifiés Créateurs de saveurs et à mettre en valeur les produits de ceux-ci avec des bavards de tablettes, des affiches et des autocollants dans les portes des réfrigérateurs.

LES ESPACES BOUTIQUES ▾

Afin de favoriser un partenariat avec les détaillants de moins de 10 000 pi², Créateurs de saveurs a mis sur pied les Espaces boutiques. À ce jour, cinq Espaces boutiques se sont joints au mouvement. Ces marchands s'engagent à offrir les produits d'au moins 5 Créateurs de saveurs certifiés.

Découvrez les Épiciers complices et les Espaces boutiques plus en détail sur www.createursdesaveurs.com



BANQUE DU CANADA
BANK OF CANADA



EN CIRCULATION
DÈS NOVEMBRE

Vos appareils sont-ils compatibles
avec les billets en polymère?

Communiquez avec votre fournisseur.

POUR EN SAVOIR PLUS : BANQUEDUCANADA.CA/BILLETS

QUAND LES DÉTAILLANTS FONT CE QU'ILS FONT DE MIEUX!

Ça y est, le compte est bon pour le projet de marchandisage qui se fera chez dix épiciers de l'agglomération de Longueuil! Le CDBAL (Conseil de développement bioalimentaire de l'agglomération de Longueuil) reprend l'idée initiée par l'A.D.A. avec son concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* afin de stimuler des projets de marchandisage chez les détaillants en mettant en vedette les aliments du Québec. Toutefois, le projet sera bonifié par la collaboration d'une quarantaine d'étudiants en gestion de commerce du Cégep de Saint-Jean-sur-Richelieu. Ce sont donc eux qui auront l'occasion de réaliser les dix projets de marchandisage.

Pour les marchands, le projet du CDBAL propose un volet éducatif intéressant, considérant le fait que les étudiants devront calculer l'augmentation du chiffre de ventes du produit travaillé et le comparer à celui de l'année ou de la période précédente. Ils travailleront aussi de pair avec les équipes de marketing et les gens

responsables de la mise en marché des transformateurs, afin de profiter de leur expérience.

Pour les transformateurs associés, le projet représente aussi un défi intéressant. Les entreprises sélectionnées sont de dimensions variées et ont des stratégies de commercialisation différentes. Comme nous avons la chance d'avoir sur le territoire de l'agglomération de Longueuil de grands transformateurs qui rayonnent à l'échelle du pays, le CDBAL a réussi à impliquer à la fois de petites et de grandes entreprises. De plus, associer le discours du « produit local » dans ce contexte est assurément intéressant pour tout le monde!

Merci à tous ceux qui ont participé de près ou de loin à ce projet.



Suivez la progression du projet de marchandisage tout au long du mois d'octobre sur le site moisdessaveursaggllo.ca

PROJET PILOTE DE METRO

Les journaux en ont fait mention : Metro a adopté une politique d'achat local et un projet pilote sera lancé dans trois régions du Québec : Centre-du-Québec, Chaudière-Appalaches et Lanaudière.

Les Tables de concertation agroalimentaire de ces régions ont été approchées afin de collaborer avec l'équipe de Metro pour les aiguiller sur les entreprises qui correspondent aux critères demandés. Dans un premier temps, quelques magasins Metro et Super C de chaque région seront visés. L'objectif initial est l'apprentissage, qui sera ensuite transmis aux 300 magasins de la bannière.

Selon les secteurs d'activités (fromages, charcuteries, boulangerie, etc.), une approche différente sera utilisée en fonction des besoins de la chaîne et des rayons concernés. Les directeurs généraux de ces organismes, messieurs Simon Thérault (Centre-du-Québec), Jean-Michel Bordron (Chaudière-Appalaches) et Benoît Rivest (Lanaudière), sont enthousiastes face à ce projet et ces derniers souhaitent qu'il contribue au rayonnement et à la notoriété des régions en plus de générer des retombées économiques intéressantes sur leur territoire.

metro

POSTE À COMBLER POUR ASSURER LA CONCERTATION RÉGIONALE

La Conférence régionale des élus (CRÉ) de la Vallée-du-Haut-Saint-Laurent cherche présentement à pourvoir le poste de Commissaire représentant le secteur du détail ou grossiste en alimentation au sein de sa Commission Agroalimentaire.

Ce poste exige la participation à environ quatre rencontres par année, ainsi qu'une implication volontaire au sein de différents comités de travail. Ceci dans le but d'aider à définir et à mettre en œuvre des stratégies d'intervention concertées misant sur l'ensemble des ressources régionales, dans une perspective d'occupation dynamique du territoire.

Les personnes intéressées à contribuer activement au développement de leur secteur à l'échelle régionale ou à obtenir plus d'information sur la démarche de la CRÉ sont invitées à communiquer avec Angelica Fernandez, conseillère en développement agroalimentaire, au 450 370-1881 poste 268 ou à l'adresse angelica.fernandez@crevhsl.org.

Information supplémentaire disponible sur le site de la CRÉ VHSL : www.crevhsl.org



LA CERISE SUR LE GÂTEAU

ENFIN DISPONIBLE!

-  Destiné aux commis vendeurs de produits de pâtisserie et aux apprentis pâtisseries du programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT)
-  Contient plus de 250 photos et illustrations
-  Décrit les principaux produits de pâtisserie vendus au Québec
-  Permet aux commis de mieux répondre aux questions de plus en plus complexes des clients
-  Présente les principales matières premières et les préparations de base
-  Explique les différentes étapes et techniques de confection des produits de pâtisserie
-  Contient un lexique de plus de 350 termes de la pâtisserie

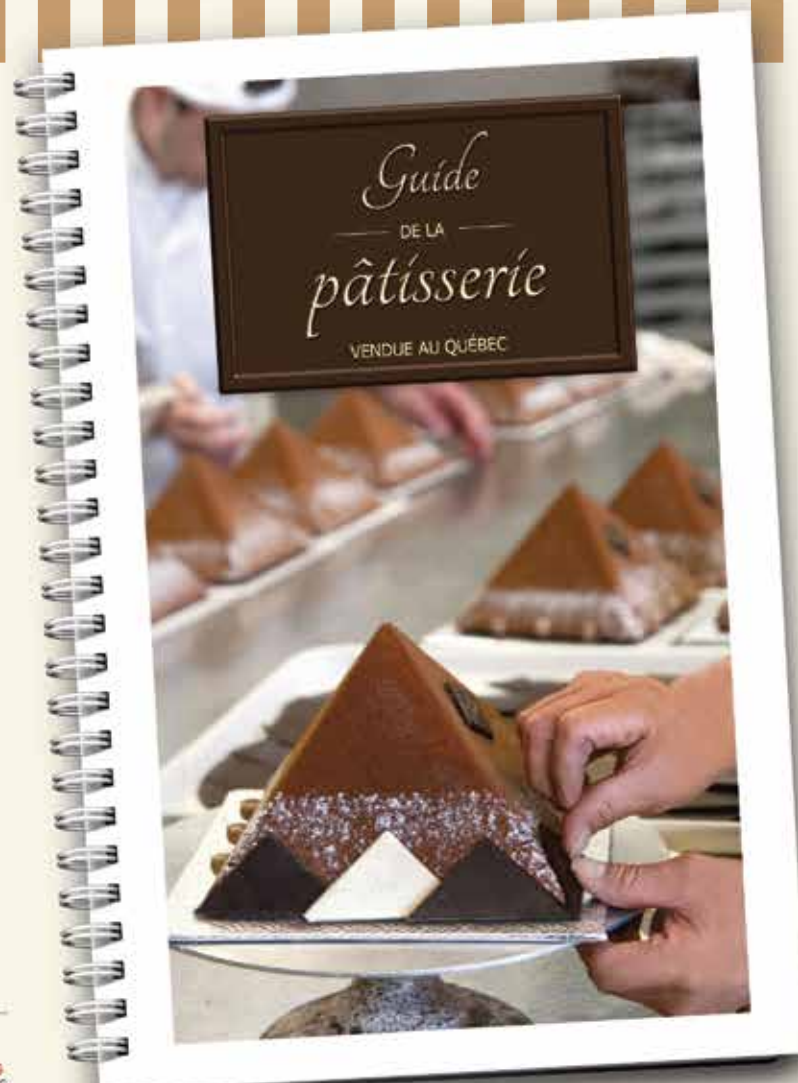
Une réalisation de

Commission
des partenaires
du marché du travail
Québec

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

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





CANADA

**FABRICANT DE COMPTOIRS RÉFRIGÉRÉS
POUR LES SUPERMARCHÉS,
BOUCHERIES, FROMAGERIES, POISSONNERIES,
RESTAURANTS, FRUITERIES, PÂTISSERIES, DÉPANNEURS**

TEMPÉRATURE
DE SUCCION
+20°F

MODÈLE PL05-5
BTU/PI: 1425

COMPTOIR PRODUITS LAITIERS



TEMPÉRATURE
DE SUCCION
+34°F

MODÈLE MONTRÉAL
BTU/PI: 330

COMPTOIR PRODUITS LAITIERS AVEC PORTES DISPONIBLE ÉGALEMENT AVEC CHARGEMENT ARRIÈRE



CANADA

18, rue Richelieu, Lacolle (Québec) J0J 1J0 CANADA
Tél. : 450 246-3837 • 1 800 363-3439 • Téléc. : 450 246-4428
www.arnegcanada.com

