

RADAR

Association des détaillants en alimentation du Québec

■ novembre - décembre 2008

Heures d'ouverture **Entente historique**

Nouvelle chronique

Info-Crime
Placement

CSST : Les changements
à signaler

MISSION PRÉVENTION
Le coffre-fort

**Congrès
annuel A.D.A.**

Spécial de la
Présidente p.7

Escouade
jeunesse
NATREL p.8

Sommaire

- Mot de la présidente **03**
Mot du président-directeur général **03**



- Congrès A.D.A. 2008 **06**
CSST : Les changements à signaler **11**
Suivi des dossiers **12**



- Mission prévention : Le coffre-fort **21**
Ressources Humaines : Du temps pour tout **22**
Placement : Changement de comportement **24**



- Info-Crime **25**
Table de concertation agroalimentaire du Québec **27**

Écran-Radar



**Association
des détaillants
en alimentation
du Québec**

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



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

Président-directeur général
Florent Gravel
fgravel@adaq.qc.ca

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

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

Conception et infographie
komunik intramedia

Impression
komunik intramedia

Parution: cinq fois par année

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Comité exécutif

Annick Gazaille, *Présidente*
Serge Bernier, *Vice-président*
Christian Jasmin, *Trésorier*
Daniel Choquette, *Secrétaire*

Administrateurs

Dominic Arsenault
Jacques Falardeau
Yan Gladu

Yves Labrecque
Martin Racicot

Mario Sauvé
Bruno Vincent

PERMANENCE DE L'A.D.A.

Florent Gravel
Président-directeur général
Pierre-Alexandre Blouin
Directeur-Affaires publiques
Nathalie Poulin
Directrice, Communications et événements

Manon Dextras
Directrice-Finances et administration
Ginette Desjardins
Adjointe au président-directeur général
Francine Maynard
Réceptionniste

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



Annick Gazaille
IGA Magog

Mot de la présidente du conseil

Un changement de poste, ça se prépare

Moment plutôt difficile... Les mots ne me viennent pas aisément. Bon, il s'agit en fait de mon dernier texte en tant que présidente de votre conseil d'administration. *Voilà, c'est dit.*

Pour vous, les choses ne changeront pas vraiment, votre RADAR sera toujours aussi pertinent et l'équipe de l'A.D.A. sera toujours aussi présente à vos côtés pour défendre vos droits. Je tiens à remercier, le cœur serré mais la tête remplie de beaux moments, l'équipe de la permanence de l'A.D.A. Merci Florent, Ginette, P-A, Nathalie, Manon, Catherine, Francine, Louise et Pascale. Merci d'avoir été des complices dans toutes mes aventures.

À vous tous maintenant *marchands membres du conseil d'administration, présidentes et présidents de région et marchands de tout le Québec, je tiens à vous dire MERCI pour votre support et votre fidélité!* Merci d'avoir apprécié, critiqué ou commenté mes coups de tête et mes coups de cœur et surtout, merci d'avoir été la réelle source de ma détermination.

Pour moi, cela a été un privilège de contribuer à la mise en place et à la continuité des Régionales de l'A.D.A., de défendre nos vins du terroir, de faire que les marchands puissent se rassembler afin de revendiquer leurs demandes dans plusieurs dossiers, tels que Loto-Québec, négociations pour un dédommagement du tri des bouteilles de bière vides, heures d'ouverture, etc. Maintenant, le temps n'a jamais été aussi propice pour renforcer le dialogue entre les régions, j'appelle cela «rouler sur son air d'aller». *La planète se mondialise, l'A.D.A. elle, se régionalise.* L'A.D.A. dispose d'atouts indéniables pour devenir **un des pôles régionaux les plus dynamiques du Québec.**

À mon entrée en poste à la présidence, voilà bientôt 4 ans, des marchands s'étaient exprimés lors d'un reportage vidéo tourné à notre tournoi de golf annuel; chacun des marchands était porteur d'un rêve. Et le mien était de contribuer à les réaliser! En cela, j'espère avoir été à la hauteur de vos attentes, chers marchands.

Cela dit, des départs entraînent nécessairement des arrivées et dans ce contexte, j'ai le plaisir, à titre de présidente du conseil d'administration, de vous inviter à assister à notre prochaine assemblée annuelle, afin entre autres, de choisir vos représentants au conseil d'administration. L'assemblée se tiendra dans le cadre du congrès, le 29 novembre prochain, au Château Frontenac de Québec. Lors de cette assemblée, vous serez donc appelé(e), en tant que marchand, à vous prononcer à l'égard de points spécifiques :

- rapports annuels de la présidente, du président-directeur général et du trésorier
- états financiers vérifiés
- choix des Vérificateurs
- ratification des actes du conseil d'administration
- élection des administrateurs
- résolutions et toutes autres questions dont l'assemblée pourrait être saisie.

Votre participation au congrès de l'A.D.A. est des plus importantes. Ce sera l'occasion de valider ou de bonifier nos orientations et nos stratégies afin de déterminer lesquelles seront prioritaires pour les années à venir.

En terminant, j'aimerais également remercier tous nos membres fournisseurs, pour leur support et leur présence aux événements de l'A.D.A. tout d'abord, et pour leur collaboration dans des dossiers d'intérêt commun où ensemble, nous discutons afin de trouver les meilleures solutions pour tous.

Je crois sincèrement qu'il sera toujours dans notre meilleur intérêt de mettre nos efforts en commun et de travailler ensemble à trouver des solutions qui nous permettront de relever efficacement les défis qui nous guettent. Grâce à un membership fort et à l'appui de nos partenaires fournisseurs, nous comptons surpasser encore vos attentes pour la prochaine année.

Chers marchands et chers partenaires, au grand plaisir de vous rencontrer à Québec en cette fin novembre et d'en discuter.



Florent Gravel

Mot du président-directeur général

Développements dans les dossiers... de bonnes nouvelles!

Jeudi, le 9 octobre dernier, le Ministre Bachand tenait une conférence de presse annonçant une modification au dossier des **heures d'ouverture**. On se souviendra qu'en 2006, nos membres de petites surfaces avaient permis une modification des heures le samedi et dimanche et qu'ils n'avaient rien eu en échange. On se souviendra aussi que le positionnement de Couche-Tard avait complètement annulé la possibilité de conclure une entente pour les jours fériés.

L'A.D.A. est très fière d'avoir réussi à rapprocher les parties afin de permettre la fermeture des plus de 4 000 pi.ca. durant cinq jours et demi. Je tiens à remercier Louis Bolduc de la FTQ, Denis Brisebois de Metro, Pierre Sévigny de Sobey's et Daniel Tremblay de Provigo pour l'ouverture d'esprit qu'ils ont démontré tout au long de ces négociations. Merci également au Ministre Bachand qui a tenu parole à mon égard, soit de revoir ce point si une entente intervenait entre les parties. Assurément, l'A.D.A. défend les intérêts de ses membres de petites surfaces et elle a à cœur leur réussite.

De plus, le 10 octobre, nous étions présents à la journée de la **francisation des entreprises** de moins de 50 employés et j'ai soumis au Ministre Bachand un projet qui permettrait à nos membres de petites surfaces d'obtenir une subvention afin de leur permettre de **s'équiper en ordinateurs**, car à mon avis, il est illogique qu'en 2008 plusieurs de nos membres n'aient pas d'adresse courriel; il est essentiel de pouvoir communiquer avec eux facilement surtout avec ce que nous avons connu avec les produits Maple Leaf et les fromages.

En parlant des **fromages**, nous avons participé aux discussions avec le MAPAQ concernant le programme mis sur pied. Bien que le Ministre Lessard ait annoncé qu'il n'y aurait aucun dédommagement pour les pertes, ce dernier a très bien entendu notre message et il a mis sur pied un programme de relance pour cette catégorie. En espérant que ce programme réponde à vos attentes, grâce à un investissement de 8,4 millions de dollars.

Vous êtes tous au courant que le Comité de bière a fait une demande afin que vous soyez compensés pour la reprise des **bouteilles de bière**. Bien que Molson et Labatt aient reconnu ce droit fondamental, au moment d'écrire ces lignes, aucune entente n'a été conclue, mais j'ai bon espoir qu'une nouvelle positive devrait être en vigueur pour janvier 2009.

En ce qui a trait à la **contrebande du tabac**, nous avons participé à la mise en place d'un projet pilote à Laval avec un investissement de 580 000 \$ du Ministère de la Santé, ce qui a permis au Service de police de Laval de créer une escouade dédiée à ce fléau. Ce **projet VITAL** (pour vente illégale du tabac à Laval) commence à rapporter des dividendes et nous espérons que le ministère permettra à d'autres escouades similaires de voir le jour.

Nous avons aussi signé **un protocole d'entente avec INFO-CRIME**, plus de détails vous sont présentés à la page 25. Cette nouvelle alliance, nous l'espérons, rapportera elle aussi les dividendes escomptés.

Notre présence dans les journaux, à la radio ainsi qu'à la télévision démontre à quel point votre association se préoccupe des dossiers qui vous concernent et que son opinion est sollicitée par les médias. Plusieurs autres dossiers sont sur la table et nous continuons à défendre vos intérêts : **lait, bière, consigne, traçabilité, salubrité, cartes de crédit et de débit, etc.**

N'oubliez pas le congrès annuel les 28-29-30 novembre prochain. Si vous n'êtes pas encore inscrit, je vous incite vivement à le faire. Un programme des plus intéressants vous attend.

Aussi, venez saluer le départ de votre Présidente, Annick Gazaille, qui, durant ces trois années et demie en poste s'est dévouée corps et âme à défendre vos intérêts et à positionner votre association au sommet sur l'échiquier du monde alimentaire. Elle mérite toute mon admiration et j'espère que vous serez nombreux à répondre à ma demande de venir l'applaudir chaudement.

C'est un rendez-vous pour vous tous marchands, fournisseurs et partenaires !



**MIEUX
CONSOMMER**

POUR MIEUX PERFORMER



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

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

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

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

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

UN CHOIX D'AFFAIRES RENTABLE ET RESPONSABLE.



Le régime de retraite INDIVIDUEL

Pour bon nombre de personnes qui planifient leur retraite, le REER constitue une bonne stratégie. Par contre, pour les propriétaires d'entreprises ou les cadres supérieurs dont les revenus exigent une stratégie de report d'impôts plus optimale, le régime de retraite individuel (RRI) peut s'avérer une option encore plus intéressante.

Qu'est-ce qu'un RRI?

Un RRI est un régime de retraite à prestations déterminées conçu pour une seule personne. C'est donc le montant des prestations payables à la retraite qui est prédéterminé et non le montant des cotisations permises comme c'est le cas pour un REER.

Le principal avantage d'un RRI : la déduction fiscale

Bien que chaque cas doive être étudié séparément, un RRI offre en général la possibilité de cotiser des montants déductibles d'impôt supérieur à ceux qui sont permis en vertu d'un REER, et ce, de trois façons différentes.

• Tous les ans, il est possible d'y verser des cotisations supérieures à celles qui sont permises par un REER.

Le montant de la cotisation que vous devez verser dans un RRI pour assurer le financement de vos prestations de retraite dépend de votre âge, de votre salaire, des sommes que vous avez déjà accumulées, du rendement de vos placements et de la formule utilisée.

• À l'établissement du régime ou par la suite, il est possible de procéder au rachat des années de service que vous avez accumulées.

En cotisant pour les années de service que vous avez accumulées avant l'établissement du régime, vous pouvez obtenir une déduction fiscale à laquelle vous n'auriez pas droit autrement.

• Pour terminer, à la retraite, il est possible de bonifier le régime en y ajoutant des montants qui ne peuvent pas être encaissés avant la retraite.



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

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

Sojolie Inc.
500, Boul. St-Martin Ouest bureau 220, Laval, (QC) H7M 3Y2
Téléphone : 450-629-0342 ext 234
Téléphone sans frais : 1-888-756-0342 ext 234
Télécopieur : 450-668-5414 / 1-888-668-5414
Adresse courriel : norm.lafrance@sympatico.ca



**ALAIN BRUNET NOMMÉ
VICE-PRÉSIDENT ET
CHEF DE L'EXPLOITATION
DE LA SAQ.**

Le conseil d'administration de la Société des alcools du Québec (SAQ) a le plaisir d'annoncer la nomination de monsieur Alain Brunet à titre de vice-président et chef de l'exploitation. Ce poste, nouvellement créé, vise à doter l'entreprise d'une plus grande stabilité opérationnelle et commerciale à long terme.

Fort d'une expérience de 25 ans au sein de la SAQ, monsieur Brunet aura pour mandat principal de diriger les divisions de l'Exploitation des réseaux de vente, de la Logistique et distribution ainsi que de la Commercialisation. Ses connaissances du milieu des boissons alcooliques et plus particulièrement de la gestion des opérations, ainsi que sa grande capacité à établir des relations productives tant avec les employés qu'avec les intervenants de l'industrie, constituent des atouts de première importance pour cette fonction stratégique.

Site internet A.D.A.

www.adaq.qc.ca

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

Efficace, sécuritaire et confidentiel !

Inscrivez-vous en ligne pour le congrès A.D.A. 2008

- Affichez vos offres d'emploi
- Affichez vos petites annonces

Contactez-nous pour obtenir votre code d'utilisateur.



Afin de maximiser nos efforts, il est impératif de maintenir le réseau de communication qui nous unit et nous avons maintenant tous les moyens de le faire et de bien le faire. Aidez-nous à accélérer le processus de mise à jour des données en nous contactant. De plus, n'hésitez pas à nous rapporter toute nouvelle ou commentaire pour optimiser nos services.

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

Vendredi 28 novembre 2008

- 16h00 – 18h00 Inscription
- 18h00 – 18h30 Cocktail - Ouverture officielle
- 18h30 – 00h00 **Soirée BAL EN BLANC NATREL**
- Mot de bienvenue de la Présidente Mme Annick Gazaille
 - Dîner et spectacle FABULOUS LAS VEGAS avec les Productions Éric Quentin

Samedi 29 novembre 2008

- 08h00 – 18h00 Inscription
- 07h30 – 09h00 Petit déjeuner
- 08h30 – 09h15 **Conférence : L'efficacité énergétique c'est payant!**
- Le virage vert de Sobey's; des exemples concrets de mesures en efficacité énergétique qui génèrent d'importantes économies.
- Conférencier : Simon Bérubé, directeur principal, aménagement commercial, Sobey's
- Conférencier : Stéphane Gendron, responsable du marché commercial, Hydro-Québec Distribution
- 09h15 – 10h15 **Conférence : Dauphin, requin et carpe : usage et mode d'emploi**
- Comment se positionner pour une relation de collaboration avec tout le monde.
- Conférencière : Mme Marie Doye, associée, consultante et formatrice, responsable du développement pour Réseau DOF
- 10h15 – 10h30 Pause-Santé
- 10h30 – 11h30 **Conférence : Comment exploiter mes employés!**
- Pour mieux atteindre vos objectifs, pourquoi ne pas exploiter vos employés!
- Conférencier : M. Alain-Samson, société-conseil Alain Samson
- 11h30 – 12h30 **Conférence : Les forces de la Passion**
- À la découverte de son feu sacré
- Conférencier : M. Gérard Ouimet, Ph. D., professeur agrégé de Psychologie organisationnelle au service de l'enseignement du management au HEC Montréal
- 12h30 – 14h00 Dîner buffet
- 14h00 – 15h15 **Table ronde : Qu'attendez-vous de votre association?**
- Intervenants : Annick Gazaille, Florent Gravel
- 15h15 – 16h30 Assemblée annuelle (membres A.D.A. seulement)
- 16h30 – 17h00 Conseil d'administration A.D.A. (réservé aux administrateurs)
- 17h30 – 18h00 Cocktail
- 18h00 – 00h00 **Gala « Le Temple de la renommée A.D.A. 2008 »**
- Dîner et spectacle de Marco Calliari

Dimanche 30 novembre 2008

- 08h30 – 09h30 Petit déjeuner buffet
- 09h30 – 10h30 Mot de la présidence du Conseil d'administration
- Conférence : « Le feu sacré du S.U.C.C.È.S. »**
- Comment les gagnants réussissent-ils à obtenir des résultats exceptionnels dans tous les aspects de leur vie!
- Conférencier : M. Patrick Leroux CSP, conférencier-auteur-entrepreneur
- 10h30 Clôture du congrès

Le Bal en Blanc

Vendredi soir, le Château Frontenac sera pris d'assaut par l'ambiance féérique du temps des fêtes.

Venez célébrer avec nous l'ouverture officielle du congrès de l'A.D.A. 2008, au Bal en blanc Natrel.

Mesdames, parez-vous de vos plus beaux atours blancs et veillez à ce que votre cavalier soit tiré à quatre épingles.

Un rendez-vous à ne pas manquer, qui marquera en grand et en blanc, le début des grandes festivités.

Activité pour les conjoints

La passion des vins

Samedi en avant midi vous aurez le loisir de vous inscrire à une initiation sur les vins.

- Initiation aux vins
- Accords mets et vins
- Dégustation de produits



Congrès 2008



Venez goûter
à la cuisine
du prestigieux
chef Jean Soulard

Congrès annuel A.D.A.

★
Spécial
de la
présidente

28 au 30 novembre 2008
Château Frontenac
de Québec

L'inscription complète inclut pour deux personnes

28 novembre : cocktail d'ouverture,
dîner et soirée

29 novembre : petit-déjeuner, conférences,
déjeuner-buffet, cocktail, dîner et la soirée
Gala Temple de la renommée 2008

30 novembre : petit-déjeuner et conférence
de clôture

INSCRIPTION À LA CARTE

Soirée d'ouverture 2008

(Cocktail, dîner et soirée)

vendredi 28 novembre 2008 à compter de 18h
225 \$ / pers. (+ taxes)

Soirée Gala Temple De la Renommée A.D.A. 2008

(Cocktail, dîner et Gala)

samedi 29 novembre à compter de 18h
350 \$ / pers. (+ taxes)

Fairmont
LE CHÂTEAU FRONTENAC
QUÉBEC

1(888) 610-7575

Formulaire d'inscription détaillant

INSCRIPTION COMPLÈTE

	membre	non-membre
dépanneur	600 \$ 400 \$	800 \$
épicerie – de 6000 pi ²	800 \$ 600 \$	1000 \$
épicerie + de 6000 pi ²	1000 \$ 800 \$	1200 \$

NB : L'inscription complète est valide pour une (1) personne et son (sa) conjoint(e).

FRAIS D'INSCRIPTION CONGRÈS A.D.A. 2008

_____ \$ + _____ \$ = _____ \$ + _____ \$ = _____ \$
TOTAL AVANT TAXES TPS (5%) SOUS-TOTAL TVQ (7,5%) GRAND TOTAL

Entreprise _____

Adresse _____

Ville _____

Province _____

Code Postal _____

Courriel _____

Téléphone _____

Télécopieur _____

Allergies alimentaires ☐ Oui ☐ Non

Si oui, précisez _____

Nom (délégué(e) et conjoint(e)) _____

Prénom _____

☐ Visa ☐ Chèque à l'ordre de : A.D.A.
☐ Master Card

Nom du détenteur _____

No. de carte _____

Date d'expiration _____

Signature _____

Important : Vous devez réserver vos chambres
avec le Fairmont Château Frontenac
Votre code de réservation est : **ADA-05**
N'oubliez pas de le mentionner

Aucun remboursement après le 31 octobre 2008;
les substitutions sont acceptées. Le paiement
complet doit être fait pour que l'inscription
soit valide.

Retournez ce formulaire d'inscription

PAR TÉLÉCOPIEUR
PAR LA POSTE

514-849-3021

300, rue Léo Pariseau, bureau 1100, Place du Parc, Montréal (Québec) H2X 4C1

Place à la
RELEVÉ

NOUVEAU

Escouade jeunesse



**Congrès annuel
A.D.A.**

28 au 30 novembre 2008



Inscription par enfant **100\$ + taxes**

- Incluant souper et activité en soirée, vendredi 28 novembre.
- Journée d'activité comprenant le déjeuner, le dîner et le souper, samedi 29 novembre.
- Brunch de clôture, dimanche 30 novembre

Activités, ateliers et sorties sont prévus pour amuser les enfants tout au long du congrès. Toutes les informations vous seront remises sur place au kiosque d'inscription.

Fairmont
LE CHÂTEAU FRONTENAC
QUÉBEC

Formulaire d'inscription 17 ans et moins

FRAIS D'INSCRIPTION CONGRÈS A.D.A. 2008

_____ \$ + _____ \$ = _____ \$ + _____ \$ = _____ \$
TOTAL AVANT TAXES TPS (5%) SOUS-TOTAL TVQ (7,5%) GRAND TOTAL

Entreprise _____

Adresse _____

Ville _____

Province _____

Code Postal _____

Courriel _____

Téléphone _____

Télécopieur _____

Allergies alimentaires

☐ Oui

☐ Non

Si oui, précisez _____

Prénom _____

Nom _____

Âge _____

☐ Visa ☐ Master Card ☐ Chèque à l'ordre de : A.D.A.

Nom du détenteur _____

No. de carte _____

Date d'expiration _____ / _____

Signature _____

Retournez ce formulaire d'inscription

PAR TÉLÉCOPIEUR
PAR LA POSTE

514-849-3021

300, rue Léo Pariseau, bureau 1100, Place du Parc, Montréal (Québec) H2X 4C1

- Les voleurs sortent-il de votre magasin par une porte d'entrée non protégée sans régler leurs achats ?
- La main-d'oeuvre et les ressources dont vous disposez sont-elles suffisantes pour surveiller l'entrée de votre établissement ?



Le "sheriff" une nouvelle norme en matière de sécurité à l'entrée des magasins



Integral a conçu une barrière de sécurité à double bras réservée au trafic entrant. Vous pourrez ainsi réduire le nombre des gardiens de sécurité et permettre à vos employés de se consacrer à la vente.

- **Le Sheriff se verrouille automatiquement lorsqu'un client essaie de sortir par l'entrée du magasin**
- **Son design compact libère de l'espace utile**
- **Des alertes visuelles et sonores permettent de prévenir le personnel en cas de vol**
- **Un message sonore accueille les clients à l'entrée du magasin**

Les clients entrent dans le magasin par une seule voie d'entrée. Vous évitez du même coup le vol à l'étalage et réduisez les pertes.



N'hésitez pas à nous contacter pour obtenir une évaluation en ligne

ÉPICIER CANADIEN INDÉPENDANT DE L'ANNÉE 2008

CANADIAN FEDERATION OF INDEPENDENT GROCERS • FÉDÉRATION CANADIENNE DES ÉPICIERS INDÉPENDANTS

AIMERIEZ-VOUS FAIRE ÉVALUER VOTRE MAGASIN?



Daniel Plouffe, Jean-Claude Plouffe, et Patrick Plouffe
Supermarché J.P.V. Plouffe, Magog, QC
Gagnant du Prix Or, Catégorie des Grandes Surfaces

**NOUS OFFRONS UN
SERVICE DE
CONSULTATION
COMPLET DE VOS
OPÉRATIONS ET DE
VOTRE PERFORMANCE.**

- **Service de
consultation à
PRIX ABORDABLE**
- **Évaluation objective
de vos opérations du
POINT DE VUE DE
VUE DE VOS
CONSOMMATEURS**
- **Outil pour vous aider à
ÉTABLIR LES OBJECTIFS
DE VOTRE PERSONNEL
ET POUR EN AMÉLIORER
LE RENDEMENT**
- **Chance de gagner
l'un des nombreux prix
de RECONNAISSANCE
NATIONALE**

**POUR PLUS
D'INFORMATION,
CONTACTER NOUS AU
1.800.661.2344 OU PAR
COURRIEL AU
KKWO@CFIG.CA.**

**Réservé exclusivement aux
membres de la FCEI et de l'ADA.*



Les changements à signaler

L'employeur doit faire part à la CSST de tout changement qui survient dans son entreprise ou dans un de ses établissements. Il s'assure ainsi que son dossier est tenu à jour. Certains changements doivent être signalés à la CSST dans des délais prévus par la loi.

Liste des changements à signaler

- **Nouveau répondant** en matière de financement : nom et coordonnées de la personne avec qui la CSST peut communiquer au sujet du dossier;
 - **Nouveau numéro de téléphone** pour joindre le répondant en matière de financement;
 - **Nouvelle adresse**, qu'il s'agisse de l'ouverture d'un nouvel établissement, du changement d'adresse de l'entreprise ou d'un de ses établissements ou d'une modification de l'adresse de correspondance;
 - **Modification des activités** de l'entreprise ou des activités d'un de ses établissements;
 - **Transfert d'activités** à une autre entreprise;
 - **Cessation des activités** de l'entreprise ou cessation des activités dans un de ses établissements;
 - **Exploitation sans travailleurs** de l'entreprise ou d'un de ses établissements;
 - **Modification du nom de l'entreprise** (effectuée à l'aide des statuts de modification ou des lettres patentes supplémentaires);
 - **Changement de forme juridique** après l'obtention d'un nouveau numéro d'entreprise du Québec, auprès du Registraire des entreprises;
 - **Constitution d'une entreprise** en personne morale;
 - **Faillite ou proposition** concordataire;
 - **Acquisition ou location** d'une entreprise ou d'un établissement (en totalité ou en partie);
 - **Fusion** d'entreprises;
 - **Vente ou location** d'une entreprise ou d'un établissement (en totalité ou en partie);
- Etc.

Quand informer la CSST des changements survenus ?

L'employeur qui effectue des changements significatifs dans la nature de ses activités dans son entreprise ou dans un de ses établissements doit en informer la CSST dans les 14 jours suivants la modification.

L'employeur qui, à la suite d'une opération, poursuit les activités d'un autre employeur est tenu d'en informer la CSST **au plus tard** en remplissant sa prochaine « Déclaration des salaires ». Cependant, si la nature des activités exercées dans son entreprise s'en trouve modifiée de façon significative, la Loi sur les accidents du travail et les maladies professionnelles prévoit que l'employeur doit en informer la CSST **dans les 14 jours suivants la modification**.

Celui qui devient employeur à la suite d'une opération visée par le Règlement sur l'utilisation de l'expérience doit s'inscrire à la CSST **dans les 14 jours qui suivent le début de ses activités** et lui fournir, **dans les 60 jours**, les renseignements nécessaires sur la nature de ses activités et l'informer qu'il poursuit les activités d'un autre employeur à la suite d'une opération.

Dans tous les cas, il vaut mieux prévenir la CSST **au plus tôt** du changement survenu, pour ainsi réduire les intérêts entraînés par une augmentation de la masse salariale déjà déclarée et, le cas échéant, bénéficier le plus rapidement possible d'une diminution du taux de prime.

Comment informer la CSST ?

- Au moment de produire la « Déclaration des salaires », l'employeur peut signaler tout changement qui est survenu dans son entreprise ou dans l'un de ses établissements en remplissant la section Changements à signaler du formulaire « Déclaration des salaires ».

Si l'employeur coche une des cases A à J de la section Changements à signaler de la « Déclaration des salaires », un agent communiquera avec lui, s'il y a lieu, pour apporter les modifications nécessaires à son dossier.

Si l'employeur a cessé ses activités ou vendu son entreprise, il doit joindre à sa « Déclaration des salaires » une copie du « Sommaire des retenues et des cotisations de l'employeur » (Sommaire 1 - Revenu Québec) ainsi que le nom et les coordonnées de l'acquéreur, s'il y a lieu.

- En cours d'année, l'employeur peut signaler tout changement en remplissant le formulaire en ligne « **Changements à signaler** » ou en communiquant avec un agent du **bureau de la CSST** de sa région.

Consulter la section *À propos du Règlement sur l'utilisation de l'expérience* pour connaître les obligations prévues lors d'un changement résultant d'une acquisition ou d'une fusion d'entreprises, d'une cession, d'un transfert d'activités, de la constitution d'une entreprise en personne morale, d'un changement de statut juridique ou de toute autre situation analogue.

Pour plus de renseignements, communiquer avec un agent du **bureau de la CSST** de votre région.



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.



Alcool

Encore de la bière et du vin au prix du gros, chez Costco !

Contre toute attente,
Costco gagne sa cause



Le Tribunal administratif du Québec (TAQ) a permis tout un revirement, puisque contrairement aux décisions précédentes de la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ), il juge que le commerce Costco de Laval respecte les dispositions (51 % de denrées alimentaires) d'un détenteur de permis d'alcool catégorie épicerie.

Le TAQ s'est rendu aux arguments des avocats de Costco, considérant que le calcul de la surface d'étalage n'est pas suffisamment adapté et applicable à ce type d'établissement (entrepôt). Le TAQ conclut que d'autres éléments, comme le pourcentage des ventes de denrées, doivent nécessairement être pris en considération pour assurer le respect des conditions établies et la volonté exprimée par le législateur.

L'A.D.A. est particulièrement déçue de cette interprétation qui porte préjudice aux véritables détaillants alimentaires et pourrait servir de précédent à l'invasion du commerce de l'alcool.

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



Heures d'affaires

Entente historique entre les différents types de détaillants

C'est avec plaisir que le président-directeur général de l' A.D.A., Florent Gravel, s'est joint au ministre Raymond Bachand et aux représentants de la FTQ, de Metro-Richelieu, de Loblaw, de Sobeys Québec et des Travailleurs et travailleuses unis de l'alimentation et du commerce Canada (TUAC) pour annoncer la prépublication d'un projet de règlement sur les heures et les jours d'admission dans les établissements commerciaux.

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

- le 1^{er} janvier
- le dimanche de Pâques
- le 24 juin
- le premier lundi de septembre (fête du Travail)
- le 25 décembre
- le 26 décembre (avant 13 h)

« En décembre 2006, Québec avait assoupli la réglementation des quatre employés les soirs de fins de semaine, mais l'appétit de certains intervenants n'avait pas permis l'atteinte d'un accord de l'industrie sur les journées fériées. L'A.D.A. avait un consensus de son assemblée annuelle sur cette question, et il n'était pas question d'abandonner si près du but. Nous sommes très heureux du dénouement », explique Florent Gravel.

Les établissements d'alimentation de petite surface (375 mètres carrés et moins de surface de vente) pourront assurer leur fonctionnement normal sans restriction du nombre d'employés durant ces journées fériées, pour répondre aux besoins des consommateurs. Quant aux pharmacies, avec le régime actuel, le maximum de quatre employés en fonction à ces dates est maintenu. Finalement, le 2 janvier et le 1^{er} juillet, tous les établissements d'alimentation et les pharmacies pourront opérer sans restriction du nombre d'employés, pour mieux desservir la population.



« En plus de maintenir les conditions de concurrence entre les établissements d'alimentation de grande surface et d'offrir aux établissements d'alimentation de petite surface de nouvelles possibilités d'affaires lors de certains jours fériés, ce projet de règlement favorise la conciliation travail-famille, en permettant à plusieurs employés de bénéficier de congés additionnels. Les travailleurs des grands magasins d'alimentation pourront donc être avec leur famille à Noël », a conclu le ministre Bachand.

En 2006, les grandes surfaces ont obtenu un assouplissement de la règle des quatre employés la fin de semaine, et aujourd'hui le retour d'ascenseur permet aux petites surfaces quelques journées d'exclusivité pour pouvoir demeurer en affaires et aux employés du secteur d'obtenir des congés fériés fermés.

L'A.D.A. tient à féliciter ses membres pour cet avancement significatif. Nous avons obtenu la résolution négociée d'un dossier qui déchirait pourtant nos différents types de membres depuis des années. Malgré les divergences d'opinions, tous les types de surfaces, grandes comme plus petites, peuvent aujourd'hui se féliciter d'avoir su mettre suffisamment d'eau dans leur vin pour pouvoir bénéficier d'avancées pour chacun des secteurs.

On peut s'attendre à l'introduction des nouvelles dispositions dès Noël, puisque l'ADQ et le PQ ont donné leur accord au projet.

Zones touristiques

Certains de nos membres nous ont manifesté leur mécontentement relativement aux zones touristiques, qui rendent selon eux l'application de la *Loi sur les heures d'ouverture et les jours d'admission* inéquitable selon l'endroit sur le territoire.

Cependant, les zones touristiques relèvent d'une autre loi et d'un autre ministère. Cette question doit donc suivre sa propre révision réglementaire; elle sera débattue à notre assemblée annuelle de novembre prochain, puisqu'une proposition devrait être présentée en ce sens.

Prescription des pharmacies

Les chaînes de pharmacies se disent choquées, puisque le ministre n'a pas donné suite à leur demande de prolonger leurs heures d'ouverture sans avoir à se plier à la restriction des « quatre employés » la fin de semaine, de 17 h à 20 h. Il est plutôt ironique que les pharmacies qui ont augmenté significativement leurs surfaces pour pouvoir vendre plus de papier hygiénique et de produits d'épicerie se disent maintenant incapables de répondre à leur clientèle avec quatre employés. S'il est si « essentiel » d'assurer la disponibilité des médicaments, peut-être devrions-nous nous assurer que les médicaments en vente libre soient disponibles dans tous les points de vente au détail ?

Sécurité alimentaire

Après la listériose, la relance des fromages québécois



Il est primordial de rétablir la confiance des consommateurs, mais également des détaillants, envers les fromages québécois, puisque ces deux groupes ont malheureusement réduit leurs achats à la suite de l'éclosion de *Listeria*. C'est dans cette optique que tout au long de la crise et des importants rappels, l'A.D.A. a toujours privilégié la collaboration avec les autres organismes concernés.

L'A.D.A. est aujourd'hui très satisfaite que le gouvernement ait reconnu que les détaillants de fromages fins et artisanaux québécois constituent un maillon essentiel pour soutenir la croissance de ce secteur d'activité qui a connu un développement important au cours des dernières années.

Il était néanmoins incontournable que le plan de relance annoncé par le ministre Lessard offre des solutions aux fabricants touchés directement ou indirectement, mais n'oublie pas non plus leurs principaux ambassadeurs auprès des consommateurs québécois, soit les détaillants de fromages fins et artisanaux québécois.

Bien que tout ne soit pas encore entièrement ficelé, nous sommes convaincu que le Programme d'appui à la commercialisation des fromages québécois 2008-2009 arrivera à atténuer les effets postérieurs à la gestion de la crise, soit la chute inquiétante des commandes auprès des fabricants de fromage.

Les 160 entreprises les plus directement touchées par les récents rappels et dont la saisie de fromages a été supérieure à 20 kilogrammes au cours des mois d'août et de septembre 2008 devraient tous avoir reçu des lettres leur expliquant les étapes à venir ainsi que les conditions à observer pour pouvoir participer au programme.

Par deux volets, l'**achat de fromages fins et artisanaux québécois** et la **promotion en magasin**, le présent programme vise à relancer l'industrie

des fromages québécois et à redonner confiance aux consommateurs envers ces fromages, ainsi qu'à éviter une rupture d'approvisionnement à une période critique de l'année.

Sur un budget global de 8,4 M\$, c'est 1,5 M\$ qui sera investi par le MAPAQ directement dans le secteur du détail. Le montant total de l'aide financière octroyée à une entreprise en vertu de ce programme pourra atteindre un maximum de 50 000 \$. Les entreprises visées, dont les ventes de fromage ont représenté plus de 50 % du chiffre d'affaires, pourront toutefois toucher le maximum.

En terminant, l'A.D.A. aura deux représentants sur le Groupe qualité de nature technique visant l'innocuité des fromages : il s'agit de M. Ian Picard de la Fromagerie Hamel, ainsi que M. Mario Martel des Supermarchés G.P.

Pour plus de détails sur le Plan de développement et de croissance du secteur des fromages fins québécois, n'hésitez pas à consulter le site du MAPAQ : <http://www.mapaq.gouv.qc.ca/Fr/Transformation/md/Publications/Plandeveloppementfromages.htm>

Condition minimale du Programme d'appui à la commercialisation des fromages québécois 2008-2009

On doit avoir saisi dans votre entreprise plus de 20 kilogrammes de fromage lors de la récente saisie (entre les mois d'août et de septembre 2008). Si vous remplissez les conditions nécessaires, mais que vous n'avez pas reçu les communications du MAPAQ, nous vous prions de nous en informer.



Résolution du CILQ

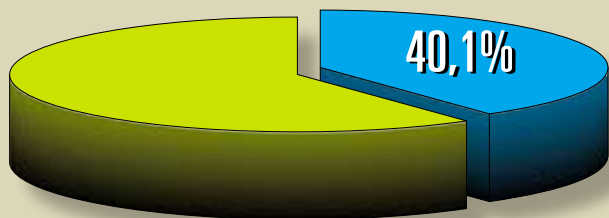
L'A.D.A. invite ses membres à prendre connaissance de cette résolution du conseil d'administration du Conseil des industriels laitiers du Québec. Elle recommande aux détaillants qui ont été visés par les récents rappels de fromages et qui bénéficieront de montants spécifiques du MAPAQ pour refaire leurs stocks de fromages de faire un effort pour favoriser surtout les petits fabricants québécois qui ont le plus souffert de la crise de la listériose. Cette résolution, proposée par le représentant de Saputo et endossée par le représentant de Parmalat a fait immédiatement l'unanimité au sein du conseil d'administration du CILQ.

Tabac

Évolution alarmante de la contrebande du tabac

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

C'est autant de taxes non perçues par le gouvernement, de profits qui s'envolent pour les détaillants, d'accessibilité au tabac pour les mineurs, de profits qui intensifient les activités criminelles, de discrédit aux politiques de contrôle du tabac.



Les autorités se félicitent de l'accroissement historique des saisies, mais il est bien évident que ce n'est toujours pas suffisant. Il faut tout d'abord casser l'insouciance et la banalisation des impacts indirects, mais également des sanctions prévues relativement à la contrebande de rue et à la consommation du tabac de contrebande.

Le projet VITAL, qui a cours à Laval, devrait servir de modèle aux différents corps policiers de la province si l'on espère faire un jour fléchir la tendance. Les résultats des premiers mois d'opération de l'escouade doivent d'ailleurs être dévoilés à la fin octobre.

Finalement, il faudra se résoudre à trouver des mesures à long terme pour encadrer les fabricants autochtones desquels provient la quasi-totalité du tabac contrefait vendu au Québec.



Frais transactionnels

L'A.D.A. rejoint la Coalition québécoise sur la hausse des frais de cartes de crédit et de débit



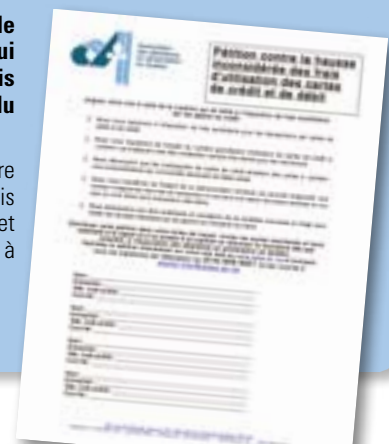
Les associations de détaillants, marchands, restaurateurs, hôteliers et libraires québécois ont décidé de conjuguer leurs efforts pour mobiliser leurs membres et faire pression sur les géants du crédit et les élus afin de limiter et de mieux encadrer les hausses vertigineuses des frais de transaction.

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

Joignez votre voix à celle de la coalition québécoise qui dit NON à l'imposition de frais exorbitants par les géants du crédit.

Vous trouverez la Pétition contre la hausse inconsiderée des frais d'utilisation des cartes de crédit et de débit sur notre site Internet à l'adresse suivante :

www.adaq.qc.ca



L'appellation biologique

Mieux la connaître pour mieux la valoriser

Le désir d'une nutrition plus équilibrée des consommateurs a créé un virage santé de plus en plus exigeant pour les manufacturiers de produits alimentaires. En 2007, « All natural » a été la troisième expression la plus utilisée dans le lancement de nouveaux produits aux États-Unis. En dépit de l'explosion de l'offre de produits de cette catégorie, aucun cadre législatif ne réglemente le terme « naturel ». Une déficience de l'uniformité du terme a pour conséquence la confusion du consommateur dans les marchés de détail et même des poursuites intentées contre les compagnies accusées de fausses représentations à la suite de l'utilisation de « naturel ».

En marge à cette problématique américaine, un produit naturel n'est pas forcément biologique. Au Québec, le produit bio respecte une réglementation stricte dont l'application est contrôlée par un organisme de certification, lui-même agréé par le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV).

Soucieuse de faire connaître et de valoriser l'appellation biologique, la Filière biologique du Québec a lancé le 1^{er} octobre dernier, la Campagne bio. Échelonnée sur une période de trois ans, cette campagne a pour objectif d'augmenter la confiance et l'intérêt des consommateurs et des entreprises agricoles et agroalimentaires envers les produits biologiques d'ici.

La campagne bio comprendra les volets suivants : un volet pédagogique, un volet de sensibilisation auprès du grand public et un volet d'activités en magasin. D'ailleurs, lors du lancement, M. Yves Gélinas, responsable des relations avec l'industrie au CARTV, a dévoilé le logo qui donnera une meilleure visibilité aux produits biologiques.



Éric Jean, directeur des opérations, Coop d'Alentour
Louise Brunelle, directrice générale, Coop d'Alentour
Yves Gélinas, CARTV
France Gravel, présidente de la Filière biologique du Québec.

La première année de la campagne prévoit, entre autres, la distribution d'affiches et banderoles avec la marque d'identification visuelle, chez les détaillants. De plus, des projets pilotes dans la région de l'Estrie seront mis en place pour l'organisation d'activités en magasin, au cours de l'année 2008-2009.

La filière souhaite inviter les entreprises biologiques et les organisations en soutien à ce secteur à s'associer à la réalisation de cette campagne d'envergure. Mme France Gravel, présidente de

la filière biologique du Québec, souligne que « grâce à ces nombreux partenariats, les aliments biologiques obtiendront une meilleure reconnaissance, ce qui permettra de renforcer leur positionnement dans la gamme des produits agricoles et agroalimentaires québécois, au grand bénéfice de l'industrie et des consommateurs ».

AIDE-MÉMOIRE



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

La gestion des sacs d'emplettes uniservices – les sacs en papier ou en plastique qui sont donnés par les détaillants au consommateur afin de lui permettre de transporter les produits achetés – est un objet de préoccupation grandissant pour la population et les pouvoirs publics. C'est dans ce contexte que l'Association des détaillants en alimentation du Québec, le Conseil canadien des distributeurs en alimentation, le Conseil québécois du commerce de détail, RECYC-QUÉBEC et Éco Entreprises Québec ont adopté, le 21 avril 2008, un Code volontaire de bonnes pratiques sur l'utilisation des sacs d'emplettes. La mise en œuvre du Code s'échelonne sur quatre ans, soit d'avril 2008 à mars 2012.

Le Code se décline en une série de 20 mesures volontaires s'adressant à la fois aux associations de détaillants, à RECYC-QUÉBEC, à Éco Entreprises Québec et aux détaillants eux-mêmes. Vous trouverez au verso les mesures qui s'adressent plus particulièrement aux détaillants et que nous vous encourageons à appliquer dans votre commerce.

Pour plus de détail sur l'impact environnemental des sacs d'emplettes, vous pouvez consulter l'Avis sur les sacs d'emplettes dans le site Internet de Recyc-Québec.

Chaque année, 15 000 tonnes de sacs d'emplettes en plastique sont mis en circulation au Québec, représentant 2 % des matières recyclables générées par les ménages.

Le Québec souhaite favoriser de réels changements de comportement chez les détaillants et les consommateurs québécois, plutôt qu'un simple déplacement des habitudes de consommation vers des produits à base d'autres matières.

Le Code est disponible dans sa version intégrale dans le site Internet de RECYC-QUÉBEC (RECYC-QUEBEC.gouv.qc.ca)

AIDE-MÉMOIRE

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



MESURES PROPOSÉES AUX DÉTAILLANTS

Réduction et réemploi

- Privilégier l'utilisation de sacs appropriés selon le type d'usage ;
- Offrir des alternatives aux sacs, tels les autocollants, les bacs de transport et les sacs en tissu ou en plastique durable ;
- Au lieu de les donner, favoriser la vente des sacs d'emplettes uniservices ;
- Demander systématiquement au client s'il a besoin d'un sac ;
- Optimiser le nombre d'articles par sac utilisé ;
- Faire connaître les mesures et les incitatifs (ristournes, programmes de récompense ou autres) pour la clientèle qui utilise ses propres sacs ou bacs durables ou qui réutilise ses sacs d'emplettes uniservices.

Récupération et recyclage

- Encourager les citoyens à déposer au recyclage les sacs recyclables;
- Privilégier l'utilisation de sacs à contenu recyclé et recyclables.

Information, sensibilisation et éducation

- Informer et sensibiliser la clientèle à la réduction à la source, au réemploi, à la récupération et au recyclage des sacs d'emplettes uniservices.

Pour plus d'information, nous vous invitons à contacter votre association.



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

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

Marquez les dates dans votre agenda:

1-3 AVRIL 2009

PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL

Rencontrez des acheteurs décisionnaires.
Augmentez vos parts de marché. Valorisez
vos nouveaux produits. Démarquez-vous
de vos concurrents !

SIAL Montréal 2009, visitez notre site web :

www.sialmontreal.com

MÊME DATE
MÊME LIEU

Set
Canada



ICI ♻️ N RECYCLE!

ENGAGEMENT > MISE EN ŒUVRE > PERFORMANCE



Le Programme ICI ♻️ N RECYCLE! a été instauré par RECYC-QUÉBEC au nom du gouvernement du Québec afin de souligner les efforts des industries, des commerces et des institutions (ICI) qui ont implanté, dans leur établissement, des mesures permettant la gestion responsable de leurs matières résiduelles. L'Attestation de performance ICI ♻️ N RECYCLE! de niveau 3 est remise aux ICI qui atteignent un taux de mise en valeur de leurs matières résiduelles d'au moins 80 %, en plus d'avoir réalisé des activités d'information et de sensibilisation auprès de leurs employés et d'avoir mis en place des mesures de réduction à la source et de réemploi.



RECYC-QUÉBEC tient à saluer les résultats atteints par les détaillants en alimentation attestés au niveau 3 - Performance



Maxi Sept-Îles



Maxi Terrebonne, chemin Gascon



Maxi Place Versailles



Maxi Chicoutimi



Sylvio Bouchard inc.



Marché Stéphane Beaulieu inc.



Métro Plus St-Grégoire



Provigo Québec, 1^{ère} avenue



Provigo Sainte-Foy, Saint-Louis



Provigo Sillery



Provigo Lévis, Rive-Sud



Provigo Sherbrooke, King 12^e



Provigo Sherbrooke, Galt



Provigo Alimentation
Daniel Larouche inc.



Provigo Ste-Anne des Plaines



Provigo Ste-Julie



Centre de service aux magasins

Les établissements qui font une saine gestion de leurs matières résiduelles ont jusqu'au 1^{er} mars 2009 pour déposer leur candidature pour le niveau 3 - Performance du programme ICI ♻️ N RECYCLE! Les candidatures pour le niveau 1 - Engagement et le niveau 2 - Mise en œuvre peuvent être soumises en tout temps. Les formulaires d'inscription pour les trois niveaux, de même que différents outils d'accompagnement mis à la disposition des ICI pour faciliter la présentation de leur dossier, sont disponibles dans le site Internet de RECYC-QUÉBEC au www.RECYC-QUEBEC.gouv.qc.ca.

RECYC-QUÉBEC

Québec



Le coffre-fort De la classe, mais à quel prix?!



Lors de l'acquisition d'un coffre-fort, il faut non seulement s'assurer d'acheter un coffre qui comble les besoins des opérations de la boutique, mais aussi s'assurer que votre compagnie d'assurance couvre l'entreposage des valeurs dans le type de coffre-fort choisi.

Les coffres-forts sont classés en trois grandes catégories. Ces catégories font en sorte que différentes sommes d'argent peuvent être entreposées sécuritairement. En général, plus la classe est élevée, plus le coffre sera difficile à percer par le voleur!

La norme des classes vise à établir la résistance du coffre aux tentatives d'effraction à l'aide d'outils communs mécaniques ou électriques, d'un chalumeau découpeur ou d'une combinaison de ces outils ou encore à un incendie. En résumé, plus la classe est élevée, plus le coffre est résistant.

Pour établir la classe de coffre-fort dont vous aurez besoin, vous devrez vous poser les questions suivantes :

Qu'est-ce qui sera entreposé dans ce coffre?

- Les dépôts ?
- Combien d'argent maximum sera entreposé dans ce coffre en dépôt ?
- Les documents de valeur ? (Certificats-cadeaux, fond de caisse, coffret à change...)

Pour établir le nombre de section que le coffre devra avoir, vous devrez vous poser les questions suivantes :

Qui aura accès à ce coffre?

- Ces personnes devraient-elles avoir accès autant aux dépôts qu'aux documents de valeur?
- Y a-t-il un service de cueillette de dépôts qui vient au commerce (ex. Sécuricor, Brinks...)

Vous devrez aussi prendre ces points en considérations lorsque vous magasinez votre coffre-fort :

- De quel type de matériau est fait le plancher.
- Si le coffre acheté peut être transporté avec les mains, il faudra alors prévoir de le faire ancrer au plancher.
- Y a-t-il des marches à monter pour accéder au commerce et à l'endroit où le coffre sera installé? Si oui, combien ?
- Le coffre-fort ne devra pas être collé sur un mur extérieur.
- Prévoyez faire installer un détecteur de mouvement ou même une caméra dans la salle du coffre.

Tous les coffres vendus chez Groupe Conseil VCS sont de classes 3 et se divisent ainsi :

Coffre à une section

Une porte extérieure avec combinaison et une porte intérieure munie d'une chute à dépôt et de deux serrures à clés

- Une seule porte au coffre avec une chute à dépôt (conseillé pour entreposer que des dépôts, à un seul usagé)

Coffre à deux sections

Une porte extérieure à combinaison et deux portes intérieures

- Dont une section avec porte à serrure et chute à dépôt
- Une section avec verrou à combinaison avec une tablette pour entreposer les valeurs monétaires (fonds de caisse)

Coffre à trois sections

Une porte extérieure à combinaison et trois portes intérieures

- La troisième section sert à entreposer les autres valeurs monétaires que seul le personnel de gestion supérieur aura accès (réserve de change, objets de valeur en surplus (montres...)).

Autre coffre :

Groupe Conseil VCS met aussi à la disposition des marchands un coffre-fort de classe 2 comportant deux sections, dont une chute à dépôt à l'extérieur. Ce coffre fonctionne sur le même principe qu'un coffre à cueillette.

Pour plus d'informations sur les coffres-forts, nous vous invitons à communiquer avec France Burelle chez Groupe Conseil VCS au 1-800-842-1911, poste 243.

Trouver du temps pour tout

La première chose qui vient à l'esprit, quand on arrive sur le terrain, c'est à quel point un gérant de magasin d'alimentation au détail se doit d'être polyvalent. Il doit, en effet, devenir un spécialiste du marketing, comprendre les besoins de la clientèle, déterminer la répartition de marchandises et le planogramme correspondant à sa communauté, gérer l'inventaire et la rotation des stocks, vérifier les crédits d'invendus, etc. La liste semble interminable. Quand en plus on est épicier indépendant et qu'on doit se passer de l'aide d'un siège administratif, on peut facilement multiplier ces tâches par cinq. Alors si, en dépit de tous ces éléments et d'une industrie extrêmement compétitive offrant des marges minimes, on arrive à s'en sortir correctement, on ne peut qu'applaudir des deux mains.

Parmi les innombrables responsabilités avec lesquelles doit jongler toute exploitation, l'une se distingue particulièrement par son importance. Pourtant, on la relègue bien souvent au bas de la liste des priorités, au profit des crises quotidiennes qui mobilisent toute l'attention. Il s'agit des ressources humaines, c.-à.-d. du recrutement, de l'embauche, de la formation, de l'accompagnement et de la gestion du rendement, autant d'outils puissants qui assurent que les employés conviennent à l'organisation, mais aussi qu'ils sont dotés des compétences nécessaires pour bien travailler et, plus important encore, des atouts indispensables pour satisfaire et fidéliser la clientèle. Cette activité est également cruciale pour préparer le personnel essentiel à assumer des fonctions plus importantes et prendre la relève – un jour ou l'autre, vous finirez bien par vouloir ralentir un peu, voire prendre votre retraite!! Négliger les ressources humaines n'est pas sans danger. Celles-ci requièrent en effet le même niveau d'attention et d'investissement que l'amélioration des immobilisations, la gestion de la freinte de stock ou le calcul des ventes sur douze mois. Et une bonne gestion du personnel s'accompagne de retombées économiques. Dans le dernier numéro de RADAR, on abordait les coûts associés au roulement élevé du personnel (vous pouvez calculer ces coûts grâce au calculateur du roulement du personnel **gratuit** du Conseil canadien de l'industrie de l'alimentation (CCIA), dont vous trouverez l'adresse Web au bas de cet article). Il ne faut pas non plus oublier les coûts moins tangibles, comme la baisse de productivité et l'impact sur la satisfaction et la fidélisation de la clientèle, quand votre personnel s'envole presque aussi vite que vos marchandises.

Votre A.D.A. et le CCIA ont décidé de s'associer pour vous assister dans cette démarche cruciale, offrant une ressource précieuse à tous les **épiciers** propriétaires participant au congrès A.D.A. à Québec fin novembre (malheureusement,



les fournisseurs et autres partenaires

présents ne pourront pas en bénéficier). Le CCIA a élaboré à votre intention une **Trousse de ressources humaines pour les épiciers propriétaires** qui constitue, dans un simple classeur, un véritable département de RH. La trousse comprend des modèles de documents que pourrait proposer une administration centrale (ils sont tous sur CD et donc facilement personnalisables) ainsi que des conseils pratiques afin de vous aider à mieux gérer vos ressources humaines. Il existe même un lien vers un portail Web qui sera mis à jour chaque trimestre, vous permettant ainsi de rester au fait de l'actualité.

Vous ne pouvez pas assister au congrès A.D.A. cette année? Pas de problème : vous pouvez vous procurer cet outil pour une somme très modeste sur le site Web du CCIA : www.cfc-ccia.ca. Vous trouverez le lien au milieu de la page d'accueil. Faites référence à cet article n'importe où sur le bon de commande et vous bénéficierez d'une réduction de 20 %!!



• fèves • fines herbes • m...
 • champignons • crab...
 • creve...
 • ar...
 • es • j...
 • ampigno...
 • evettes • ail •
 • es • pommes...
 • biscuits • m...
 • rtes • pâ...
 • fs • persi...
 • de ter...
 • rre •
 • rbes •
 • rab...
 • fru...
 • es •
 • na...
 • âle...
 • artifi...
 • ra...



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

*Les bons produits
du Québec, exigez-les!*



WWW.ALIMENTSDUQUEBEC.COM

ants • tartelettes • échalottes • creve...
 poisson • gelée • homard • carottes...
 d'érable • confiture • poulet • porc •

ALIMENTS DU QUÉBEC

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

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



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

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

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



CABINET DE SERVICES FINANCIERS



ASSURANCES SÉGUIN SERVICES FINANCIERS

5125 Du Trianon, bureau 308
 Montréal (Québec) H1M 2S5

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

L'établissement d'une politique de placement

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

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

1^e PARTIE : Changement de comportement de l'investisseur



Depuis 25 ans je suis conseillère en gestion de portefeuille auprès de la clientèle privée dont les objectifs personnels et financiers sont très différents. J'ai eu l'occasion de rencontrer des gens audacieux, ambitieux et d'autres plus conservateurs face à leur portefeuille d'investissement. Cependant, ils ont tous un point en commun, leur comportement change avec la tendance des marchés. L'effet d'un changement dans l'environnement économique qui fait bouger les marchés boursiers, influence leur approche face aux stratégies d'investissements qu'ils adoptent.

Découvrir votre profil d'investisseur

Durant les périodes de marché à la hausse, il y a un phénomène de création de la richesse, l'investisseur entretient des attentes

élevées et parfois peu réalistes face au rendement de son portefeuille. Il est à la recherche d'une plus grande diversification et l'emphase est mise sur la croissance du capital. Presque tous sont satisfaits de leur conseiller.

Que se passe-t-il lorsque la période de baisse des marchés se prolonge et que l'on entrevoit la possibilité d'une récession ?

L'effet d'une perspective défavorable sur l'investisseur que nous sommes tend à changer nos attitudes et nos priorités. L'emphase est mise sur la protection du capital, on veut réduire le risque même si cela se traduit par moins de rendement. Le niveau de satisfaction face au conseiller est à son plus bas, on réduit la diversification géographique des actifs du portefeuille et on veut une meilleure gestion du risque.

Maintenir la bonne combinaison même en période de conjoncture difficile

Comment faire pour avoir les bonnes proportions en actions et en obligations qui nous permettent de garder la tranquillité d'esprit et pour traverser les bonnes et les moins bonnes périodes sans paniquer ?

⁽¹⁾ Ce pourcentage correspond à la baisse moyenne historique d'un bear market

Les études académiques démontrent que de 75% à 90% de la performance d'un portefeuille est attribuable à son allocation d'actifs. Les critères déterminants à une bonne combinaison actions et obligations reposent sur des hypothèses validées avec vous pour réaliser vos objectifs personnels et financiers, comme les niveaux des revenus et des dépenses, le taux d'inflation, le rendement après impôt pour chaque classe d'actif. Les aspects fondamentaux qui doivent aussi être considérés sont la structure juridique (compagnie de gestion personnelle, fiducie, REER, etc.), le rôle du temps, le risque relié au pouvoir d'achat, vos préférences, votre tolérance à la volatilité et vos principes financiers.

Vous souhaitez faire croître votre capital et éviter les baisses de marché. Selon vous, votre allocation devrait produire un rendement de 6%, 8% ou 10% par année. Basé sur les rendements historiques et sur les rendements attendus pour chaque classe d'actif, l'allocation globale de votre portefeuille doit tenir compte du risque que vous devez prendre pour atteindre ce rendement. Chaque fois qu'il y a une possibilité de rendement accru, il y a un niveau de risque qui lui est associé et qui doit être considéré.

Sur le plan pratique, on prend le montant en dollars absolus investi dans une classe d'actif comme les actions par exemple, et on simule l'effet d'une baisse de 25%⁽¹⁾. Est-ce que ça nous empêche de dormir ?

Établir un bilan qui tient compte de tous vos actifs et de tous vos passifs est essentiel pour établir vos contraintes de placement

Prendre le temps de connaître ce qui motive vos décisions de placement et faire un constat de la répartition actuelle de vos avoirs en faisant votre bilan. Dressez une liste de tous vos avoirs et de vos passifs. Selon vos préférences, vous pouvez décider d'exclure un actif dont la pondération est prédominante (comme un intérêt commercial), mon conseil est de faire les deux portraits, avec et sans.

Allocation tactique et allocation stratégique

Les deux s'inscrivent dans la gestion du risque du portefeuille global. Dans certaines situations particulières, tel que lors des périodes de retournement du cycle (à la hausse ou à la baisse) le gestionnaire peut décider de s'écarter de l'allocation stratégique et voudra sous-pondérer ou surpondérer les actions, les obligations ou l'encaisse. Il s'agit d'un processus de décision requérant l'analyse de marché.

L'allocation de vos actifs financiers est optimale lorsqu'elle vous permet d'obtenir le dosage de risque et de rendement qui convient à vos objectifs financiers sur la durée que vous souhaitez. Elle est le reflet de vos objectifs à long terme et elle doit pouvoir guider vos décisions lorsqu'il y a des ajouts ou des retraits de capital. La clé du succès dans votre allocation d'actifs est le maintien de la bonne combinaison durant les hausses ou les baisses du marché. Une approche rationnelle vous permettra d'éviter de prendre des pertes inutiles et coûteuses.

Si le contexte actuel de l'économie vous bouleverse et que la fluctuation de vos avoirs gérés vous inquiète, l'établissement d'une politique de placement s'impose. Dans la prochaine édition du RADAR (janvier-février-mars 2009), je vous propose une démarche simple pour vous aider à établir une politique de placement et comprendre le mandat que vous confiez à votre gestionnaire ou à votre conseiller.

Colette E. Bournival, Adm.A.

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

Mot du président



C'est pour moi un privilège d'occuper le poste de président d'Info-Crime Québec. Depuis plus de 10 ans, des hommes et des femmes bénévoles ont façonné cet organisme grâce à leur engagement envers la prévention de la criminalité. La somme de leurs efforts a fait en sorte qu'Info-Crime Québec est reconnu comme un organisme de confiance, un organisme qui a le mandat

de recueillir des informations dans le but d'aider à résoudre des crimes et ce, en signalant le 1-800-711-1800 ou en ligne, au www.infocrime.org, toujours en conservant l'anonymat.

Info-Crime Québec est un organisme de prévention reconnu par le Ministère de la Sécurité Publique. Tous les gens impliqués, soit les membres du comité exécutif ou du conseil d'administration du comité provincial, les porte-paroles ou les comités régionaux, travaillent avec passion afin d'ajuster nos programmes (volet jeunesse, personnes âgées ou programme général) face à la criminalité.

En 2007, grâce à des informations reçues de la population, 1901 dossiers d'enquêtes ont été ouverts dans divers corps policiers de la province; si la tendance se maintient, nous prévoyons une augmentation approximative de 18% en 2008.

Info-Crime Québec est fier de former un partenariat avec l'A.D.A. pour en arriver à une solution gagnante.

Avec Info-Crime Québec, l'A.D.A. peut bénéficier d'un processus de cueillette d'informations bien rodé, anonyme et gratuit. Suite à la signature d'un protocole d'entente, toutes les informations pertinentes reçues à la centrale d'Info-Crime Québec, soit pour des crimes de vols, fraudes, contrebandes ou autres, sont transmises au service de police local et simultanément envoyées à l'établissement concerné et ce, dans les plus brefs délais.



Pour Info-Crime Québec, ce partenariat se veut des plus intéressants puisqu'il nous aide à promouvoir davantage notre programme, que ce soit par des publications, l'affichage de pancartes, la distribution de signets, d'autocollants, d'articles promotionnels et autres, à l'intérieur de votre réseau de détaillants.

Nous apprécions grandement que l'A.D.A. joigne ses forces avec celle d'Info-Crime Québec afin de contribuer davantage à la prévention de la criminalité.

Normand Savoie, Président
Info-Crime Québec



Une présence partout au Québec!

Le milieu rural est souvent la dernière place où nous nous attendons à trouver la faim et la pauvreté. Pourtant, plusieurs personnes se retrouvent dans une situation d'insécurité alimentaire, c'est-à-dire, dans l'impossibilité d'acheter ou d'obtenir des aliments constituant un régime alimentaire sécuritaire, sain et nutritif pour eux-mêmes et leur famille.

Pour certaines personnes qui habitent des collectivités rurales, il est plus difficile d'avoir accès aux soutiens sociaux à cause des distances. Ils dépendent donc davantage de véhicules, une dépense additionnelle qui ne peut être évitée dans ces régions, sans parler du loyer à payer et des possibilités d'emploi souvent plus limitées.

Pour apporter un soutien efficace à la communauté, la Fondation Tirelire doit continuellement se réinventer et trouver de nouvelles façons d'amasser des fonds pour ces organismes qui luttent contre la faim au Québec.

La boutique de la Fondation Tirelire

La Fondation Tirelire offre du matériel promotionnel à différentes clientèles dans le cadre d'événements, de tirages ou en guise de remerciement.

Ces produits promotionnels incarnent d'abord et avant tout la signature de la Fondation. De plus, la vente des articles promotionnels représente une partie des revenus de la Fondation.



Tous ces articles de bienfaisance sont disponibles en tout temps aux bureaux de la Fondation Tirelire à l'Union des producteurs agricoles situés à Longueuil. Il est aussi possible de se les procurer en communiquant avec Josée Lagacé au 450 679-0540, poste 8475 ou par courriel au jlagace@upa.qc.ca

Fondation Tirelire

555, boulevard Roland-Therrien, Bureau 120, Longueuil (Québec) J4H 4E
450-679-0540 poste 8547

www.fondationtirelire.com — fondation@upa.qc.ca



La Boutique Tirelire offre trois catégories de produits.

- **Produits haut de gamme** : nous bâtissons, avec nos partenaires, des produits que vous pouvez mettre en vente dans votre milieu corporatif ou sous forme de présents offerts en guise de remerciement à vos meilleurs employés, clients, etc.
- **Produits réguliers** (en reconstruction) : casquettes, chemise en jeans, etc.
- **Petits « clins d'œil »** (en stock): porte-clés, plumes, aimantés, tee-shirt, tirelires, etc.

Dons sécurisés en ligne

Afin d'appuyer la mission de la Fondation, il est aussi possible d'effectuer vos dons en ligne sur notre site web www.fondationtirelire.com. Vous trouverez, sous la section « faites un don » une icône vous donnant accès à notre page sécurisée pour faire un don par carte de crédit. Aussitôt votre don effectué, un reçu électronique pour fin d'impôt vous est envoyé!

Vous découvrirez qu'il est aussi possible d'effectuer des dons mensuels automatisés sur votre carte de crédit. Quelle belle façon de contribuer, chaque mois, à égayer la table de familles moins bien nanties.

Écrivez avec nous les pages d'une nouvelle histoire... Une histoire SANS FAIM.

Devenez un "employeur de choix"

Pourquoi vous battre pour dénicher les talents quand ce sont eux qui pourraient se battre pour vous avoir?

Avec la Trousse de RH à l'intention des épiciers propriétaires et les normes professionnelles nationales, vous aurez à votre disposition deux ressources précieuses et très adaptables, conçues pour faciliter la gestion de votre personnel. Cela vous aidera à établir vos stratégies de RH en fonction des priorités de votre entreprise et, ainsi, à asseoir votre réputation d'employeur.

Votre personnel se montrera plus dévoué et plus productif, ce qui réduira le taux de roulement et renforcera la stabilité de vos effectifs.

Laissez-nous vous aider à développer votre capacité à attirer et à conserver la « crème de la crème ».

Pour commander, appelez le 1-888-675-3115

Pour commander en ligne, visitez

http://www.cfic-ccia.ca/fr/training_development.asp

Trousse de ressources humaines à l'intention des épiciers indépendants



191 The West Mall, Suite 1160, Toronto, Ontario M9C 5K8

tél 416-675-3115 télécopieur 416-675-3135 website www.cfic-ccia.ca
courriel info@cfic-ccia.ca sans frais 1-888-675-3115

Canadian Food Industry Council
Le Conseil canadien de l'industrie de l'alimentation

Canada

Le Conseil canadien de l'industrie de l'alimentation est un organisme à but non lucratif qui agit en collaboration avec le gouvernement du Canada pour améliorer la vie des consommateurs et des producteurs.

Tables de concertation agroalimentaire du Québec

Présentation des TCAQ

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

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

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



Bas-Saint-Laurent Mise en valeur des produits régionaux Indice CIBLE – Chaire Bombardier

Félicitations aux lauréats qui se sont démarqués en favorisant l'achat local !

Pour faciliter votre recherche de produits agroalimentaires régionaux l'organisme, les Saveurs du Bas-Saint-Laurent, a développé un outil de gestion de l'offre des produits bas-laurentiens. Pour se démarquer les détaillants peuvent aussi afficher des commères d'étalages arborant le logo des Saveurs du Bas-Saint-Laurent afin d'informer la clientèle de la provenance régionale des produits dans votre établissement. Encourager l'achat local, c'est la mission de notre Corporation depuis plus de 10 ans ! Visitez le www.saveursbsl.com



1^{er} prix
Supermarché GP
Rimouski



3^e prix
Supermarché GP
Cabano



2^e prix
Supermarché GP
Matane

Les trois magasins se démarquent fortement par **La qualité de l'aménagement**, c'est-à-dire, qu'une section bien aménagée et très localisée est allouée spécifiquement aux produits du Bas-Saint-Laurent dans les magasins.

Ils se démarquent aussi pour la dimension **Étendue de l'offre**. Ce sont les magasins où l'on retrouve le plus grand nombre de catégories de produits comprenant au moins un produit du Bas-Saint-Laurent

Chaudière-Appalaches Des synergies possibles entre les marchés publics et les épiceries.



Le Marquis de
l'Érable, Marquis
Doyon propriétaire

Avec la stratégie gouvernementale « Mettez le Québec dans votre assiette » qui invite les consommateurs à favoriser l'achat de produits québécois, la Table agroalimentaire de Chaudière-Appalaches (TACA) poursuit le renforcement du regroupement des marchés publics de la région dont celui de Thetford Mines.

M Clément St-Pierre propriétaire de l'IGA St-Pierre et fils à Thetford Mines voit de bon augure l'ouverture du marché public, et il a choisi de collaborer avec les producteurs/transformateurs du marché public.

« Si le producteur vend au même prix ses produits au marché public qu'au IGA, je lui offre la possibilité d'apposer un coroplaste aux couleurs du IGA St-Pierre et fils dans son kiosque pour informer ses clients qu'ils peuvent trouver en permanence ses produits chez nous. »

De tels projets stimulent l'achat local des produits régionaux et contribuent à améliorer l'accès au marché pour les petites entreprises de la région. Le développement de nouveaux points de ventes est un indicateur du dynamisme du secteur agroalimentaire de la Chaudière-Appalaches. Ainsi, la TACA et certains commerces de détails continuent de se mobiliser pour renforcer la place du secteur agroalimentaire dans l'économie régionale.

Dégustations aux saveurs locales au IGA extra de Lévis !

Les 18-19-20 septembre derniers, un nouveau « Show Gourmand » s'est tenu au IGA extra Lévis, une initiative de la Table agroalimentaire de la Chaudière Appalaches (TACA) avec la collaboration de Jacqueline Giguère, Jean Pépin et leur équipe. Forte de l'expérience, Jacqueline Giguère continuera d'encourager la vente de produits régionaux.

Le « Show Gourmand » aux Couleurs et Saveurs de la Chaudière-Appalaches, a permis aux consommateurs de découvrir cinq entreprises agroalimentaires de la région. Cette collaboration entre l'épicerie locale et la TACA était la sixième dans la région. Toujours avec le même mot d'ordre : « **RECHERCHER** les Couleurs et saveurs de la Chaudière-Appalaches et **SAVOUREZ LES** ! Une bonne façon de mettre le « Québec dans votre assiette. »



Les fromages québécois



Vous constaterez dans divers médias que la promotion des fromagers québécois est accentuée, dans la plupart des régions du Québec. Ne soyez donc pas surpris de voir votre demande augmenter dans cette catégorie de produit.

L'appui des détaillants est essentiel à la promotion des fromages québécois, suite à la crise majeure que vient de vivre l'industrie. Ainsi, dans l'optique où les fromageries ont été inspectées et que les produits qu'elles vendent sont sécuritaires pour la santé, la mise en place d'occasions de présenter les fromages d'ici sont toujours bienvenues.

Ainsi, dégustations, présentations, présence accrue en magasin et promotion spécifique aux produits fromagers des régions sont des outils de promotion pour lesquels nous pourrions vous appuyer et vous guider.

Player's

OUVREZ PAR LE CÔTÉ



**GOÛT
CORSÉ**

**GOÛT
RICHE**

**GOÛT
SUBTIL**

L'information contenue ici vise à assurer que vous possédez des renseignements justes et appropriés sur les produits que vous vendez. Ce document d'information ne doit en aucun cas être utilisé pour faire de la publicité pour les produits du tabac à l'intention des consommateurs et tout usage de la sorte est formellement interdit. Ne pas placer ce document à la vue des consommateurs.