

# RADAR

ASSOCIATION  
DES DÉTAILLANTS  
EN ALIMENTATION  
DU QUÉBEC

Octobre-Novembre  
Décembre 2018



**MODÈLE  
D'AFFAIRES SAQ**  
Conclusions du  
rapport de PwC  
**P.9**



**CARTE  
DE CRÉDIT**  
Légère baisse  
des frais en 2020  
**P.12**



**CONGRÈS  
2018**  
Venez  
nombreux!  
**P.18**

## ON VOUS AIDE À OUTILLER VOTRE PERSONNEL



**André Forget**  
Président du Conseil d'administration

Un président d'association n'est pas nécessairement un meilleur gestionnaire que les autres détaillants. Nous avons tous nos faiblesses, nos moments d'errances, nos mauvaises décisions ou encore des choses que nous n'aurions pas dû remettre à plus tard.

Par contre, comme président, quand on a la conviction d'avoir pris une bonne décision, on se sent un peu obligé de partager la recette avec nos collègues. Pratiquement à chaque rencontre de détaillants, peu importe le type de commerce, lorsqu'il est question de personnel, les mêmes problématiques récurrentes reviennent

au galop. On me fait part du manque de main-d'œuvre compétente, on me confie qu'un autre employé a vendu un produit proscrit à un mineur...

En ces temps de pénurie et de roulement intense de personnel, il ne faut pas rester les bras croisés. Il faut prendre les devants et mieux outiller notre personnel. Bien que les outils pertinents existent, on a tendance à remettre à plus tard, à s'arranger avec les moyens du bord.

Les formations en ligne et les outils de gestion du Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation (CSMOCA) sont intégrés dans les opérations de mes dépanneurs depuis maintenant 5 ans. J'ai formé plus de 130 employés de mes dépanneurs, soit à la vente aux mineurs, au cours Commis 101 et, plus récemment, comme conseillers en bières de microbrasserie. Un employé averti en vaut deux, alors que dire d'un propriétaire? J'ai d'ailleurs constaté une amélioration dans les opérations, et les employés se sentent également plus en maîtrise de leurs tâches et responsabilités.

Nous ne manquons jamais une occasion de parler et de présenter les outils du CSMOCA au Congrès ou

dans les pages du RADAR, mais nous sommes, à mon avis, trop peu parmi les 8 000 détaillants en alimentation du Québec à utiliser ses services. Souhaitant y remédier, nous nous sommes assis avec le CSMOCA et nous sommes rapidement arrivés à un terrain d'entente.

Depuis août, tous les membres détaillants de l'ADA ont accès gratuitement à l'ensemble des formations en ligne et des outils de gestion du CSMOCA. Ne remettez pas à plus tard, et appelez sans attendre la permanence de l'ADA et nous vous accompagnerons avec plaisir dans le processus d'inscription. C'est un bon exemple de ce que ça donne d'être membre de votre association, mes chers collègues détaillants!

### INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

#### Contactez :

Junie Césaire

[jcesaire@adaq.qc.ca](mailto:jcesaire@adaq.qc.ca)

514 982-0104 poste 230

## LE POUVOIR DES ÉLECTEURS-CONSOMMATEURS



**Pierre-Alexandre Blouin**  
Président-directeur général

Au moment de mettre sous presse, l'identité du parti qui a accédé au pouvoir, avec un gouvernement majoritaire ou minoritaire, demeure inconnue. Dans le cadre de cette très longue campagne, l'ADA a saisi l'occasion d'interpeller les partis politiques sur les enjeux et défis vécus par les détaillants propriétaires. Créateurs d'emplois et de richesse, vous êtes des entrepreneurs indispensables au sein des collectivités.

C'est ce que nous avons rappelé aux quatre principaux chefs en les incitant à se prononcer sur les sujets qui

vous préoccupent actuellement. De plus, nous vous avons encouragés à aller à la rencontre des candidats de votre comté. Merci à celles et ceux qui se sont prêtés à l'exercice! Ces rencontres pré-ou post-électorales sont fondamentales. La politique reposera toujours sur les relations humaines et les échanges de points de vue. Ces rencontres nous aideront à tisser des liens avec les nouveaux élus afin de mieux répondre à vos besoins.

Si les électeurs votent traditionnellement tous les quatre ans, les consommateurs, eux, prennent le chemin de leurs commerces d'alimentation favoris chaque semaine. Une fois en magasin, ils « votent » une fois de plus, en fonction de leurs valeurs et de leurs critères d'achat. Tout comme les électeurs, les consommateurs ont de grandes attentes... et quelques contradictions! Ils disent tous vouloir moins d'emballage, de gaspillage, de viande, de produits transformés tout en voulant plus de vrac, de frais, des produits locaux de saison, des circuits courts... mais tout cela, sans vouloir payer plus cher! Pas simple, n'est-ce pas? Bien sûr, chacun a sa petite opinion sur le sujet, mais les chiffres de

vente, tout comme les bulletins de vote, parlent bien plus que les sondages...

La politique, tout comme le monde de l'alimentation, est plus complexe aujourd'hui qu'il y a quelques générations. Les électeurs-consommateurs sont volatils... Nos parts de marchés diminuent au profit des grands escompteurs étrangers, de la restauration, des boîtes-repas, du commerce en ligne... Que faire? Garder le cap. Bien servir nos clients, répondre au plus grand nombre, surveiller les tendances pour aller de l'avant avec de nouveaux concepts.

Mais, avant tout : offrir un service à la clientèle de grande qualité, car dans le détail en alimentation, comme en politique, un beau sourire, une poignée de main et un dialogue : c'est toujours important.

L'humain étant au cœur de notre métier, André, l'équipe de l'ADA et moi-même espérons vous retrouver en grand nombre au prochain congrès, qui aura lieu du 16 au 18 novembre au Hilton du Lac-Leamy de Gatineau, pour partager nos réflexions et des bons moments en votre compagnie!

Depuis 1955, l'Association des détaillants en alimentation du Québec (ADA) est la seule association qui représente l'ensemble des détaillants en alimentation du Québec. Sa mission est de défendre et représenter les intérêts professionnels, sociopolitiques et économiques des quelque 8000 détaillants en alimentation, quels que soient leur bannière et le type de surface qu'ils opèrent.

Toute traduction, reproduction ou adaptation des textes, illustrations et photos par quelque procédé que ce soit du présent ouvrage, est strictement interdite sans l'autorisation écrite de l'éditeur. Les opinions émises dans les articles publiés dans le RADAR n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs.

**Téléphone :** (514) 982-0104 ▶ 1 (800) 363-3923  
**Télécopieur :** (514) 849-3021 ▶ info@adaq.qc.ca  
2120, rue Sherbrooke Est, bureau 900,  
Montréal (Québec) H2K 1C3

**adaq.qc.ca**

**Dépôt légal :** Bibliothèque nationale du Canada  
Bibliothèque nationale du Québec

**ISSN :** 1708-4776

## RADAR

### ÉDITEUR

**Pierre-Alexandre Blouin**  
pblouin@adaq.qc.ca

### COMITÉ DE RÉDACTION

**Gaëlle Leruste**  
gleruste@adaq.qc.ca

**Junie Césaire**  
jcesaire@adaq.qc.ca

**Claudiel Thibault**  
communication@adaq.qc.ca

**Julien Fortin**

### DESIGN + DIRECTION ARTISTIQUE

**Sylvain Toulouse**  
sylvaintoulouse.com

### RÉVISION LINGUISTIQUE

**Françoise Miquet**

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

### COMITÉ EXÉCUTIF

**André Forget**  
Président

**Michel Dépatie**  
Vice-président

**Guillaume Laroche**  
Trésorier

**Bruno Desrochers**  
Secrétaire

### ADMINISTRATEURS

**Jean-Philippe Beaudry**  
**Marc Bougie**  
**Marcel Clermont**  
**Marie-Josée Drouin**

**Jasen Gaouette**  
**Bruno Ménard**  
**Romy Reid-Boursier**

## SECTION MEMBRES FOURNISSEURS (SMF)

### COMITÉ EXÉCUTIF

**Jean-Philippe Leblanc**  
Président

**David Plante-Riou**  
Vice-président

**Jean-François Courchesne**  
Trésorier

**Christian Bérubé**  
Secrétaire

### ADMINISTRATEURS

**Guy Auger**  
**Hedia Bahri**  
**Gérald Cayouette**  
**Philippe Gadoua**

**Mario Laplante**  
**Michaël Petit**  
**Marc Sauvageau**  
**Patrick Simard**

# SOMMAIRE

## PORTRAIT DE DÉTAILLANT 5

## ÉLECTION 2018 6

## SUIVI DE DOSSIERS

### AGROALIMENTAIRE

## Hausse des prix minimaux du lait : à partir du 1<sup>er</sup> septembre 2018 8

## Symposium sur l'innocuité alimentaire : assurer la sécurité des consommateurs 8

## MAPAQ : les travaux de la filière tertiaire avancent 8

### ALCOOL

## Évolution du modèle d'affaires de la SAQ : conclusions du rapport de PwC 9

### ENVIRONNEMENT

## Gaspillage alimentaire : enjeux et perceptions 10

### DOSSIERS DIVERS

## Camionnage : la Ville de Montréal veut agir 10

## Allègement réglementaire : quoi de neuf pour les détaillants? 11

### PAIEMENT

## Légère baisse des frais de carte de crédit en 2020 : un pas dans la bonne direction 12

## À LA MÉMOIRE DE 12

## TOURNOIS DE GOLF RÉGIONAUX DE L'ADA 13

## NOUVELLES DE L'INDUSTRIE 14

## PORTAIL PERFORMANCE DU CSMOCA 16

## 63<sup>e</sup> CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA 18

## DÉFI DES FOURNISSEURS ADA 22

## RETOUR SUR LE COCKTAIL DE RÉSEAUTAGE SMF 26

## ACTUALITÉS DES TCBQ 28





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

**7 et 8 novembre 2018**

**Palais des congrès de Montréal**

## Agissons en prévention !

Le Grand Rendez-vous, c'est :

- un salon d'exposition avec près de **200 exposants spécialisés** offrant des solutions pour les organisations ainsi que les petites, moyennes et grandes entreprises ;
- un colloque présentant près de **20 conférences** sur différentes thématiques, telles que la gestion de la santé et de la sécurité du travail.

**ENTRÉE GRATUITE  
au salon d'exposition**

**Inscription requise :**

**[grandrendez-vous.com](http://grandrendez-vous.com)**

Commission des normes, de l'équité,  
de la santé et de la sécurité du travail  
**[grandrendez-vous.com](http://grandrendez-vous.com)**

**CNESST**



# PORTRAIT DE DÉTAILLANT



## METRO PLUS LEBEL, BIEN PLUS QU'UN METRO

Quiconque connaît La Pocatière connaît la réputation du Metro Plus LeBel, celle d'une entreprise familiale qui a toujours su promouvoir les aliments locaux et entretenir un lien de confiance avec ses fournisseurs et sa clientèle. Une épicerie où la chaleur des employés est à l'image des habitants de la région : légendaire. Lancée en 1944 par Paul LeBel, l'entreprise est d'abord un magasin général. En 1982, Yves, fils de Paul LeBel, s'associe avec son cousin Claude ; c'est alors que le magasin passe sous la bannière Metro. Yves devient unique propriétaire en 1991.

En 2012, Simon LeBel reprend le flambeau de l'épicerie familiale. Très jeune, il savait qu'il voulait être directeur de l'entreprise. « J'ai commencé à y travailler comme emballeur quand j'avais quatorze ans. J'ai fait tous les départements. » Plus tard, Simon a étudié en administration à l'Université du Québec à Rimouski et a également suivi une formation à l'École d'entrepreneuriat de Beauce. Ainsi, en plus d'accumuler de l'expérience de travail dans le milieu de l'alimentation, il a voulu acquérir les connaissances pour devenir un bon chef d'entreprise. L'équilibre parfait pour s'accomplir en tant qu'homme d'affaires.

## UN LIEN DE CONFIANCE

Ce qui motive monsieur LeBel? Fournir des aliments de qualité, bien sûr, mais surtout, le contact humain, c'est-à-dire le lien avec la clientèle, ainsi que le défi que représente la gestion d'une entreprise regroupant un grand nombre d'employés. « Disons que je n'ai pas de difficulté à me lever le matin : je suis passionné par ce que je fais! » Pour monsieur LeBel, la

relation avec les clients doit être la même qu'avec ses employés : directe, honnête et chaleureuse. « Il faut rester à l'écoute de leurs besoins. Instaurer un climat de confiance. J'aime que les clients m'appellent par mon prénom. »

Cependant, dans un domaine où la pénurie de main-d'œuvre est alarmante, le défi n'est plus seulement d'attirer la clientèle, mais aussi les employés. « J'apprécie que la majorité de mes gérants soient là depuis longtemps et qu'ils soient à l'écoute de leurs collègues », confie monsieur LeBel. Tout passe par la communication : le rendement du département, les problèmes que nous vivons et les solutions à y apporter... l'information doit circuler librement, la transparence est un atout ». D'ailleurs, l'évaluation et la formation des employés ne passent plus uniquement par le savoir-faire, mais surtout par le savoir-être. C'est parce qu'elle se sent engagée dans l'entreprise que l'équipe a le goût d'y travailler et de la faire rayonner auprès de la clientèle.

## UNE PLACE DE CHOIX AUX PRODUITS DU TERROIR

Depuis les tout débuts, alors qu'elle était encore un magasin général, l'entreprise privilégiait déjà les produits régionaux. « Notre politique d'achat local est l'une de nos plus grandes fiertés, déclare monsieur LeBel. Nous ouvrons nos portes à de nouveaux fournisseurs et leur permettons de tester leurs produits en magasin ». C'est de cette façon que Metro Plus LeBel a été l'un des premiers clients de Nathalie Joannette, charcutière et propriétaire de Fou du cochon et Scie, à La Pocatière. Cette année, celle-ci a remporté deux prix prestigieux lors du concours Saucicréor, en France, l'un des plus importants concours de charcuterie dans le monde.

L'hiver dernier, monsieur LeBel procédait à des rénovations majeures. Cela lui a permis, notamment, de doubler l'offre de produits régionaux biologiques et sans gluten. Il a aussi amélioré son bistro, un véritable restaurant en plein cœur du magasin.

Il a par ailleurs entièrement réaménagé le commerce, autant à l'intérieur qu'à l'extérieur.

## UN ESPRIT SAIN DANS UN ENVIRONNEMENT SAIN

Outre la vente de produits régionaux et la politique d'achat local, l'environnement et l'engagement social sont des valeurs chères à l'entreprise. « Un système de récupération de chaleur des unités de réfrigération nous permet de chauffer notre eau ainsi que les espaces du magasin », explique le jeune entrepreneur. Metro Plus LeBel fait aussi du compost en partenariat avec Sémer (Société d'économie mixte renouvelable de la région de Rivière-du-Loup).

S'il est soucieux de l'empreinte environnementale de commerce, monsieur LeBel est également engagé socialement. L'an passé, il a été coprésident d'honneur du défi de Leucan dans sa région. Lui et son équipe ont organisé plusieurs activités de financement, dont un souper-bénéfice, qui ont permis d'amasser en tout 25 000 dollars.

Comment monsieur LeBel imagine-t-il son commerce dans cinq ans? « Les gens sont de plus en plus informés et intéressés par la nutrition. Il faut se tenir au courant des nouvelles tendances en matière d'alimentation. On doit être en mesure de répondre à leurs besoins. » Monsieur LeBel espère conserver au sein de son commerce la convivialité qui rappelle l'ambiance d'un magasin général. « Le client est, et sera toujours, au centre de nos décisions. »

**Julien Fortin**  
Collaborateur spécial





# ÉLECTIONS 2018 UN APPEL À LA MOBILISATION

## FAISONS CONNAÎTRE NOTRE SECTEUR!

Les 42<sup>e</sup> élections générales au Québec ont eu lieu le 1<sup>er</sup> octobre 2018. Moment fort de la vie démocratique, les élections sont l'occasion pour les citoyens de s'exprimer sur les enjeux qui leur tiennent à cœur. Les candidats à la députation sillonnent le territoire pour aller à leur rencontre et partager avec eux les idées des programmes qu'ils défendent. Pour de nombreux candidats, un passage chez le détaillant en alimentation du coin est bien souvent une étape incontournable. À cet égard, la campagne électorale constitue pour les détaillants une occasion à saisir de faire valoir leur point de vue sur les différents enjeux qui les préoccupent : main-d'œuvre, consigne, allègement de la réglementation, environnement, vente d'alcools... C'est aussi un moment propice pour rappeler que les détaillants propriétaires sont des acteurs importants du développement économique du territoire.

À l'ADA, nous avons interpellé les chefs des quatre principaux partis politiques (Coalition Avenir Québec, Parti libéral du Québec, Parti Québécois et Québec solidaire) en leur envoyant une lettre. Celle-ci rappelait l'importance de notre secteur d'activité pour la vitalité économique de la Belle Province, mais également les défis auxquels nous avons été et serons confrontés à terme. De plus, nous avons préparé un document destiné aux détaillants qui souhaitaient aller à la rencontre des candidats de leur comté. Pour cela, nous avons ciblé quelques priorités et suggéré quelques questions en découlant, après une brève mise en contexte.

Les politiciens sont sensibles aux réalités des détaillants en alimentation, car ceux-ci sont bien souvent d'importants créateurs d'emplois et de richesse dans les rues commerciales. De plus, les marchands propriétaires sont engagés dans les communautés et participent aux activités organisées dans leur coin. À l'ADA, nous croyons qu'il est dans l'intérêt des détaillants d'aller à la rencontre des élus et d'entretenir des relations avec eux afin de leur faire part des enjeux vécus sur le terrain. Chaque voix compte! C'est pourquoi nous vous invitons à prendre contact avec votre président régional ou avec la permanence de l'ADA pour vous faire entendre individuellement et collectivement.

**Pour plus de renseignements  
sur les enjeux politiques,  
communiquez avec**

**Gaëlle Leruste**  
gleruste@adaq.qc.ca

**Pour les relations  
avec les membres**

**Daniel Choquette**  
dchoquette@adaq.qc.ca







# ENJEUX IDENTIFIÉS

## ALIMENTS LOCAUX

Votre parti prend-il position pour nous aider à favoriser les aliments locaux en magasin, et si oui, de quelle manière?

Votre parti est-il disposé à appuyer financièrement les activités mises en place par Aliments du Québec ou d'autres initiatives visant à promouvoir les aliments locaux et à maintenir la confiance des consommateurs dans les produits québécois?

## VENTE D'ALCOOLS DANS LES COMMERCEs ALIMENTAIRES

Quelle sont les propositions de votre parti pour favoriser une plus grande équité entre les différents réseaux de commercialisation de produits alcoolisés?

Votre parti est-il ouvert à mettre en place un cadre de réglementation nous permettant d'offrir une plus grande diversité de produits en épicerie et d'améliorer l'expérience client?

## ENVIRONNEMENT

Votre parti est-il favorable à une extension du système de consigne, au détriment de la collective sélective?

Votre parti a-t-il l'intention de réglementer l'utilisation des plastiques dans nos commerces?

Si oui, par quoi les remplace-t-on?

## MAIN-D'ŒUVRE

Une hausse progressive du salaire minimum fait que celui-ci atteindra d'ici 5 ans 50 % du salaire horaire moyen. Quelle est la position de votre parti sur le salaire minimum?

Votre parti envisage-t-il de prendre des mesures pour prévenir l'incidence négative des nouvelles normes du travail et de l'assurance parentale sur l'organisation et les coûts d'exploitation des détaillants?

Votre parti est-il décidé à adopter des mesures spécifiques (p. ex. : financement des formations, etc.) pour attirer et retenir la main-d'œuvre dans le secteur du commerce de détail alimentaire?

## ALLÈGEMENT FISCAL ET RÉGLEMENTAIRE

Votre parti prend-il position pour alléger la réglementation qui nous est imposée? Si oui, de quelle manière?

Votre parti envisage-t-il de nouvelles baisses d'impôt et/ou une réévaluation des taxes foncières, en partenariat avec les municipalités?

Votre parti a-t-il des idées pour créer de nouvelles dynamiques commerciales et assurer ainsi la vitalité des territoires urbains et ruraux?





# 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 afin de mieux documenter nos dossiers.

## AGROALIMENTAIRE

### HAUSSE DES PRIX MINIMAUX DU LAIT : À PARTIR DU 1<sup>ER</sup> SEPTEMBRE 2018 ▼

La Régie des marchés agricoles et agroalimentaires du Québec (RMAAQ) a rendu sa décision le 9 août, homologuant ainsi la hausse des prix minimaux et maximaux du lait, en vigueur 1<sup>er</sup> septembre 2018. Elle a également précisé que la formule de fixation des prix ainsi que la grille actuelle demeureraient intactes jusqu'en février 2020, sauf en cas de circonstances exceptionnelles. En moyenne, le prix du lait vendu au détail a augmenté d'un peu plus de 2 %.

Réunis à la demande du Conseil des industriels laitiers du Québec (CILQ) et d'Agropur, l'Association des détaillants en alimentation (ADA) faisait partie des groupes présents pour débattre de la question. Déposée à la fin du mois de juillet, la RMAAQ a tenu séance très rapidement pour évaluer une augmentation des prix minimaux du lait. Le CILQ a justifié sa requête suite à la décision de la Commission canadienne du lait en juillet dernier d'augmenter le prix du lait payé aux producteurs et les coûts d'opération qui en découlent. L'ADA n'a pas manifesté d'opposition de principe à une augmentation des prix minimaux, dans la mesure où la marge des détaillants en alimentation n'était pas touchée. Elle a également fait valoir qu'au besoin, elle n'hésiterait pas à déposer une requête auprès de la RMAAQ pour faire réviser la grille des prix minimaux.

### SYMPOSIUM SUR L'INNOCUITÉ ALIMENTAIRE : ASSURER LA SÉCURITÉ DES CONSOMMATEURS ▼

Le 20 septembre, Pierre-Alexandre Blouin animait un panel de discussion sur les défis liés au commerce en ligne dans le secteur du détail. Pour l'occasion, il s'est entretenu avec Patrick Boucher, directeur e-Commerce de Metro, Karen Low, spécialiste principale en sécurité alimentaire pour le groupe Loblaw, et David Drouin, chef de la sécurité alimentaire pour le distributeur Sobeys. Les intervenants ont fait état de leurs inquiétudes grandissantes sur la demande en hausse pour le commerce en ligne et les exigences d'inspection qui en découlent.

La programmation de cette activité a permis d'avoir un portrait complet des grandes tendances en matière d'innocuité alimentaire. Nous avons notamment retenu que des chercheurs travaillent actuellement en Amérique du Nord sur une technologie permettant à des emballages intelligents de détecter des pathogènes. De plus, Aline Dimitri, directrice adjointe à l'inspection à l'Agence canadienne d'inspection des aliments, est venue expliquer le nouveau règlement fédéral qui entrera en vigueur le 19 janvier 2019. Il y a fort à parier que la prochaine révision réglementaire sur l'inspection des aliments à l'échelle provinciale s'en inspirera.

### MAPAQ : LES TRAVAUX DE LA FILIÈRE TERTIAIRE AVANCENT ▼

Le 26 septembre, les représentants des associations de la filière tertiaire (détaillants, distributeurs, restaurateurs) ont rencontré le MAPAQ pour discuter des suites à donner à la politique bioalimentaire. Rappelons que celle-ci, déposée le 6 avril dernier, vise à accroître de 10 milliards de dollars le contenu québécois dans nos assiettes.

Au cours de l'été, le MAPAQ avait demandé aux associations de définir des pistes d'action potentielles pour atteindre cet ambitieux objectif. Les discussions préliminaires ont permis de dégager trois priorités : la promotion des aliments locaux via Aliments du Québec, la révision de la réglementation sur les normes d'inspection de l'innocuité et de la salubrité alimentaires, et les défis entourant les enjeux de la main-d'œuvre.





# ALCOOL

## ÉVOLUTION DU MODÈLE D’AFFAIRES DE LA SAQ : CONCLUSIONS DU RAPPORT DE PWC ▼

À la fin du mois de mai, le gouvernement de Philippe Couillard a commandé à la firme indépendante PwC une étude sur l’évolution du modèle d’affaires de la Société des alcools du Québec (SAQ). Les consultants avaient sept semaines pour produire un rapport complet en deux volets, le premier portant sur l’étalonnage de la performance de la société d’État et le second sur l’élaboration et l’analyse de plusieurs scénarios.

Dans la première partie du rapport, PwC fait un survol de la vente d’alcool en Suède, en Norvège et en France, pays retenus pour leur proximité en matière de social-démocratie dans le cas des pays scandinaves, et la France pour sa proximité culturelle. Les auteurs se sont ensuite penchés sur la mise en marché de l’alcool dans l’ensemble du Canada, puisque les modèles de commercialisation retenus diffèrent grandement d’une province à l’autre. Les auteurs mentionnent toutefois que le degré de privatisation du marché est plus élevé au Québec que dans les autres provinces canadiennes, exception faite de l’Ontario. De plus, c’est au Québec que les recettes gouvernementales sur le panier de boissons alcoolisées sont les plus

basses. Enfin, il ressort de l’exercice d’étalonnage que la SAQ se compare avantageusement à ses homologues à l’égard de la performance financière globale et de l’activité de vente au détail. Elle se situe dans la moyenne en ce qui a trait aux frais généraux et sous-performe aux chapitres de la logistique et de la distribution.

**DANS LA DEUXIÈME PARTIE DU RAPPORT, LES MANDATAIRES DE L’ÉTUDE ONT ÉTUDIÉ PLUSIEURS SCÉNARIOS, EN SE BASANT SUR L’ANALYSE MULTICRITÈRE. PARMI LES TROIS SCÉNARIOS RETENUS :**

**Scénario 1**  
Privatisation partielle – ventes des activités du commerce de détail et de la distribution.

**Scénario 2**  
Essaimage d’une partie de la SAQ et entrée d’un ou plusieurs concurrents.

**Scénario 3**  
Ouverture des lignes de produits exclusives à la SAQ à des détaillants autorisés.

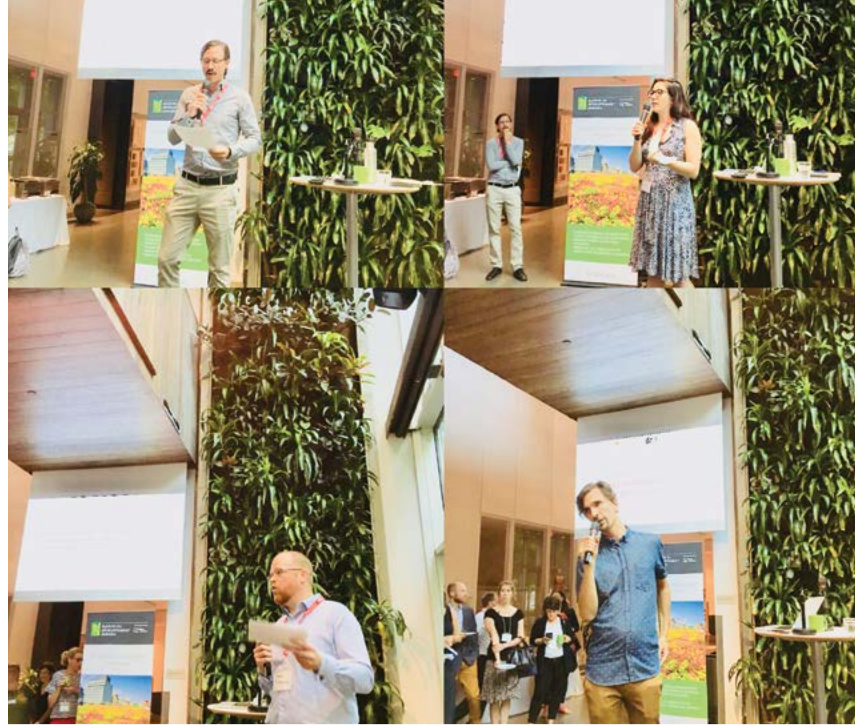
Selon les auteurs de l’étude, les scénarios offrent des résultats fort variables et inégaux selon les critères recherchés. Ils affirment que la prise en charge par le secteur privé ne garantira pas une diminution des prix pour les consommateurs, comme le montre le précédent albertain. Ils l’expliquent par le fait que la performance financière de la SAQ est enviable par rapport aux autres institutions canadiennes. De plus, ils n’anticipent pas de rendements excédentaires significativement différents de la moyenne de l’industrie. Ils rappellent que le facteur influençant le prix est avant tout le niveau de recettes (dividendes et taxation) exigé par le gouvernement, ce qui toucherait tous les acteurs, publics et privés. Dans le cadre du scénario de la vente au privé, les analystes n’anticipent pas de gros rendement sur les actifs puisque le territoire complet devra être desservi (y compris les points de vente moins rentables), et les conventions collectives respectées. Dans le scénario 3, ils admettent toutefois que l’accès au réseau, et donc le potentiel de croissance, est très élevé puisque les magasins d’alimentation ont des heures d’ouverture plus étendues que celles des succursales de la SAQ. Ils

concedent également que l’apparition d’une concurrence dans le marché de l’alcool serait un facteur de satisfaction important pour bon nombre de consommateurs québécois.

En conclusion, PwC se montre extrêmement prudente sur le ou les scénarios à privilégier. Les auteurs de l’étude estiment qu’à ce stade-ci, l’étude est trop incomplète pour fournir un portrait étoffé et précis des différentes solutions qui s’offrent au gouvernement. Ils recommandent chaudement la poursuite de la réflexion sur un certain nombre de critères et d’impacts à évaluer en profondeur avant d’envisager un mandat gouvernemental.

L’ADA suit ce dossier de près et compte bien aller à la rencontre des nouveaux députés et représentants du gouvernement sur ce dossier sensible.





## ENVIRONNEMENT

### GASPILLAGE ALIMENTAIRE : ENJEUX ET PERCEPTIONS ▼

Le gaspillage alimentaire est devenu une préoccupation d'un nombre croissant de citoyens. L'ADA donne régulièrement des entrevues pour faire connaître les défis des détaillants à ce chapitre en rappelant les initiatives mises en place dans les magasins. De nombreux marchands donnent leurs invendus à des organismes communautaires ou les utilisent dans leur comptoir de prêt-à-manger. Interpellée par La Transformerie qui récupère des invendus pour en faire de délicieuses tartinades, l'ADA n'a pas hésité à donner son appui aux projets de développement de cet organisme social afin que les pertes alimentaires puissent profiter au plus grand nombre.

Le 18 septembre, La Transformerie dévoilait les résultats d'une étude réalisée par la Chaire de transition écologique de l'UQAM sur les enjeux et perceptions entourant le gaspillage alimentaire. Pour l'occasion, un sondage mené auprès de 992 personnes a révélé des profils de consommation assez diversifiés : 25 % des personnes interrogées disaient gaspiller très peu grâce à une bonne planification des repas, 58 % faisaient leur possible pour limiter les pertes, tandis que 17 % improvisaient leurs repas, gaspillant davantage les aliments achetés. Rappelons que 47 % du gaspillage alimentaire provient de la mauvaise gestion des aliments dans les foyers, tandis que 10 % des pertes se produisent à l'épicerie.

Par ailleurs, les chercheurs ont mené plusieurs entretiens avec des détaillants pour mieux comprendre leurs défis devant cet enjeu important. Les entretiens ont révélé que la fraîcheur des aliments figurait au cœur des défis mentionnés par les marchands, qui veulent répondre aux demandes de leurs clients. Les détaillants interrogés se sont également dits intéressés à explorer toute proposition permettant de réduire le gaspillage.

En conclusion, les auteurs de l'étude croient qu'une réflexion sur la révision des normes de péremption devrait être envisagée avec les autorités et les partenaires de l'industrie agroalimentaire, et qu'un vaste travail de sensibilisation sur la valeur accordée aux aliments devrait être entamé. Devant l'importance de cet enjeu, ils estiment souhaitable que détaillants et consommateurs travaillent ensemble pour changer certaines habitudes qui peuvent faire une grande différence pour réduire le gaspillage alimentaire.

## DOSSIERS DIVERS

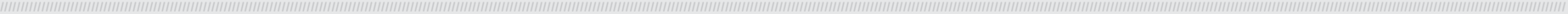
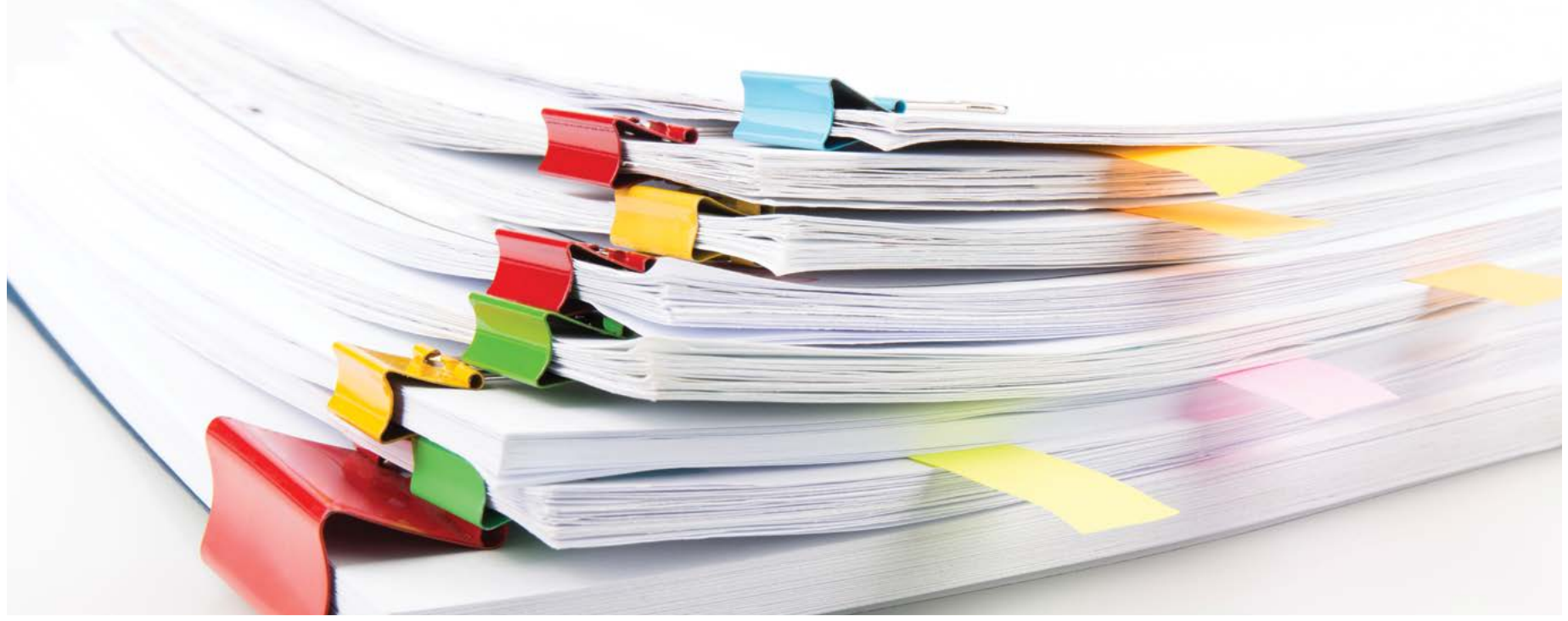
### CAMIONNAGE : LA VILLE DE MONTRÉAL VEUT AGIR ▼

Chantiers de construction, congestion, manque de places de stationnement, amendes : circuler à Montréal est un cauchemar pour beaucoup d'entre nous. L'ADA travaille sur cet enjeu puisqu'un grand nombre de détaillants propriétaires et de fournisseurs sont excédés par les difficultés grandissantes de faire des affaires à Montréal. De plus, le commerce en ligne engendre une multiplication des livraisons auprès des particuliers et des commerçants. Après des années d'inaction, la frustration est à son comble et le statu quo n'est plus possible. C'est pourquoi l'administration Plante a décidé de confier à Jalon MTL, un organisme sans but lucratif indépendant de la Ville, un mandat de consultation sur l'avenir du camionnage à Montréal.

**L'ADA travaille sur cet enjeu puisqu'un grand nombre de détaillants propriétaires et de fournisseurs sont excédés par les difficultés grandissantes de faire des affaires à Montréal.**

Le 19 septembre, l'ADA a participé au dernier atelier de travail organisé par Jalon MTL, lequel a consulté un vaste éventail d'organisations. Lors de l'activité, Jalon MTL a testé plusieurs pistes de solutions à court, moyen et long terme. L'objectif de la démarche est avant tout de réduire la congestion à Montréal et de faciliter la vie des commerçants. Rappelons que l'augmentation des livraisons coûte très cher et cause bien des désagréments à l'ensemble de la population. Jalon MTL présentera ses recommandations à la fin du mois d'octobre, et la Ville devrait prendre une décision vers la fin de 2018 ou au début de 2019 quant à la mise en place de projets pilotes ou la révision de certaines dispositions de la réglementation existante. L'ADA continuera de suivre ce dossier de près et d'encourager l'extension des heures de livraison, une solution rapide et efficace plébiscitée par la plupart de nos membres.





## ALLÈGEMENT RÉGLEMENTAIRE : QUOI DE NEUF POUR LES DÉTAILLANTS? ▼

Le 17 août, Stéphane Billette, ministre délégué aux Petites et Moyennes Entreprises, à L’Allègement réglementaire et au développement économique régional, a dévoilé le Plan d’action régional 2018 – 2021 en matière d’allègement réglementaire et administratif. Ce plan est le résultat des travaux du chantier sur le commerce de détail mis en place en septembre 2017 et auquel l’ADA a participé après avoir sollicité votre avis sur la question. Nous y retrouvons d’ailleurs plusieurs de nos demandes.

Parmi les sujets ciblés, retenons les mesures suivantes :

| MESURE 5                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Modifier le Règlement concernant la déclaration de l’employeur en matière d’équité salariale (RLRQ, chapitre E-12.001, r.1) afin d’exiger des employeurs la production de la DEMES uniquement à la suite de la réalisation de l’exercice d’équité salariale ou de l’évaluation de son maintien. |
| MESURE 7                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Actualiser le Règlement sur les aliments (RLRQ, chapitre P-29, r.1) et procéder à sa refonte complète afin, notamment, de regrouper les normes pour éviter les redondances et de réglementer principalement en fonction de la salubrité et de l’innocuité des produits.                         |
| Simplifier les normes d’étiquetage afin d’éviter les chevauchements avec les règlements fédéraux                                                                                                                                                                                                |
| Simplifier les normes entourant les formats de produits                                                                                                                                                                                                                                         |
| Simplifier les normes liées à la vente de succédanés de produits laitiers                                                                                                                                                                                                                       |
| MESURE 8                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Inviter des représentants du secteur du commerce de détail à participer aux comités consultatifs qui seront mis en place par la RACJ en vue de discuter avec eux de leurs recommandations en ce qui concerne, notamment :                                                                       |
| La tenue d’un concours publicitaire                                                                                                                                                                                                                                                             |
| L’abrogation du règlement sur les cadenas ( <u>en vigueur depuis l’adoption du PL 170</u> )                                                                                                                                                                                                     |
| L’élargissement des heures d’exploitation du permis d’épicerie (en vigueur)                                                                                                                                                                                                                     |
| L’ajustement du prix minimum de la bière du Québec au niveau de celui de l’Ontario et ensuite, l’indexation du prix au niveau de l’inflation alimentaire                                                                                                                                        |

| MESURE 9                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Moderniser le système de gestion des contenants consignés et revoir par le fait même les paramètres d’attribution de la prime de manutention, notamment le niveau de la prime et les critères d’exemption.                                                                                                 |
| MESURE 12                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Demander au MDDELCC, en collaboration avec Recyc-Québec et ÉEQ, d’évaluer des moyens assurant plus de régularité dans les versements des contributions des entreprises, notamment la possibilité de verser des acomptes provisionnels à date fixe, et de mettre en œuvre les plus appropriés.              |
| MESURE 14                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Créer un lieu d’échange regroupant les associations de municipalités, les Villes de Montréal et Québec, les ministères concernés et l’industrie du commerce de détail pour déterminer des enjeux qui touchent notre secteur en matière de réglementation municipale, en débattre et trouver des solutions. |
| MESURE 15                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Simplifier l’administration de la fiscalité et réduire certains irritants au moyen des mesures suivantes :                                                                                                                                                                                                 |
| Permettre de gérer un compte en ligne pour la majorité des formulaires de Revenu Québec                                                                                                                                                                                                                    |
| Permettre la transmission électronique des demandes                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Analyser la possibilité de jumeler certains formulaires                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Rendre les renseignements en matière de TPS disponibles sur le portail Mon dossier Entreprises.                                                                                                                                                                                                            |

Les élections du 1<sup>er</sup> octobre pourraient modifier les priorités gouvernementales et administratives ; ainsi, plusieurs de ces mesures pourraient être mises en application ou bien tout simplement écartées.





## PAIEMENT

### LÉGÈRE BAISSÉ DES FRAIS DE CARTE DE CRÉDIT EN 2020 : UN PAS DANS LA BONNE DIRECTION ▼

Le 9 août, le ministre des Finances canadien, Bill Morneau, la ministre de la petite Entreprise et de la Promotion des Exportations, Mary Ng, et la députée de Rivière-des-Mille-Îles (intrônisée au Temple de la renommée de l'ADA en 2013), Linda Lapointe, ont annoncé avoir obtenu de la part de Visa, Mastercard et American Express l'engagement de réduire les frais transactionnels. Le gouvernement dit souhaiter plus de transparence et d'équité pour les PME qui n'ont pas le même pouvoir de négociation que les grandes entreprises.

À partir de 2020, Visa et Mastercard établiront les frais d'interchange à un taux effectif annuel moyen de 1,40 % (comparativement à 1,50 % dans l'entente précédente), réduiront la fourchette d'écarts entre les taux facturés aux entreprises, et se soumettront à une vérification annuelle effectuée par une tierce partie indépendante. Pour sa part, American Express s'engage à faire preuve de plus de transparence en ce qui concerne les frais imposés.

Selon les estimations du gouvernement fédéral, les économies pourraient atteindre 25 000 dollars sur cinq ans pour une entreprise de taille moyenne et 7500 dollars pour une petite entreprise. Ottawa expliquait avoir obtenu de l'information lui permettant d'affirmer que les taux auraient déjà commencé à diminuer, notamment ceux des cartes premium.

Pour la coalition Les PME comptent aussi, dont l'ADA est un membre actif, cette annonce représente un pas dans la bonne direction. Malgré une baisse des frais bien moins importante que prévu, cette annonce reconnaît l'importance de cet enjeu qui coûte chaque année des milliards de dollars aux détaillants et aux consommateurs canadiens. Nous ne souhaitons pas que cette question disparaisse des radars du gouvernement, car la différence des taux imposés est toujours très marquée entre le Canada et d'autres pays européens ou l'Australie, où, rappelons-le, les taux sont fixés à 0,3 %.

## À LA MÉMOIRE DE

L'ADA désire transmettre ses condoléances aux familles, aux proches et aux amis des personnes décédées.



**RICHARD SAINT-GERMAIN**  
1952-2018

Le 19 août 2018, à l'âge de 66 ans est décédé accidentellement Richard Saint-Germain. Homme d'affaires chevronné, monsieur Saint-Germain était copropriétaire du Provigo de la rue Victoria à Sorel de 1989 à 2009. Issu d'une longue lignée d'entrepreneurs et de cultivateurs, Richard Saint-Germain avait l'alimentation et le commerce dans le sang. Nos vœux vont à ses collègues et ses proches.



**GUY VIENS**  
1951-2018

À son domicile de Carleton-sur-Mer, le 17 septembre 2018, est décédé à l'âge de 67 ans, Guy Viens, ancien propriétaire du Marché Metro Viens (1981-2002). En 2017, monsieur Viens avait été le premier Gaspésien à être honoré au Temple de la renommée de l'ADA pour s'être démarqué au sein de l'industrie alimentaire québécoise. Nos vœux vont à ses collègues, ses proches et surtout à son fils Mathieu Viens, maintenant propriétaire du marché Viens et représentant pour la Gaspésie à l'ADA.

Avec cette tribune, l'ADA souhaite rendre hommage à tous ceux et celles qui ont travaillé de près ou de loin dans le secteur de l'alimentation et qui, malheureusement, sont partis trop vite. N'hésitez pas à nous informer du décès de gens dans votre entourage et nous partagerons la triste nouvelle.

Écrivez nous à : [info@adaq.qc.ca](mailto:info@adaq.qc.ca)



# TOURNOIS DE GOLF RÉGIONAUX DE L'ADA

Lors des tournois de golf régionaux organisés par l'ADA de l'Estrie et de l'Outaouais, plusieurs marchands et fournisseurs se sont réunis pour créer des liens, tout en profitant des plaisirs de ce sport extérieur. Ces tournois amicaux sont aussi l'occasion de parler des défis et des préoccupations que partagent les détaillants et de mieux connaître le travail de votre association!

## ESTRIE

Le 29 août dernier a eu lieu le 19<sup>e</sup> tournoi de golf de l'ADA Estrie au parcours du Château Bromont. Malgré les averses de pluie en milieu d'après-midi, les 150 golfeurs et golfeuses présents ont eu du plaisir à fraterniser entre eux. Le cocktail a commencé plus vite pour certains tandis que les plus mordus ont fini leur ronde de golf. Le président et directeur général Pierre-Alexandre Blouin a présenté sommairement les divers dossiers de l'ADA, puis Daniel Choquette a été honoré pour son implication à titre de président du conseil d'administration.

La journée s'est terminée avec un délicieux souper accompagné des musiciens Olivier Beaulieu et Jean-Philippe Audet. Merci à tous les participants et à tous les fournisseurs pour votre contribution.

Au plaisir de vous revoir l'an prochain pour le 20<sup>e</sup> tournoi!

**Eric Bouchard**

Président, Régionale ADA Estrie



## OUTAOUAIS

C'est sous un merveilleux soleil que s'est déroulé le tournoi de golf de l'ADA régionale de l'Outaouais. Les quelque 120 golfeurs ont démontré leurs prouesses au magnifique *Club de golf Tecumseh* de Gatineau alors que plusieurs kiosques de dégustation étaient à l'honneur sur le parcours. Pierre-Alexandre Blouin et Daniel Choquette ont profité pour discuter des différents dossiers qui guettent l'industrie. Le tout s'est terminé avec un somptueux repas et du bon vin... Vive l'alimentation!

Merci aux nombreux fournisseurs et partenaires qui ont contribué à cette belle journée. Merci également aux marchands qui étaient présents en grand nombre, notamment, mes collègues du comité régional sans qui cet événement n'existerait pas.

**Pascal St-Pierre**

Président, Régionale ADA Outaouais





# NOUVELLES DE L'INDUSTRIE

## PLACE À LA CÉLÉBRATION 30<sup>e</sup> ANNIVERSAIRE D'ARNEG



Le 14 septembre dernier, ARNEG célébrait son 30<sup>e</sup> anniversaire. Des membres de l'équipe de l'ADA et des détaillants propriétaires, le maire de Lacolle, Jacques Lemaistre-Caron, le député fédéral, Jean R. Rioux et le député provincial, Stéphane Billette, ainsi que plusieurs joueurs de l'industrie étaient présents pour souligner l'occasion. Venus tout droit d'Italie (maison-mère d'ARNEG), Daniele Marzaro et Filippo Finco ont également pris part à la célébration.

Suite à un dîner convivial offert à ses invités, Réjean Lalumière, président-directeur général d'ARNEG, et son équipe étaient fiers de présenter l'agrandissement de leur usine d'équipements réfrigérés. L'ADA souhaite à toute l'équipe d'ARNEG beaucoup de succès dans leurs projets pour les trente prochaines années!

## AVIS DE NOMINATION DINO FARRESE



Le conseil d'administration de l'Association québécoise de la distribution des fruits et légumes (AQDFL) est fier d'annoncer la nomination de monsieur Dino Farrese au poste de président du conseil pour l'année 2018-2019.

Rassembleur, Dino Farrese a toujours su considérer l'humain dans ses relations d'affaires. Impliqué dans l'association depuis plus de dix ans, c'est avec fierté qu'il met son expérience au service de l'AQDFL. Sa vie professionnelle débute à 17 ans dans un dépanneur. Il exerce par la suite diverses fonctions reliées aux fruits et légumes. C'est grâce à son sérieux et sa motivation qu'il gravit les échelons et devient gestionnaire chez Provigo en 1991. En 1999, il passe du détail aux ventes et marketing en rejoignant Bellemont Powell, au titre de représentant des ventes. De promotions en promotions, il devient Président-Directeur Général de la firme en 2018 et s'accomplit en qualité de facilitateur entre les fournisseurs, les détaillants et les consommateurs.

Bellemont Powell est une entreprise de courtage se spécialisant dans la vente et le marketing de produits alimentaires, principalement dans les fruits et légumes. Il était donc évident pour lui de rejoindre l'association. Afin de rendre à cette industrie qui lui apporte tant, il s'implique grandement dans divers projets. Dans une année qui s'annonce pleine de changements et de mouvement, il croit en ses facultés de fédérateur pour une association toujours plus à l'avant-garde. Convaincu, il saura persuader les consommateurs de manger toujours plus de fruits et légumes, notamment grâce au mouvement *J'aime les fruits et légumes*. Le meilleur reste à venir et cela ne fait aucun doute, Dino Farrese saura s'acquitter des responsabilités qu'implique la présidence de l'AQDFL avec succès.



[www.aqdf.ca](http://www.aqdf.ca) / [www.bellemontpowell.com](http://www.bellemontpowell.com)



## QUOI DE NEUF CHEZ NOS COUSINS LES FRANÇAIS? **LA RESTAURATION S'IMPLANTE DANS LES ÉPICERIES FRANÇAISES**



Un récent article publié dans le quotidien français *Le Monde* daté du 19 septembre relatait que la chaîne Auchan avait installé depuis 2016 des cuisines ouvertes au milieu de quelques hypermarchés et embauché du personnel issu de la restauration. En préparant sur place des plats cuisinés, l'enseigne se réapproprie les pieds carrés qui ont disparu au profit de la vente en ligne (textile, musique, etc.) et répond à une demande croissante pour ce type de produits, populaires auprès des personnes vivant seules ou trop occupées pour planifier des repas.

Ce positionnement n'est pas complètement nouveau puisque Eataly avait été la première à lancer ce créneau en 2010 pour combler la soif de nouveautés de la génération Y, peu encline à cuisiner mais délaissant la malbouffe. De plus, le prêt-à-manger est une catégorie deux à trois fois plus rentables que les autres, si le magasin est bien achalandé, car les coûts de main-d'œuvre sont également importants.

Auchan implante ainsi des cuisines ouvertes de 150 à 500 pieds carrés et embauche des cuisiniers professionnels ; elle n'hésite pas à former ses employés aux métiers de la restauration. Cette initiative s'inscrit dans la réflexion du groupe visant à repenser l'hypermarché, la stratégie devant être dévoilée au printemps 2019. Le géant du détail teste aussi des variantes : par exemple, en Roumanie, il offre la commande en ligne de plats préparés ou la livraison de ceux-ci à domicile, tandis qu'en Russie, les clients peuvent faire cuisiner les aliments achetés sur place.

Misant sur ce nouveau rayon, Auchan a sorti l'artillerie lourde et a retenu les services du chef réputé Christophe Nerkowski pour élaborer un catalogue de 200 recettes. Les cuisiniers font leur choix de menus de la semaine et passent commande des ingrédients auprès de fournisseurs strictement sélectionnés, une pratique bien éloignée de la grande distribution classique qui achète, stocke puis vend les produits. Avec cette stratégie, le distributeur veut diminuer la vente de produits préparés par d'autres groupes industriels afin de maximiser la valeur ajoutée de ses ventes en magasin.

**SAVIEZ-VOUS QUE?**

Nous sommes  
également  
sur **Facebook**  
et **Twitter!**

On y partage  
et commente  
des nouvelles  
de l'industrie  
alimentaire.  
C'est aussi une  
bonne façon de  
suivre les activités  
des employés  
permanents  
de l'ADA.

**JOIGNEZ LA  
DISCUSSION!**



Retrouvez-nous en cherchant  
le pseudo : **@ADAQuebec**



Association  
des détaillants  
en alimentation  
du Québec



## L'ADA VOUS EN DONNE PLUS!

En août dernier l'ADA a conclu une entente avec le CSMOCA afin de faire bénéficier ses membres de tous les outils du portail performance, développés par le comité, et ce, tout à fait **GRATUITEMENT**.

Dorénavant les membres de l'ADA  
bénéficieront d'un **accès annuel gratuit**  
au **Portail Performance du CSMOCA**.

**INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!**

Contactez Junie Césaire :

[jcesaire@adaq.qc.ca](mailto:jcesaire@adaq.qc.ca) / 514 982-0104 poste 230





**CE PORTAIL VOUS DONNE ACCÈS À 11 FORMATIONS EN LIGNE, À UN COFFRET DE GESTION DES RESSOURCES HUMAINES FACILE D'UTILISATION ET À UN OUTIL DE CRÉATION DE MANUEL D'EMPLOYÉ COMPLET RESPECTUEUX DES NORMES QUÉBÉCOISES ET VALIDÉ PAR LES GRANDS JOUEURS DE NOTRE INDUSTRIE.**

|                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                |
| Vos employés, nouveaux ou plus anciens, ont-ils le réflexe de « carter » les mineurs lors de ventes de produits interdits? Comprennent-ils l'importance de ce geste et les impacts financiers du non-respect de la loi 44?                                          | Vos employés réalisent-ils l'importance de ce que sont les pertes dans un commerce? Ont-ils une idée de l'impact financier d'un retard de pause, d'un mauvais étiquetage, d'une mauvaise réception de marchandise ou d'un vol interne ou externe?                                                                                                                                                   | Vos marges bénéficiaires sur les bières de microbrasseries sont plus élevées que pour les bières commerciales, aimeriez-vous que vos employés possèdent les connaissances nécessaires pour guider vos clients et ainsi augmenter vos ventes pour cette catégorie? |
| Aimeriez-vous que vos nouveaux employés reçoivent une formation de base sur les notions d'hygiène et salubrité, de service à la clientèle, de connaissance des produits, de fonctionnement d'un département, sans avoir à surcharger vos gérants déjà très occupés? | Aimeriez-vous remettre à vos employés un seul document qui répondrait à toutes les questions qu'ils peuvent vous poser sur les vacances, les maladies, les horaires, les pauses... Évitant ainsi des variations dans les réponses en fonction du gérant à qui les questions sont posées, ce qui vous garantira une plus grande équité au sein de vos employés et un gain de temps pour vos gérants? | En temps de pénurie de main-d'œuvre, vous savez déjà qu'investir dans la formation de vos employés vous permettra de vous différencier de la concurrence. Mais par où commencer? Comment trouver le temps de former? Avec quel budget?                            |

**L'ABONNEMENT AU PORTAIL PERFORMANCE QUE VOUS OFFRE DORÉNAVANT VOTRE ASSOCIATION (ADA) VOUS PERMETTRA DE RÉPONDRE À TOUTES CES QUESTIONS ET BIEN PLUS ENCORE!**

Former un employé c'est investir en lui, ce dernier se sentira valorisé et sera beaucoup moins tenté de se tourner vers la concurrence. De plus, le coffret de Gestion des ressources humaines vous propose plein de trucs et astuces pour motiver vos employés sans lien direct avec le salaire, motiver un employé ne nécessite par forcément un investissement financier!

Pour bénéficier du Portail Performance contacter directement l'ADA, une représentante vous fournira un code promotionnel qui vous permettra d'accéder aux outils du portail tout à fait gratuitement. Ce portail est accessible 24/7 via internet d'où que vous ou vos employés vous trouvez.

Bref rappel, le Comité sectoriel de main-d'œuvre est un organisme à but non lucratif dont la mission est le développement de la main-d'œuvre du secteur du commerce de l'alimentation. Le comité est dirigé par un conseil d'administration formé des grands joueurs de l'industrie, de commerces indépendants, de dépanneurs, de grossistes/distributeurs, de syndicats et d'instances gouvernementales.

Tous les trois ans, le comité réalise un sondage auprès de l'industrie puis invite des partenaires de chacun des sous-secteurs à une journée de réflexion sur les besoins de main-d'œuvre et les solutions éventuelles sur lesquelles le comité pourrait travailler. De ces rencontres découle un plan triennal qui est validé chaque année par le conseil d'administration afin de nous assurer que nous sommes toujours dans la bonne direction.

Pour plus d'informations sur le CSMOCA et pour découvrir tous les outils qui vous attendent grâce au partenariat signé avec l'ADA, consultez le [csmoca.org](http://csmoca.org)

Bonne découverte!

**Laurence Zert**  
Directrice générale  
CSMOCA

**Un partenariat ADA/CSMOCA  
pour améliorer votre performance!**



Association  
des détaillants  
en alimentation  
du Québec



16, 17 ET 18 NOVEMBRE 2018

# 63<sup>e</sup> CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

HILTON LAC-LEAMY | GATINEAU

## UN RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER!

Cette année, en plus de nos soirées du Temple de la renommée hautes en couleur et en émotions, les participants au Congrès auront la chance de prendre part à des conférences ainsi qu'à un concours présentant différentes innovations d'entreprises œuvrant dans l'industrie alimentaire. Ne manquez pas ce rendez-vous majeur regroupant près de 500 détaillants et fournisseurs chaque année!



# PROGRAMME DU CONGRÈS

## VENDREDI

13H30 – 14H30

### Conférence CFG : Meilleurs concepts de magasins – Thomas Barlow

Les épiciers indépendants se démarquent : survol des pratiques d'affaires des lauréats des Prix de l'Épicerie indépendante de l'Année remis en octobre 2017 à Toronto.



**Thomas Barlow**

Président et chef de la direction, Fédération canadienne de l'épicerie indépendante (CFG)

Avant de rejoindre CFG en 2013, Thomas a passé plus de 35 ans de sa carrière dans l'industrie des boissons gazeuses, dans les ventes, le marketing et les opérations. Très impliqué au sein de la communauté d'affaires, il a été administrateur de plusieurs organismes d'importance. Il préside désormais le conseil de l'hôpital Markham Stouffville et siège à la Fondation de l'épicerie canadienne. Il figure également sur le jury du Golden Pencil, qui récompense les détaillants et fournisseurs canadiens qui se sont le plus démarqués dans leur domaine.

14H30 – 15H30

### Conférence : Le commerce alimentaire à l'ère de l'instantanéité – JoAnne Labrecque & Sylvain Charlebois

Les deux chercheurs débattront des grands changements qui ont cours actuellement dans le secteur de la distribution alimentaire à l'échelle nord-américaine et de leurs impacts sur les détaillants et les consommateurs.



**JoAnne Labrecque**

Professeure agrégée, département de marketing, HEC Montréal

JoAnne Labrecque est professeure en marketing à HEC Montréal depuis 1991. Elle y enseigne les cours de Gestion du commerce de détail au programme de baccalauréat, Marketing de l'alimentation et la distribution au programme de maîtrise. Une de ses principales recherches porte sur l'analyse des comportements des consommateurs face à diverses catégories et sur les perceptions santé. Elle est membre de différents conseils d'administration d'entreprises œuvrant notamment dans les secteurs alimentaires et du commerce de détail. Elle est également membre de l'INAF.



**Sylvain Charlebois**

Professeur titulaire, Faculté de Management et d'Agriculture, Université de Dalhousie (Nouvelle-Écosse)

Sylvain Charlebois s'est joint à l'Université de Dalhousie à titre de doyen de la Faculté de gestion en juillet 2016. Il a été administrateur de plusieurs universités en plus d'avoir une longue liste de réalisations dans le milieu universitaire et le monde des affaires. Monsieur Charlebois est professeur titulaire à la Faculté de gestion et à la Faculté d'agriculture. Il est également l'auteur de cinq livres, dont Global Food Systems: The Era of Risk Intelligence (Wiley, 2016) et fréquemment interpellé dans les médias sur tous les sujets qui touchent à l'alimentation.

15H45 – 16H45



**Atelier :**  
Dégustation de bières de microbrasseries québécoises

Martin Thibault, expert-bière

18H30 – 00H00



**Temple de la renommée**  
(volet fournisseurs)

Spectacle Kabaret

## SAMEDI

08H30 – 09H30

### Bloc 1 Conférence détaillants et fournisseurs : Perception des consommateurs – Sylvain Charlebois

Dévoilement d'un sondage exclusif sur les perceptions des consommateurs portant sur les critères d'achat des consommateurs et les perceptions entourant les commerçants. Comment tirer profit de ces enseignements?

9H30 – 10H30

### Bloc 2 Détaillants (huis clos) : Dossiers politiques (ADA)

### Bloc 2 Fournisseurs : Assemblée annuelle membres fournisseurs

10H45 – 11H30

### Conférence : Valeurs et croyances des consommateurs et leur impact – Stéphane Beaudoin

Stéphane Beaudoin présentera les résultats d'une étude portant sur les valeurs et les croyances des consommateurs et leur impact sur la confiance dans le système alimentaire canadien.



**Stéphane Beaudoin**

Consultant et représentant du Centre canadien pour l'intégrité des aliments

Stéphane est un consultant privé qui agit comme formateur, conseiller, et auditeur pour les secteurs agricoles et agroalimentaires canadiens. Au cours des 20 dernières années, Stéphane a évolué principalement dans les domaines de la production animale, de la santé animale, des affaires corporatives et du bien-être des animaux. Stéphane est un communicateur efficace sur tous les enjeux agroalimentaires, de la ferme à la table, et comprend pleinement la réalité des détaillants d'aujourd'hui.

11H30 – 12H45

### Défi des fournisseurs ADA

12H45 – 14H00

### Dîner : dévoilement du gagnant Défi des fournisseurs ADA

14H00 – 15H00

### Assemblée annuelle membres détaillants (huis clos)

18H00 – 00H00



**Temple de la renommée**  
(volet détaillants)

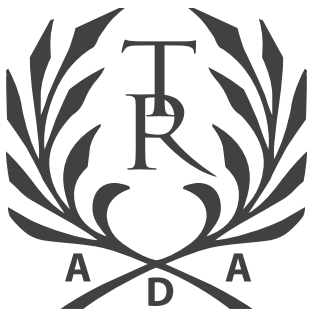
Animé par **Mélanie Maynard**  
accompagné de **Piano Man Expérience**

## DIMANCHE

Spectacle de l'humoriste  
**Pierre Hébert**







CHAQUE ANNÉE, L'ADA ORGANISE  
UN GALA PRESTIGIEUX POUR  
SOULIGNER LE TRAVAIL DES  
BÂTISSEURS DE L'INDUSTRIE  
ALIMENTAIRE. VENEZ LEUR  
RENDRE HOMMAGE.

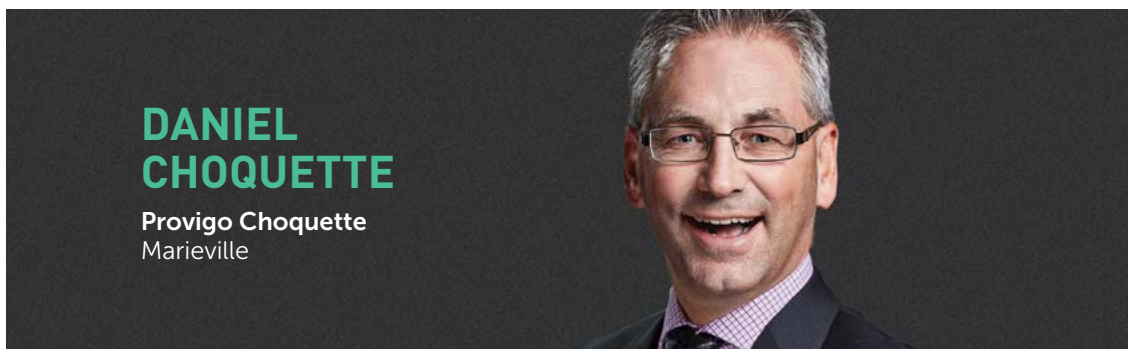
## VENDREDI VOLET FOURNISSEUR



### JEAN GATTUSO

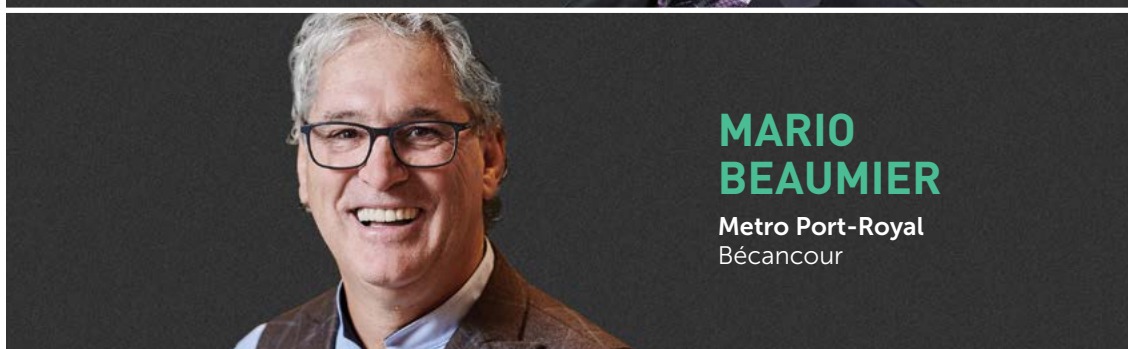
Président et chef  
de l'exploitation,  
Industries Lassonde inc.  
et Président et chef de la  
direction, A. Lassonde inc.

## SAMEDI VOLET DÉTAILLANT



### DANIEL CHOQUETTE

Provigo Choquette  
Marieville



### MARIO BEAUMIER

Metro Port-Royal  
Bécancour



### GUY JODOIN

IGA Famille Jodoin  
Saint-Hyacinthe



### RÉJEAN ET NORMANDE GERVAIS

Intermarché  
Réjean Gervais  
Saint-Boniface

## RÉSERVEZ AVANT LE 14 OCTOBRE ET ÉCONOMISEZ!

Détaillants, fournisseurs, sachez que  
d'importants rabais sont offerts à ceux  
qui s'inscrivent tôt. Alors n'attendez plus,  
réservez votre place dès maintenant!

### COÛTS INSCRIPTION COMPLÈTE (AVANT TAXES)

#### Détaillant (membre\*)

|                                     |        |
|-------------------------------------|--------|
| Dépanneur                           | 500 \$ |
| Épicerie – de 6 000 pi <sup>2</sup> | 700 \$ |
| Épicerie + de 6 000 pi <sup>2</sup> | 900 \$ |

#### Détaillant (non-membre)

|                                     |          |
|-------------------------------------|----------|
| Dépanneur                           | 600 \$   |
| Épicerie – de 6 000 pi <sup>2</sup> | 800 \$   |
| Épicerie + de 6 000 pi <sup>2</sup> | 1 000 \$ |

#### Fournisseur et distributeur

|            |          |
|------------|----------|
| Membre*    | 1 690 \$ |
| Non-membre | 1 950 \$ |

\*cotisation payée

### COÛTS INSCRIPTION À LA CARTE (AVANT TAXES)

#### Détaillant

|          |        |
|----------|--------|
| Vendredi | 350 \$ |
| Samedi   | 500 \$ |

#### Fournisseur

|          |          |
|----------|----------|
| Vendredi | 750 \$   |
| Samedi   | 1 150 \$ |

### COÛTS INSCRIPTION ESCOUADE JEUNESSE (AVANT TAXES)

#### Détaillant

|                               |        |
|-------------------------------|--------|
| Pour le premier enfant        | 175 \$ |
| Pour les enfants additionnels | 125 \$ |

## IMPORTANT!

#### Réservation des chambres

Afin de bénéficier d'un tarif préférentiel  
et surtout pour nous éviter des frais  
additionnels, merci d'utiliser notre  
code d'événement au moment  
d'effectuer la réservation de votre  
chambre.

Sans frais: 1-866-488-7888

Code de réservation: RLT



# FORMULAIRE D'INSCRIPTION > 63<sup>e</sup> CONGRÈS ANNUEL DE L'ADA

16, 17 et 18 novembre 2018 – Hilton Lac-Leamy

## CATÉGORIE

☐ Détaillant ☐ Fournisseur ☐ Distributeur

## ALLERGIES ALIMENTAIRES

☐ Oui ☐ Non Précisez : \_\_\_\_\_

## INSCRIPTION COMPLÈTE

## INSCRIPTION À LA CARTE

☐ Congrès annuel 3 jours  
☐ Escouade jeunesse

☐ Vendredi  
☐ Samedi  
☐ Dimanche

## PAIEMENT

Total avant taxes : \_\_\_\_\_

☐ Visa ☐ MasterCard ☐ Facturez-moi

Entreprise : \_\_\_\_\_

Nom et prénom (délégué(e)) : \_\_\_\_\_

Nom et prénom (conjoint(e)) : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_ Ville : \_\_\_\_\_

Province : \_\_\_\_\_ Code postal : \_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_\_ Cellulaire : \_\_\_\_\_

Courriel : \_\_\_\_\_

Nom du détenteur : \_\_\_\_\_

N° de carte : \_\_\_\_\_

Date d'expiration : \_\_\_\_\_

Signature : \_\_\_\_\_

## ESCOUADE JEUNESSE

Nom et prénom (enfant) : \_\_\_\_\_ Âge : \_\_\_\_\_

Nom et prénom (enfant) : \_\_\_\_\_ Âge : \_\_\_\_\_

Nom et prénom (enfant) : \_\_\_\_\_ Âge : \_\_\_\_\_

### Important

Vous devez réserver vos chambres directement auprès du Hilton Lac-Leamy avant le 15 octobre.  
Sans frais: **1-866-488-7888**  
Code de réservation: **RLT**

### Annulation

Vous devez envoyer un avis écrit à l'ADA avant le 14 octobre afin de recevoir un remboursement complet moins les frais d'inscription de 75 \$ perçus par délégué(e).

Retournez à [lgravel@adaq.qc.ca](mailto:lgravel@adaq.qc.ca) ou par fax : **514.849.3021**. Aucun remboursement après le 16 octobre; les substitutions sont acceptées. Le paiement complet doit être fait pour que l'inscription soit valide. Les frais doivent être acquittés avant le 31 octobre.

## ASSEMBLÉE ANNUELLE AVIS DE CONVOCATION POUR LES MEMBRES DÉTAILLANTS

Cher membre détaillant,

Le président du conseil d'administration, M. André Forget, me prie de vous convoquer à l'assemblée annuelle des membres détaillants de l'ADA, qui aura lieu dans le cadre du 63<sup>e</sup> congrès annuel de l'Association, le samedi 17 novembre 2018 au au Hilton Lac-Leamy.

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.

Je vous prie d'accepter mes meilleures salutations.

**Guillaume Laroche**

Secrétaire de l'ADA,  
Propriétaire Metro Laroche

**Pour retourner ce formulaire :**

**Par télécopieur :** 514-849-3021

**Par courriel :** [jcsaire@adaq.qc.ca](mailto:jcsaire@adaq.qc.ca)

**Par la poste :** 2120, Sherbrooke Est, Bureau 900,  
Montréal, Qc, H2K 1C3

## RÉSOLUTION SOUMISE

Sujet : \_\_\_\_\_

Attendu que : \_\_\_\_\_

Attendu que : \_\_\_\_\_

Attendu que : \_\_\_\_\_

Il est proposé que : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

N° téléphone : \_\_\_\_\_

Commerce : \_\_\_\_\_

Courriel : \_\_\_\_\_

N° de membre : \_\_\_\_\_

Signature du proposeur : \_\_\_\_\_

## CANDITATURE(S) SOUMISE(S)

Je, soussigné(e), sou mets 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'ADA :

**Nom**

**Commerce**

**Ville**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

N° téléphone : \_\_\_\_\_

Commerce : \_\_\_\_\_

Courriel : \_\_\_\_\_

N° de membre : \_\_\_\_\_

Signature du proposeur : \_\_\_\_\_

Date limite : **14 octobre 2018**



CONCOURS



# DÉFI DES FOURNISSEURS ADA

## QUESTIONS?

Daniel Choquette  
dchoquette@adaq.qc.ca  
514-262-1691



# 17 NOVEMBRE 2018

## HILTON LAC-LEAMY (GATINEAU)

Le Défi des fournisseurs ADA s'adresse aux membres de l'ADA ayant réalisé une innovation durant la dernière année. Après avoir soumis leur candidature, les entreprises sélectionnées pourront occuper un kiosque depuis lequel ils auront la chance d'effectuer des « pitches » de vente aux congressistes qui défileront en petits groupes de kiosques en kiosques.

### À GAGNER

L'entreprise gagnante méritera les éléments suivants :

- Remise de prix devant l'ensemble des acteurs de l'industrie réunis le 17 novembre 2018, dans le cadre du congrès de l'ADA;
- Un portrait publié dans l'une des éditions 2019 du magazine RADAR. Il s'agit du seul magazine québécois s'adressant spécifiquement aux détaillants en alimentation;
- Un espace à l'intérieur du kiosque de l'ADA lors du SIAL Canada à Toronto du 30 avril au 2 mai 2019;
- Un espace de kiosque promotionnel lors de l'édition 2019 du congrès de l'ADA qui aura lieu du 15 au 17 novembre 2019 à Québec.

### CRITÈRES D'ADMISSIBILITÉ

Toute entreprise ayant un produit ou un service à offrir aux détaillants en alimentation peuvent, à priori, participer au *Défi des fournisseurs ADA*. De plus, les entreprises souhaitant participer au défi doivent :

- Être membre de l'ADA et avoir payé sa cotisation pour l'année en cours;
- L'innovation doit avoir été développée ou commercialisée entre le 18 novembre 2017 et le 17 novembre 2018;
- Si ce n'est déjà le cas, le service ou le produit présenté par l'entreprise doit pouvoir être accessible au Québec dans un avenir rapproché;
- Avoir acheminé son formulaire d'inscription avant le 5 octobre 2018 à 17h à l'adresse suivante : [dchoquette@adaq.qc.ca](mailto:dchoquette@adaq.qc.ca)

### DATES IMPORTANTES

**7 mai** : Début des inscriptions

**5 octobre** : Fin des inscriptions

**15 octobre** : Dévoilement des entreprises retenues

**17 novembre** : Exposition et dévoilement du grand gagnant

## INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT

[adaq.qc.ca/event/defidesfournisseurs](http://adaq.qc.ca/event/defidesfournisseurs)



Association  
des détaillants  
en alimentation  
du Québec



**PROFITEZ D'UNE OFFRE AVANTAGEUSE\*  
SUR CES TROIS BILLETS DU TEMPS DES FÊTES !**



LOTÉRIES

\* Nouveau taux d'escompte bonifié pour Calendrier de l'avent et Étiquettes-cadeaux. Parlez-en à votre entrepreneur en commercialisation.

**18+**



## LE FIL ~~CONDUCTEUR~~ CONSOMMATEUR

**100 \$** DE RABAIS À NOTRE RÉSEAU  
SUR LES FORAITS NON MEMBRES CTAQ !

CODE PROMO :

**ADAQ**

**28 novembre 2018**  
**Hyatt Regency Montréal**

Pour s'inscrire :  
<https://conseiltaq.com/event/evenement-marketing/>



AVEC **SETH GODIN**



# VENTE INCROYABLE !

[www.bbfttechnologies.ca](http://www.bbfttechnologies.ca)



Jusqu'au 1er NOVEMBRE, procurez-vous une emballeuse sous-vide de votre choix à seulement

BBF Technologies est fier partenaire de Sipromac



VACUUM TABLE TOP  
**Modèle 250**



**2,499.00 \$**



VACUUM TABLE TOP  
**Modèle 350**



**3,862.00 \$**



1-866-688-3206

[info@bbfttechnologies.ca](mailto:info@bbfttechnologies.ca)

[www.bbfttechnologies.ca](http://www.bbfttechnologies.ca)





## Un franc succès!

Le 6 septembre, la section des membres fournisseurs (SMF) de l'ADA avait donné rendez-vous aux détaillants et aux fournisseurs pour une nouvelle formule de réseautage dans le Vieux-Montréal. Plus d'une centaine de personnes ont répondu à l'appel de Jean-Philippe Leblanc, président de la SMF. L'équipe de l'ADA et les membres de la SMF remercient les détaillants et les fournisseurs ainsi que tous les commanditaires d'avoir été présents en si grand nombre!

### UNE CONFÉRENCE GRANDEMENT APPRÉCIÉE DES PARTICIPANTS!

Pour l'occasion, Christian Bourque, vice-président exécutif de Léger Marketing, a donné une conférence sur ce qui distingue les Québécois des autres Canadiens en s'appuyant sur le livre *Le Code Québec* publié l'an dernier. L'analyse de plus de 5 000 sondages réalisés par sa firme montre que les mots « heureux », « consensuels », « différents », « victimes », « villageois », « créatifs » et « fiers » définissent bien les Québécois. Monsieur Bourque n'a pas manqué d'expliquer comment ces caractéristiques se déclinent dans le domaine de l'alimentation. La présentation a été très appréciée des participants.





## LES CAMIONS DE BOUFFE ÉTAIENT AU RENDEZ-VOUS!

Les participants ont ensuite pu se régaler en profitant des camions de restauration de rue à leur disposition durant l'événement. Les invités ont ainsi pu déguster les délicieuses bouchées préparées par Dalisa, la Boîte à Fromages (Agropur) et Unibroue (Sleeman).



## UN GROS MERCI AUX COMMANDITAIRES

BRASSERIES  
**SLEEMAN**

Boîte à  
FROMAGES

**Dalisa**

**ACOSTA**

**targipsum**  
Les technologies du transport

**CHAGALL**  
DESIGN

BRASSEURS  
**MONDE**

**dmb** DISTRIBUTION  
ALIMENTAIRE

**Coca-Cola**

Maison de transformation  
Boulangerie & Laurentides

**MARKETECH**  
ASSOCIÉS INC.

30 ANS  
**arnee**  
CANADA

**MAPLE  
LEAF**

**Red Bull**

**bu**





# ACTUALITÉS ET CBO



## GOÛTEZ LANAUDIÈRE! UNE CAMPAGNE D'ACHAT LOCAL AU VASTE RAYONNEMENT

Cette année, *Goûtez Lanaudière!* est fier de célébrer ces 10 ans d'existence et son 10<sup>e</sup> répertoire! Plusieurs d'entre vous le savent, *Goûtez Lanaudière!* est une campagne d'achat local mise sur pied par le Conseil de développement Bioalimentaire de Lanaudière (CDBL) en 2008.

Nous finalisons actuellement la période d'adhésion et nous pensons pouvoir atteindre les 100 participants en incluant producteurs, transformateurs, détaillants lanaudois et montréalais.

Au fil des années, notre campagne d'achat local a constamment pris de l'envergure, se bonifiant tant par le nombre de ses membres (qui a plus que doublé) que par son déploiement. Désormais, beaucoup de détaillants lanaudois et montréalais affichent fièrement notre identification régionale.

Démonstrations culinaires aux saveurs lanaudoises, journées Découvertes Goûtez Lanaudière! avec activation en magasin, un site web bien positionné, vaste panoplie d'outils promotionnels adaptés à votre magasin, visites d'identifications, une stratégie de médias sociaux actualisée et dynamique ainsi qu'un salon dédié aux marchés du détail et du HRI vous garantissent une belle notoriété en vous associant à notre image de marque. Notre répertoire, publié tous les deux ans à 110 000 exemplaires, est distribué dans les points de vente, les bureaux d'accueil touristiques, lors des événements agroalimentaires lanaudois et dans divers cafés et salles d'attente.

Au fil des semaines, nous ajouterons des portraits d'entrepreneurs, y compris des détaillants, afin de faire connaître ces décideurs qui ont une influence importante sur le rayonnement et le développement régional.

Il est important de savoir que la marque déposée *Goûtez Lanaudière!* a deux autres déclinaisons : les *circuits touristiques gourmands* et les *restaurants certifiés*. Ainsi déclinée, notre marque a plus d'impact auprès du consommateur, donc permet de faire le lien entre les produits retrouvés en épicerie, ceux achetés à la ferme ou dégustés au restaurant.

Visitez notre site web et repérez les détaillants participants ainsi que des nouveaux produits pour bonifier votre offre client, prenez plaisir à consulter notre blogue, suivez notre page Facebook, soyez parmi les premiers à consulter notre nouveau Instagram.



Détaillants lanaudois et montréalais, vous êtes intéressés à vous joindre à la promotion des produits lanaudois et bénéficier des retombées de cette campagne d'envergure?

Pour plus de détails, communiquez avec Mme Annie Cossette au **450-867-7773 poste 242** ou par courriel à [acossette@cdbl.ca](mailto:acossette@cdbl.ca).



Les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) ont pour mission de contribuer au développement de leur région par la concertation des acteurs du secteur bioalimentaire. Ces Tables, régies par des conseils d'administration formés de représentants du secteur bioalimentaire, travaillent avec les différents maillons de l'industrie : producteurs agricoles, transformateurs alimentaires, restaurateurs, épiciers, mais aussi intervenants de la fonction publique, du monde municipal, de l'éducation, de la finance, de l'emploi, etc. Les détaillants à la recherche de produits locaux ou souhaitant s'impliquer peuvent faire appel à la Table de leur région.

## L'ASSOCIATION, LES SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT, PRÉSENTE : « LE BAS-SAINT-LAURENT, UNE RÉGION EN APPÉTIT »

Un projet de mise en valeur des entreprises de la région par la création de reportages vidéo. Cette campagne de promotion s'étale sur 80 semaines et présentera 80 artisans de la région, du jamais-vu!

Dans nos reportages nous vous ferons vivre l'expérience persona, où l'art de raconter une histoire pour vendre ou promouvoir un produit ou une marque, est aujourd'hui un outil marketing incontournable. Il permet, par le témoignage dans le reportage vidéo,



« d'élever la notoriété d'une marque et d'éduquer les consommateurs envers celle-ci afin de les fidéliser sur le long terme ». Cet outil de promotion servira aux artisans en les dotant d'un outil professionnel et personnalisé qui pourra être utilisé sur les réseaux du web et optimisera leur visibilité dans un concept « TED », propulsant les informations sur notre site Internet et utilisant le référencement des artisans afin de créer une synergie autour d'une campagne de promotion.

### VOICI CE QU'IL FAUT RETENIR DE CETTE CAMPAGNE DE PROMOTION :

L'être humain a toujours été captivé par les histoires bien racontées. Et aujourd'hui, lorsqu'un internaute surfe sur Internet et s'arrête sur un contenu publié par une entreprise X ou Y, il ne s'attend pas à lire un message auto-promotionnel et *corporate* qui lui dira combien les produits sont géniaux (...). Non, ce qu'il recherche par-dessus tout, c'est qu'on lui raconte une histoire. Votre histoire.

Vous aurez la chance de découvrir la région du Bas-Saint-Laurent, grâce à la campagne de promotion propulsée dans la foulée du 20<sup>e</sup> anniversaire de l'Association des *Saveurs du Bas-Saint-Laurent*! Découvrez chaque mardi une nouvelle entreprise, qui nous partage sa passion; déclare la présidente madame Nancy Bergeron des Saveurs du Bas-Saint-Laurent.

Ces outils de mise en valeur vont éveiller la curiosité par le nombre et la fréquence de publications sur le web et les réseaux sociaux. Une image vaut mieux que 1000 mots, et cette expression n'a jamais eu autant de valeur qu'aujourd'hui. Ce sont les images qui ont le plus d'impact pour transmettre un message aux consommateurs. Le reportage vidéo est ainsi un levier publicitaire d'avenir qui n'est plus une simple option, mais bien une nécessité : Internet et les médias sociaux sont aujourd'hui des plateformes incontournables sur lesquelles la promotion est bien plus visible, plus percutante et plus économique que sur les formats papier.

Pour visionner les vidéos, vous pouvez aller sur le site Internet des Saveurs du Bas-Saint-Laurent : [saveursbsl.com](http://saveursbsl.com) ou nous suivre [facebook.com/SaveursDuBasSaintLaurent](https://facebook.com/SaveursDuBasSaintLaurent)





# De nouvelles normes du travail à connaître



La *Loi sur les normes du travail* a récemment fait l'objet d'une importante révision. Plusieurs modifications ont été apportées, notamment en matière d'absences et de congés, de vacances annuelles et de prévention du harcèlement psychologique et sexuel au travail. Certaines modifications sont en vigueur depuis le 12 juin 2018, et d'autres vont s'appliquer dès le 1<sup>er</sup> janvier 2019. En voici un aperçu.

## JOURS FÉRIÉS

Un employeur peut maintenant choisir entre verser l'indemnité pour jour férié ou accorder un congé compensatoire à la personne salariée pour laquelle le jour férié survient une journée habituellement chômée.

## HARCÈLEMENT PSYCHOLOGIQUE ET SEXUEL AU TRAVAIL

La définition de harcèlement psychologique a été précisée et englobe maintenant de façon plus explicite les conduites à caractère sexuel. La personne salariée dispose dorénavant d'un délai de deux ans (au lieu de 90 jours) suivant la dernière manifestation de harcèlement psychologique ou sexuel pour déposer une plainte auprès de la CNESST.

À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019, un employeur aura l'obligation de doter son entreprise d'une politique de prévention du harcèlement psychologique et sexuel et de traitement des plaintes.

## ABSENCES POUR OBLIGATIONS FAMILIALES OU PARENTALES

La notion de parent est élargie pour bénéficier des absences pour obligations familiales ou parentales. De plus, les personnes salariées agissant à titre de proches aidants peuvent se prévaloir de ces mêmes absences en présentant une attestation remise par un professionnel travaillant dans le milieu de la santé et des services sociaux régi par le *Code des professions*.

## VICTIMES DE VIOLENCE CONJUGALE OU À CARACTÈRE SEXUEL

Une personne salariée victime de violence conjugale ou à caractère sexuel peut maintenant s'absenter du travail jusqu'à un maximum de 26 semaines sur une période de 12 mois.

Plusieurs autres modifications ont été adoptées. Pour en savoir plus sur les nouvelles dispositions de la *Loi sur les normes du travail*, visitez [respectdesnormes.com](http://respectdesnormes.com).

## Normes en vigueur à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019 :

- Une personne salariée pourra bénéficier d'un **maximum de deux jours de congé payés** pour maladie, accident, violence conjugale ou violence à caractère sexuel, ou encore pour prendre soin d'un parent ou d'une personne à titre de proche aidant;
- Une personne salariée pourra refuser de travailler plus de deux heures au-delà de ses heures habituelles quotidiennes de travail;
- La personne salariée qui justifie trois années de service continu aura droit à trois semaines de congé payé par année.





# MERCI

aux 3 400 entreprises qui financent  
la récupération d'ici

[eeq.ca/merci](http://eeq.ca/merci)







# GGSF19

TOUS ENSEMBLE

**LES 1ER ET 2 AVRIL 2019**

**PALAIS DES CONGRÈS DE VANCOUVER**

**LE SALON DES PROFESSIONNELS DE L'ÉPICERIE,  
DE LA BOUTIQUE À L'ARRIÈRE-BOUTIQUE**