

RADAR

Association des détaillants en alimentation du Québec

janvier - février - mars 2008

Dossier Tabac Tombée du rideau

Dossier Spécial
ENVIRONNEMENT

31 mai 2008

À votre agenda **2008**

CSST : Diminuer les
risques d'agression !

45^e
Tournoi
de golf
A.D.A.

31 mai 2008

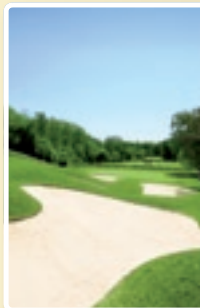
Inscription
en ligne

www.adaq.qc.ca



Sommaire

Mot de la présidente	03
Mot du président-directeur général	03
Changement du coût des cotisations A.D.A.	04
À votre agenda en 2008	05



Inscription Golf	06
Inscription congrès	07
Dossier spécial : Environnement	08
Suivi des dossiers	12



Nomination CFG : Éric Bouchard	16
CSST : Diminuer les risques d'agression	18
Mission prévention : Le Vol de « Pinpad »	21
Table de concertation agroalimentaire du Québec	23



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

Conception et infographie
komunik intramedia

Impression
komunik intramedia

Parution: six 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
Stéphane Maher
Martin Racicot

Mario Sauvé
Bruno Vincent

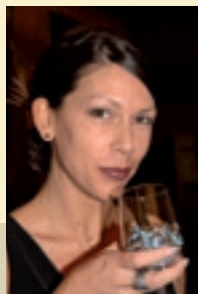
PERMANENCE DE L'A.D.A.

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

Mot de la présidente du conseil



Annick Gazaille
IGA Magog

Entrons dans le marché!...

Comme à tous les débuts d'année, nous voilà prêts à changer le monde avec nos lots de belles résolutions. Cette année, je m'abstiendrai d'en prendre plusieurs et je me limiterai à me centrer sur l'équilibre; simple, me direz-vous? Oui, mais essentiel, puisque ce concept définit la raison d'être de notre association.

Personne ne peut nier avoir été forcé à réfléchir avec la crise «Loto-Québec», ne serait-ce qu'en son for intérieur, aux relations qu'il entretient avec son fournisseur. Combien de discussions ont été provoquées entre marchands, amis, clients et fournisseurs qui auront fait avancer notre réflexion personnelle sur *notre relation d'affaire entre «partenaires d'affaire»*. Comment m'y prendrai-je alors?

Concrètement cette année, je me mets au service de nos fournisseurs. Depuis maintenant trois ans que je travaille à bâtir les liens entre nous, marchands, c'est chose faite et bien faite, puisque nous avons des résultats concrets : *nos régionales*. Maintenant, les fournisseurs cognent à notre porte, ils veulent discuter de différents problèmes que l'industrie vit et ils croient, comme moi d'ailleurs, qu'ensemble nous pouvons faire la différence! Un merci tout spécial à M. Bernard Blouin, vice-président chez Van de Water Raymond, pour la confiance accordée; il m'a donné l'opportunité de discuter avec tous ses représentants de chacune des régions du Québec lors de leur réunion annuelle du 20 décembre dernier. Discussion animée, mais combien intéressante. Je crois que l'industrie a beaucoup à gagner si nous pouvons maintenant mettre à la même table, marchands et fournisseurs, pour faire avancer les choses. Nous en sommes rendus là.

La nouvelle année commence et je déborde d'énergie. Mes défis cette année: parcourir à nouveau le Québec pour visiter nos régions et vous offrir à vous, fournisseurs, la possibilité de nous rencontrer.

Bonne année à vous tous, chers marchands et chers fournisseurs, souhaitons-nous une année à créer des consensus durables.

Au plaisir d'en discuter.

Mot du président-directeur général



Florent Gravel

Toujours en mouvement!

Je profite de cette occasion pour vous souhaiter, à toutes et à tous, une année remplie de tout ce que vous désirez. Notre panier d'épicerie déborde de projets et nous devons piloter plusieurs dossiers de front.

Pour ce qui est du dossier Loto-Québec, les réponses que nous avons eues sur quatre de nos cinq demandes nous semblent satisfaisantes. Nous attendons, avant la fin de février, la réponse à votre cinquième demande. C'est cette dernière réponse qui est la clef de toute l'énigme dans ce dossier et nous espérons que Loto-Québec ait été sensibilisé à ce que vous vivez en magasin. Grâce à l'implication des présidents régionaux dans ce dossier, le nom de l'A.D.A. a beaucoup circulé à travers le Québec. Cette présence sur le terrain et l'engouement de nos membres nous stimulent au plus au point.

Dernièrement, nous avons modifié notre site internet, allez le visiter, cela en vaut la peine! Nous travaillons aussi à améliorer le service que nous vous offrons et pour ce faire, nous avons fait l'acquisition d'une base de données. Si ce n'est déjà fait, vous recevrez bientôt un appel vous confirmant votre adhésion et un mot de passe vous sera donné, afin de pouvoir accéder à votre dossier. Lors de cet appel, une série de questions vous seront posées; les réponses sont très utiles pour nous et nous vous assurons de leur confidentialité.

Le Comité *Petites surfaces* a eu sa première rencontre dernièrement. C'est ce comité qui chapeautera le dossier Loto-Québec. D'ailleurs, lors de la rencontre, M. Léopold Turgeon y a fait une présentation et a répondu aux questions des membres du comité.

Un autre Comité, celui de la *Bière*, a lui aussi rencontré l'Association des brasseurs du Québec, ainsi que Molson et Labatt. Dans ce dossier, nous attendons des réponses début mars.

Nous sommes à votre écoute et nous sommes vos porte-paroles, nous vous représentons dignement. Tous les efforts sont mis pour défendre vos intérêts. C'est avec un membership fort que nous relèverons les défis qui vous interpellent.

Nous avons besoin de vos commentaires pour bien vous servir. Ne vous gênez pas, écrivez-nous. Soyez à l'affût des informations que nous mettrons sur notre site.

Que l'année 2008 soit pour vous des plus agréables!

Nous travaillons aussi à améliorer le service que nous vous offrons et pour ce faire, nous avons fait l'acquisition d'une base de données. Si ce n'est déjà fait, vous recevrez bientôt un appel vous confirmant votre adhésion et un mot de passe vous sera donné, afin de pouvoir accéder à votre dossier.



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Avis :

changement du coût des cotisations

Chère détaillante, cher détaillant,

Lors de la dernière réunion du conseil d'administration de l'A.D.A. tenue le 12 décembre dernier, les administrateurs ont approuvé une augmentation du coût de la cotisation annuelle. Depuis 2001, le coût de cotisation est demeuré inchangé.

Veuillez donc prendre note que la majoration entre en vigueur dès maintenant, de la façon suivante :

Dépanneur	250\$ (auparavant 18,34\$/mois, maintenant 20,84\$)
Magasin spécialisé	250\$ (auparavant 18,34\$/mois, maintenant 20,84\$)
Épicerie (moins de 6000 p²)	400\$ (auparavant 27,50\$/mois, maintenant 33,34\$)
Épicerie (plus de 6000 p²)	550\$ (auparavant 36,67\$/mois, maintenant 45,84\$)

Vos factures seront donc ajustées en fonction de cette augmentation des frais de cotisation, soit directement ou par l'intermédiaire de votre distributeur.

Cette augmentation vient compenser le manque à gagner de l'A.D.A. pour pouvoir continuer à vous offrir un service adéquat dans la défense de vos intérêts. Notez qu'au cours de l'été 2007, Couche-Tard s'est retiré de l'A.D.A. pour faire bande à part, affectant ainsi nos résultats financiers de façon importante. De plus, les coûts d'inscription du dernier congrès ont été abaissés considérablement, afin qu'un plus grand nombre d'entre vous y participent.

Sachez bien que nous redoublons nos efforts pour répondre à vos besoins et demeurer en relation constante avec vous. Le RADAR, le site internet amélioré (www.adaq.qc.ca) vous informent entre autres des nouvelles et des actions au niveau des événements et des dossiers politiques. De plus, les tournées régionales se poursuivront en 2008 et divers Comités ont été mis sur pied grâce à l'apport de plusieurs détaillants, dont un Comité Petites surfaces, suite au Sommet du 1^{er} octobre dernier. Vous n'êtes pas sans savoir que nous avons à intervenir dans de plus en plus de dossiers, tel l'environnement et autres.

Nous travaillons d'arrache-pied afin de s'assurer que les obligations, lois et règlements auxquels vous êtes soumis demeurent cohérents

avec vos activités. Il y a beaucoup de pain sur la planche et nous souhaitons pouvoir continuer à lutter à vos côtés, avec l'appui des membres du conseil d'administration, des présidents régionaux et de toute l'équipe de l'A.D.A., qui ont à cœur le bien-être et les intérêts de tous les détaillants propriétaires du Québec.

Nous vous remercions de votre appui et veuillez accepter l'assurance de nos meilleurs sentiments. Nous profitons de l'occasion pour vous souhaiter une très heureuse Année et n'oubliez pas que vous pouvez nous rejoindre en tout temps !

Florent Gravel
Président-directeur général

Annie Gauthier
Présidente

Les événements de l'A.D.A. à ne pas manquer.



Tournoi de Golf de l'A.D.A.

21 mai 2008

Au club de golf

Les quatre domaines à Mirabel



Congrès annuel A.D.A.

Du 28 au 30 novembre 2008

Au *Château Frontenac*

à Québec

Activités régionales A.D.A.

À déterminer

MAURICIE / CENTRE DU QUÉBEC

Référence : Mauricie, Marc DeMontigny **819-376-3028**
Centre-du-Québec, Martin Auger **819-293-6937**

Février

ESTRIE 20 février

Référence : Dominic Arsenault **819-849-6226**

Février

MONTÉRÉGIE 27 février

Référence : Michel Lemieux **450-658-1831**

Mars

QUÉBEC / CHAUDIÈRE-APPALACHES 4 mars

Référence : Francis Veilleux **418-386-5744**

Mars

MONTREAL ET LAVAL / LAURENTIDE-LANAUDIÈRE 11 mars

Référence : Montréal, Enrico Lalonde **514-620-4443**
Laval/Laurentide-Lanaudière, Gilles Brouillette **450-438-5214**

Avril

OUTAOUAIS 8 avril

Référence : Isabelle Tassé **819-568-5545**

Juin

BAS ST-LAURENT / GASPÉSIE 3-4 juin

Référence : Bas-St-Laurent, Frédéric D'Amours **418-868-1477**
Bas-St-Laurent/Gaspésie, Carl Desjardins **418-775-8915**

Août

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE / NORD DU QUÉBEC À déterminer

Référence : Julie Pelletier **819-874-7741**

Août

ESTRIE / MONTÉRÉGIE 27 août

Tournoi de golf de l'Estrie

Référence : Dominic Arsenault **819-849-6226**

Septembre

SAGUENAY-LAC ST-JEAN / CÔTE-NORD À déterminer

Référence : Éric Régner **418-349-2266**

Septembre

OUTAOUAIS 10 septembre

Tournoi de golf de l'Outaouais

Référence : Isabelle Tassé **819-568-5545**

45^e

Tournoi de golf annuel A.D.A.

21 mai 2008
Club de Golf
LES QUATRE DOMAINES
de Mirabel

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

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

ENDROIT

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

HORAIRE

BRUNCH : 08H30
DÉPART : 10h00 (formule Shotgun, Vegas à 4 joueurs)
COCKTAIL : 17H00
SOUPER : 18H00

COÛT

FOURSOME : 1 200 \$ (plus taxes)

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

JOUEUR INDIVIDUEL : 350 \$ (plus taxes)

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

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

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

SOUPER : 100 \$ (plus taxes)

comprend : cocktail et souper



LES QUATRE DOMAINES
Une autre vision

Formulaire d'inscription

Compagnie

Adresse

Représentant : Nom

Courriel

Tél.

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

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

Télec.

Noms des joueurs QUATUOR 1

1	
2	
3	
4	

Noms des joueurs QUATUOR 2

1	
2	
3	
4	

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

Association des détaillants en alimentation du Québec
300, Léo-Pariseau # 1100, Place du Parc, Montréal (Québec) H2X 4C1

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

Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 12 mai 2008. Aucun remboursement après cette date.

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





Venez goûter
à la cuisine
du prestigieux
chef Jean Soulard

Congrès annuel A.D.A.

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

Formulaire d'inscription détaillant

PRÉINSCRIPTION avant le 31 août 2008

	membre	non-membre
dépanneur	400 \$	500 \$
épicerie – de 6000 pi ²	600 \$	700 \$
épicerie + de 6000 pi ²	800 \$	900 \$

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

INSCRIPTION RÉGULIÈRE après 31 août 2008

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

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

Important : veuillez retourner ce formulaire et votre paiement avant le 30 juin 2008 pour bénéficier de l'offre ci-haut.

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

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

Important : Vous devez réserver vos chambres avec
le Fairmont Château Frontenac au **1 (888) 610-7575**
Votre code de réservation est : **ADA-05**
N'oubliez pas de le mentionner

Annulation : Vous devez envoyer un avis écrit à
l'A.D.A. avant le 31 octobre 2008 afin de recevoir
un remboursement complet moins les frais
d'inscription de 75\$ perçus par inscription.
Aucun remboursement après le 31 octobre 2008; les
substitutions sont acceptées. Le paiement complet
doit être fait pour que l'inscription soit valide.

Épargnez
jusqu'à
200\$
en vous inscrivant
avant le
31 août 2008

janvier - février - mars 2008

RADAR

L'efficacité des ICI, une affaire de services

Diriger ses matières résiduelles vers les sites d'enfouissement s'avère une stratégie très onéreuse pour les Industries, Commerces et Institutions (ICI) du Québec. Pour 2008, il est prévu que la taxe à l'enfouissement atteigne 10,41 \$ par tonne de déchets enfouis. La facture, vous le comprendrez, risque de devenir salée pour ceux qui ne modifieront pas leurs comportements ou encore n'arriveront pas à trouver des fournisseurs de services de récupération.

Une étude menée par l'A.D.A. au printemps 2007 a démontré que la majorité des détaillants en alimentation emboîtent le pas lorsque des services de récupération des matières recyclables et putrescibles sont disponibles. Par contre, un élément bien plus préoccupant, l'offre de service aux ICI, est fort déficiente sur de grandes parties du territoire québécois, et ce même dans plusieurs villes d'importance.

Au-delà des bonnes intentions des détaillants, il faut pourtant que l'offre de service soit disponible.

Voici donc deux exemples de régions qui ont décidé de concerter leurs efforts pour s'assurer que les ICI de leur territoire atteignent leurs objectifs de valorisation des matières résiduelles, pour le bénéfice de tous : citoyens, entrepreneurs et élus.



MRC du Bas-Richelieu

La réglementation oblige les commerces et institutions de la MRC du Bas-Richelieu à faire le tri des matières recyclables et de leurs autres déchets depuis le 1^{er} février 2007. Cependant, cette obligation s'accompagne de services de recyclage. En effet, une collecte sélective hebdomadaire de matières recyclables (2 bacs de 360 litres) leur est offerte, sans frais.

Moyennant des frais supplémentaires, il est possible pour les propriétaires de commerces et d'institutions de bénéficier du service de collecte hebdomadaire de déchets 12 mois par année.

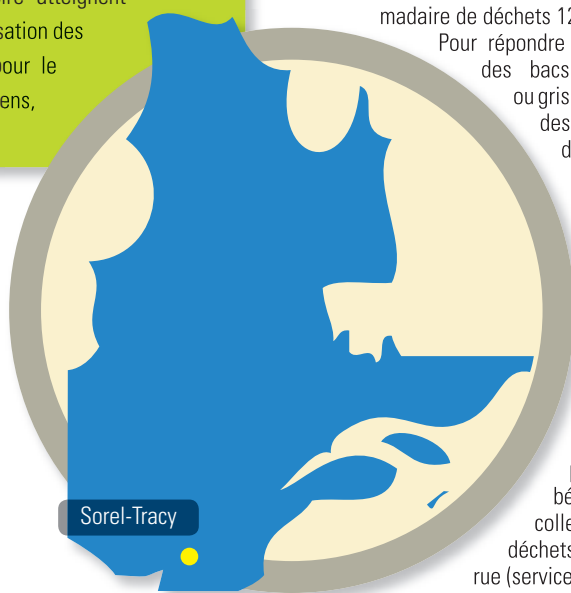
Pour répondre à leurs besoins, des bacs roulants bleus ou gris supplémentaires, des « rac-à-bacs » ou des conteneurs peuvent également être mis à leur disposition. Dans de tels cas, des ententes doivent être directement conclues avec le collecteur. À noter qu'ils pourront toujours bénéficier de la collecte régulière de déchets en bordure de rue (service de base).

La MRC du Bas-Richelieu a d'ailleurs remis la première distinction honorifique régionale « ICI, on récupère ! » à M. Sylvio Bouchard, propriétaire du Métro Sorel, qui a brillamment su détourner de l'enfouissement 85 % de ses matières résiduelles. L'acquisition d'une série

de bacs roulants bleus et noirs de 360 litres fait d'ailleurs partie des démarches réalisées. En utilisant des bacs noirs et en participant aux collectes de matières résiduelles offertes par Comporec du mardi au vendredi, M. Bouchard a privilégié la valorisation à l'enfouissement de ses déchets, et ce, en complémentarité avec la récupération de ses matières recyclables.

Trier les matières recyclables des déchets en les déposant dans le bac bleu ou le conteneur prévu à cet effet évite donc aux propriétaires de payer inutilement les taxes à l'enfouissement ! C'est pourquoi la MRC du Bas-Richelieu n'hésite pas à solliciter activement la participation des entreprises sur le terrain en leur démontrant les impacts positifs tant au plan financier qu'environnemental.

Orientés vers les résultats, la MRC et des partenaires locaux, cet automne, ont également mis sur pied un programme d'accompagnement des ICI de la région dans leur démarche visant à améliorer leur performance de récupération et de valorisation des matières résiduelles. Des étudiants du programme « Environnement, hygiène et sécurité au travail » du Cégep de Sorel-Tracy sont mis à contribution. D'abord en élaborant un diagnostic de la production actuelle des matières résiduelles des établissements, puis un plan d'action proposant des solutions de gestion écologique de matières résiduelles. Finalement, sous la forme d'un stage rémunéré d'alternance travail-études (ATÉ) en entreprise (moyennant certains frais), ces derniers pourront mettre en œuvre le plan d'action proposé à la phase précédente.





MRC de la Nouvelle-Beauce

Dès 1994, la MRC de la Nouvelle-Beauce exerce la gestion des matières résiduelles sur l'ensemble de son territoire, qui regroupe une population de plus de 32 000 personnes répartie dans 11 municipalités. À la suite d'une problématique de disposition des matières qui étaient dirigées à l'extérieur de son territoire, la MRC procède alors à l'implantation de son lieu d'enfouissement technique (LET) et décide, du même coup, d'introduire la collecte des matières recyclables pour tous, même les ICI. Le tri des matières recyclables allait être confié à la Société V.I.A., de Lévis.

La MRC de la Nouvelle-Beauce avait plusieurs raisons pour souhaiter regrouper les différents types de générateurs. D'abord, afin que la facture globale soit la moins élevée possible pour les contribuables, et ainsi ne pas dédoubler les services de collecte et de gestion des matières. De plus, l'entreprise de recyclage Michel A. Jacques de Sainte-Marie était intéressée à pouvoir disposer d'une plus grande quantité de matières disponibles en grande quantité dans les ICI, notamment le carton.

En ce qui concerne les ICI, la MRC de la Nouvelle-Beauce et l'entreprise de Sainte-Marie s'accommode l'une l'autre. Ceux pour qui la collecte municipale est suffisante ont néanmoins le service désiré alors que les plus grands générateurs sont desservis par la collecte privée. Dépendamment de leurs besoins changeants, les entrepreneurs de la région sont néanmoins assurés d'obtenir un service adapté.

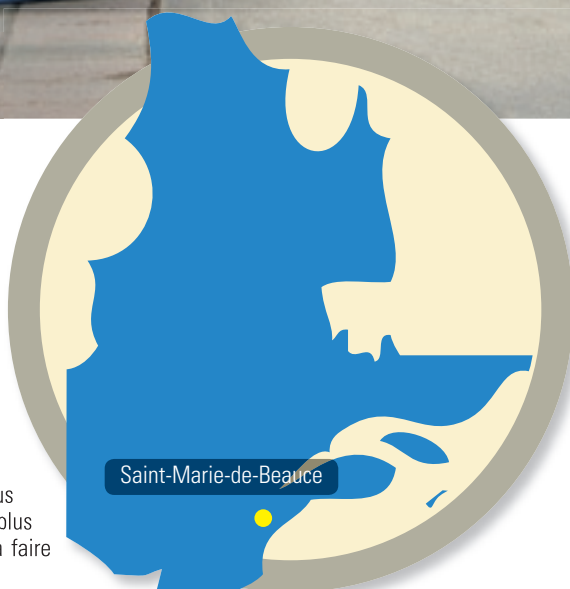
Fait passablement unique au Québec, les frais de collecte sont confondus dans la taxe de déchets de la MRC.

Les détaillants en alimentation de la MRC Nouvelle-Beauce sont passablement satisfaits de leur offre de service, bien que rien ne soit parfait. Petit à petit, l'offre de service s'améliore. Depuis 2005, les générateurs de plus de six bacs roulants de matières résiduelles peuvent maintenant disposer de conteneurs à chargement avant. Plus l'offre de service s'améliore et plus les détaillants sont intéressés à faire des efforts.

...

L'A.D.A. est consciente que vous ne disposez pas tous de services similaires dans vos localités respectives. C'est pour cette raison qu'elle entend militer en 2008 pour une amélioration significative des services de collecte pour les détaillants de l'ensemble du Québec.

N'hésitez pas à faire part de vos besoins à vos élus. Les détaillants en alimentation et les autres ICI font partie de la solution et non du problème.



www.adaq.qc.ca

Efficace, sécuritaire et confidentiel !

Une technologie au service de notre évolution

Les magasins de quartiers ont grandi, ont évolué, se sont multipliés. Les enjeux sociaux et économiques aussi sont devenus de plus en plus épineux. Depuis plus de 50 ans, vous nous faites confiance et afin d'évoluer au même rythme que vos besoins, l'A.D.A. s'est récemment équipée d'un système de gestion novateur.

En effet, Insum Solutions, une entreprise privée, fondée en 2003, a créé un système qui permet de gérer à la fois nos membres et notre site internet. Cette innovation répond aux enjeux majeurs actuels de notre association qui se doit de maintenir un réseau de communication efficace avec tous ses membres.

Efficace, sécuritaire et confidentiel !

Chaque membre A.D.A. se voit attribuer un code d'utilisateur et un mot de passe qu'il doit inscrire lorsqu'il veut accéder à son profil ou aux documents réservés aux membres seulement.

www.adaq.qc.ca : Une source d'informations :

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

www.adaq.qc.ca : Un service pour vous :

- Profil pouvant être modifié vous-mêmes
- Documents réservés aux membres
- Inscription en ligne aux activités et événements
- Paiement sécuritaire
- Le magazine RADAR à télécharger
- Publication d'offres d'emplois
- Publication de petites annonces
- Répertoire de fournisseurs de produits et services

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.

Contactez-nous pour obtenir votre code d'utilisateur.

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





À couteaux tirés avec l'hygiène? Y'a pas de quoi en faire un plat!

www.ithq.qc.ca/hygienesalubrite

Une formation en ligne. Accessible en tout temps.

- Formation recommandée par le gouvernement du Québec.
- Conçue pour les gestionnaires et les manipulateurs d'aliments.
- Crédits d'impôts disponibles pour les entreprises.
- Une attestation de l'ITHQ est remise à l'issue de cette formation.

1 800 361-5111, poste 5115
hygienesalubrite@ithq.qc.ca



Institut de tourisme
et d'hôtellerie

Québec



En collaboration avec :
• Ministère de l'Agriculture, des
Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ)
• Emploi-Québec

Nos présidents régionaux

Pour rejoindre la présidente ou le président de votre région



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



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



SAGUENAY-LAC ST-JEAN / CÔTE-NORD
Eric Régnier
IGA Régnier
13, avenue Villeneuve
Métabetchouan (Québec)
G8G 1L2
418-349-2266



ABITIBI-TÉMISCAMINGUE / NORD DU QUÉBEC
Julie Pelletier
IGA Pelletier Carrefour
1801, 3e Avenue
Val-d'Or (Québec)
J9P 5K1
819-874-7741



BAS ST-LAURENT / GASPÉSIE
Carl Desjardins
Alimentation de la Mitis (IGA)
1330, Gaboury
Mont-Joli (Québec)
G5H 4B2
418-775-8915



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



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



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



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



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



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



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



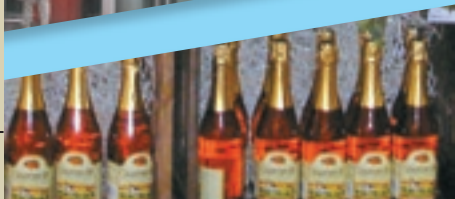
MONTRÉAL-OUEST
Enrico Lalonde
IGA Extra, Famille Lalonde
640, Jacques-Bizard
Montréal, (Québec)
H9C 2H2
514-620-4443



**Association
des détaillants
en alimentation
du Québec**

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.



Les normes sur les étalages de tabac dévoilées à quatre mois de l'échéance

On le savait depuis longtemps, à compter du 31 mai prochain, le gouvernement du Québec interdira l'étalage des produits du tabac à la vue des consommateurs. Par contre, les 9 000 dépanneurs et épiceries du Québec n'ont pas été informés des contraintes applicables à leurs commerces avant le 17 décembre dernier.

Pire encore, les lignes directrices expliquant la façon de revoir la manière dont ils disposent les cigarettes sur leurs étalages ne leur sont parvenues par la poste qu'au cours de janvier 2007. Cette situation est ridicule, d'autant plus que l'A.D.A. a multiplié les communications avec le ministère pour le presser de fournir ses explications dans un délai raisonnable.

Par contre, les lignes directrices sont passablement précises et laissent peu de place à l'improvisation. Ainsi, on spécifie que le dispositif de rangement

doit être « conçu de façon à ce que seul un nombre limité de produits du tabac soit visible au moment où le préposé y prend un produit du tabac; un dispositif de rangement divisé en compartiments (tiroirs, panneaux ou portes d'une surface réduite) respecterait ce critère », peut-on lire dans le document.

La moindre des décences aurait dû inciter le ministre Couillard à octroyer un délai raisonnable aux 9 000 détaillants pour adopter ces mesures, mais à l'heure actuelle, aucune communication en ce sens n'a émané du ministère de la Santé et des Services sociaux. L'A.D.A. s'efforcera néanmoins de raisonner le ministre avant l'expiration du délai actuel.

Pour plus d'informations sur la loi sur le tabac :

<http://www.msss.gouv.qc.ca/sujets/santepub/tabac/index.php?accueil>

Agroalimentaire

Le MAPAQ investit 14 M\$ dans sa nouvelle stratégie « Le Québec dans votre assiette! »

Dès 2008, une stratégie sera mise en œuvre par le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation et ses partenaires de l'industrie pour inciter les consommateurs du Québec à rechercher, à demander et à acheter davantage d'aliments produits et préparés chez nous. La stratégie vise également à appuyer les entreprises afin qu'elles offrent des produits variés et distinctifs, et à leur faciliter l'accès aux réseaux de distribution appropriés.

Le ministre Laurent Lessard dit souhaiter que les consommateurs exigent de plus en plus des produits québécois, que ces produits soient disponibles et faciles à trouver. Au MAPAQ on répète qu'Aliments du Québec aura sa place dans cette campagne, mais nous n'avons toujours obtenu aucune garantie à cet effet.

Pour l'A.D.A., l'arrimage systématique du logo Aliments du Québec à tous les éléments de la campagne est indispensable pour la réussite de



cette dernière. Le message envoyé aux consommateurs québécois doit être clair et persistant. Il faut éviter à tout prix de dédoubler les messages et logos, comme par le passé; il faut plutôt concentrer le message autour d'un seul objectif, soit de choisir les Aliments du Québec.

Par ailleurs, l'A.D.A. s'interroge toujours sur la vision du MAPAQ quant au rôle des détaillants propriétaires québécois lorsque la stratégie prévoit une mesure comme « l'appui au développement de deux concepts de marchés publics agroalimentaires et à l'identification de sites ».

Rappelons que la campagne du gouvernement ontarien, Foodland Ontario, misait justement sur les particularités des détaillants propriétaires. En effet, le premier ministre a alloué 250 000 \$ à la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI-CFIG) pour promouvoir un projet pilote, soit la campagne Buy local – Shop local, qui encourage

les consommateurs à acheter des produits de leur localité chez les détaillants propriétaires ontariens. Pour l'instant, leurs homologues québécois semblent avoir été oubliés, alors qu'ils sont tout aussi primordiaux dans l'émergence de nouveaux transformateurs.

La mise en œuvre de la stratégie sera soutenue par l'injection de 14 M\$ sur une période de 3 ans et s'articulera autour de 3 axes d'intervention :

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

Pour plus de renseignements, vous pouvez consulter le document suivant :

http://www.mapaq.gouv.qc.ca/NR/rdonlyres/486869A6-CC49-497C-8939-EF5C-7F08E3F8/13891/Strategie_sommaire.pdf



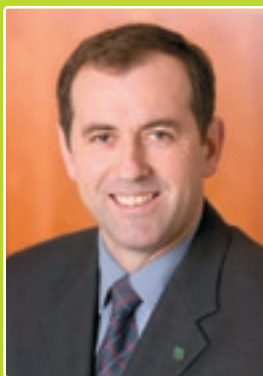
Nouveau président de l'UPA : M. Christian Lacasse



L'Union des producteurs agricoles (UPA) a un nouveau président. Les membres viennent de désigner Christian Lacasse à la tête du syndicat à l'occasion de leur 83^e congrès à Québec. Le producteur de lait de la région de Saint-Vallier de Bellechasse a été vice-président de l'UPA pendant six ans.

Le nouveau président indique qu'il souhaite exercer une direction teintée par l'action. La souveraineté alimentaire, le suivi du dossier des négociations de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et le renouvellement des politiques agricoles canadiennes et québécoises demeurent les priorités de M. Lacasse.

L'A.D.A. tient à souhaiter bonne chance à M. Lacasse, que nous aurons l'occasion de mieux connaître dans les mois et années qui viennent. Nous souhaitons également souligner la contribution du président sortant, M. Laurent Pellerin, qui a été de toutes les batailles pour l'essor de l'agroalimentaire québécois au cours des 14 dernières années.



Guide d'accès aux marchés

La Direction du développement régional de Transformation alimentaire Québec (TRANSAQ – entité relevant du MAPAQ) a développé un outil d'analyse et de référence visant à faciliter l'accès au marché pour les entreprises agroalimentaires. Ce guide renferme beaucoup d'information pour les producteurs qui ne sont pas familiers avec la mise en marché, mais peut être intéressant à consulter pour vous, détaillants. Il est disponible au lien suivant :

www.transformationalimentairequebec.com/DocAutres/GuideAcces.htm

Hausse du salaire minimum

Par ailleurs, rappelons que c'est aussi l'automne dernier que le ministre Whissell avait annoncé « la plus importante hausse du salaire minimum depuis 1975. » Le 1^{er} mai, il passera de 8 \$ à 8,50 \$ l'heure.



Couche-Tard lance les laits à valeur ajoutée dans la guerre des prix.

Le Comité de travail sur le Règlement sur les prix du lait de la Régie des marchés agricoles et agroalimentaires du Québec (RMAAQ) a remis son rapport en vue d'approbation lors de la séance du 19 décembre 2007. L'A.D.A. avait placé beaucoup d'espoir dans ce comité, mais à la lecture de ses recommandations, nous avons constaté que la RMAAQ, bien que pleine de bonnes intentions, semble pourtant très loin des préoccupations des détaillants.

Bien que nous ayons répété que l'écart entre les prix minimums et les prix coûtants du lait porte préjudice aux détaillants québécois et ce, à toutes les séances publiques de la RMAAQ sur les prix du lait au consommateur depuis des années, il semble que nous devions encore démontrer la nécessité d'en combler l'écart.

La toute récente décision n'a à notre avis aucune chance de régler la guerre de prix perpétuelle sur les formats de 4 litres bien qu'il en résulte, en incluant l'augmentation des prix aux producteurs, une augmentation moyenne des prix de 4,6 cents le litre. On peut d'ores et déjà dire que les laiteries prendront la majorité sinon la totalité de cette hausse, ce qui nous ramènera encore une fois à la case départ.

Hausse des prix minimums du lait de 2 % (produit de référence) pour 2008 :

	1 litre	2 litres	4 litres
2007	1,36 \$	2,68 \$	5,13 \$
	+ 5 ¢	+ 9 ¢	+ 18 ¢
2008	1,41 \$	2,77 \$	5,31 \$

La RMAAQ accentuera encore la problématique des détaillants en statuant sur une augmentation inférieure sur le 4 litres (+ 4,5 ¢ / litre), que pour le 1 litre (5 ¢ / litre). Elle explique ainsi sa décision de ne pas corriger l'écart pourtant démontré à maintes reprises à l'aide de données du marché : « Les prix fixés au Règlement sont structurés en tenant compte notamment d'un historique de prix et de coûts des divers intervenants. La Régie ne peut, au détriment des consommateurs, apporter une modification à sa structure des prix pour leur faire supporter une hausse additionnelle de prix pour les contenants de 4 litres. Pour ces motifs, elle n'estime pas opportun de donner suite à cette demande d'augmentation des prix des contenants de 4 litres. »



Commission parlementaire sur la gestion des matières résiduelles

La Commission des transports et de l'environnement veut faire sa part pour la gestion des déchets au Québec, face à l'augmentation de la quantité de matières résiduelles. En effet, son président, le député libéral Lawrence Bergman, a annoncé la tenue d'auditions publiques et d'une consultation en ligne sur la gestion des matières résiduelles.

La Commission entendra une quarantaine de groupes, dont l'A.D.A. le 14 février prochain. Selon M. Bergman, « la commission estime qu'il importe de consulter les organisations concernées et les citoyens. Ainsi, il sera plus facile pour les parlementaires de faire des recommandations pour réactualiser la politique et ainsi donner un nouvel élan à la gestion des matières résiduelles. »

La Commission a retenu six sujets problématiques :

- la réduction à la source des matières résiduelles;
- les matières organiques (résidus de jardin, résidus de table et autres matières putrescibles);
- les contenants de boisson à remplissage unique;
- les résidus domestiques dangereux (ordinateurs, téléviseurs, piles, etc.);
- les matières résiduelles du secteur ICI (industries, commerces et institutions) ainsi que des secteurs de la construction, de la rénovation et de la démolition;
- l'élimination des matières résiduelles (enfouissement).



Règlement sur la formation des manipulateurs

Le Règlement sur la formation des manipulateurs a été pré-publié dans la Gazette Officielle le 27 décembre dernier. La date de parution en a certainement pris plusieurs par surprise, mais néanmoins, toute personne intéressée à formuler des commentaires doit le faire dans les 45 jours, soit d'ici le 10 février 2007.

Dans son essence, le Règlement place finalement tous les établissements sur un pied d'égalité. Si un établissement manipule des aliments, ses employés devront maîtriser les normes de salubrité et de manipulation des aliments.

Tout exploitant qui demande la délivrance ou le renouvellement d'un permis du MAPAQ devra confier le contrôle de l'hygiène et de la salubrité alimentaires à une personne ayant suivi avec succès une formation de gestionnaire en hygiène et salubrité alimentaires. L'exploitant devra également respecter l'une des obligations suivantes :

- assurer la présence dans l'établissement durant les heures où il exerce ses activités, de la personne chargée du contrôle de l'hygiène ou d'au moins un membre de son personnel ayant suivi avec succès une formation de manipulateur ou de gestionnaire en hygiène et salubrité alimentaires;

ou

- s'assurer qu'au moins 10 % des membres de son personnel affectés à la préparation de produits ou au lavage ou au nettoyage du matériel et des équipements en contact avec les produits, y compris la personne chargée du contrôle, ont suivi avec succès une formation de manipulateur ou de gestionnaire en hygiène et salubrité alimentaires.



Le règlement contient d'autres éléments comme la tenue d'un registre des personnes formées ou encore la conservation des attestations de formation des employés. Pour plus de détails, n'hésitez pas à nous contacter.



Environnement Sacs d'emplettes

Au banc des accusés depuis un bon moment, le sac d'emplettes conventionnel (de plastique) est en voie d'être réhabilité. Contrairement à la croyance populaire, le sac de plastique conventionnel serait plus écologique que le sac dégradable. C'est ce que l'on apprend dans un « avis » émanant de Recyc-Québec.

En effet, la Société québécoise de récupération et de recyclage a rendu public un document d'information afin d'orienter à la fois les consommateurs, les municipalités et les entreprises, principalement les détaillants, dans le meilleur choix de sacs d'emplettes sur le plan environnemental.

Les conclusions et recommandations présentées dans cet avis reposent sur trois principes, soit : la hiérarchie des 3RV (privilégier dans l'ordre la réduction à la source, le réemploi, le recyclage et la valorisation), le cycle de vie des produits (de la production à la fin de vie utile), ainsi que les marchés et services existants au Québec pour les matières résiduelles.

Pour plus de détails, n'hésitez pas à consulter le site de Recyc-Québec ou encore celui de L'Association canadienne de l'industrie des plastiques.

Par ailleurs, Recyc-Québec a formé un comité pour développer un code de bonnes pratiques sur l'utilisation des sacs d'emplettes; l'A.D.A. est membre de ce comité.

NOMINATION de **M. Éric Bouchard**



C'est avec plaisir que nous avons appris la nomination de M. Éric Bouchard, du Marché IGA Bouchard de Ste-Élie d'Orford, à titre d'administrateur à la Fédération canadienne des épiciers indépendants (FCEI).

**Toutes nos félicitations
à M. Bouchard!**



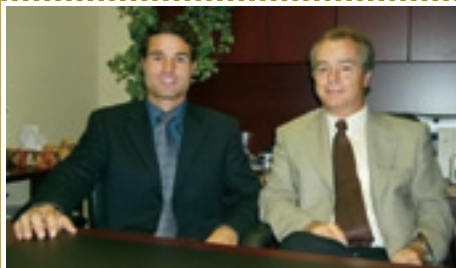
La solution miracle à vos problèmes d'assurances collectives 1 800 363-3312

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. Gestion Séguin & Beaudin Inc. 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.



Gestion Séguin & Beaudin inc.
Cabinet de services financiers



ASSURANCES SÉGUIN SERVICES FINANCIERS

5125 Du Trianon, bureau 240
Montréal (Québec) H1M 2S5

Karl-Éric Séguin
Michel Séguin
Tél. : 514-315-8172
Télec. : 514-353-3288
Sans frais : 1-877-315-8172
Courriel : keseguina@assurancesseguin.com

SIAL MONTRÉAL ET SET CANADA

2 SALONS EN 1

AU PALAIS DES CONGRÈS DE MONTRÉAL

DU 23 AU 25 AVRIL 2008



*Visiteur :
enregistrez-vous
en ligne et
économisez 20 \$
sur votre entrée!*

SOYEZ À L'HEURE DES TENDANCES DU MARCHÉ DE L'AMÉRIQUE DU NORD
AVEC LE PLUS IMPORTANT SALON DE L'ALIMENTATION AU CANADA

☎ 1 866 281-7425 • 1 514-289-9669
www.sialmontreal.com • info@sialmontreal.ca



DÉCOUVREZ LES NOUVEAUTÉS EN ÉQUIPEMENTS, TECHNOLOGIES ET SERVICES
POUR LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE, L'HÔTELLERIE ET LA RESTAURATION

☎ 1 866-281-7425 • 1 514-284-0395
www.setcanada.ca • info@setcanada.ca

Mesures pour prévenir les agressions dans les petits commerces

Comment diminuer les risques d'agression

CSST



Par l'aménagement intérieur des lieux

- Limiter l'affichage dans la vitrine à moins de 1 mètre du sol ou à plus de 2,2 mètres pour permettre une bonne visibilité
- Placer la caisse pour qu'elle soit visible de l'extérieur
- Dégager la caisse et les alentours pour faciliter la circulation et permettre au caissier d'exercer une surveillance continue des lieux
- S'assurer que la porte d'entrée est visible de la caisse
- S'assurer que la porte d'entrée est verrouillée le soir et la nuit et la munir d'un dispositif de déverrouillage à distance
- Installer un système vidéo de surveillance efficace, inaudible et accessible par Internet ou idéalement relié à une centrale de surveillance
- Placer les articles de petites dimensions près de la caisse
- S'assurer que les cartouches de cigarettes ne sont pas visibles ou facilement accessibles
- Mettre les objets de valeur dans des comptoirs verrouillés
- Prévoir un éclairage adéquat
- Installer des miroirs d'allée
- Installer une toise près de la porte d'entrée afin d'évaluer la taille de l'agresseur
- Faciliter l'accès au système d'alarme
- Afficher des autocollants à la vue :
 - Numéro de téléphone du service de police
 - Montant réduit dans la caisse (ex. : maximum 50 \$)
 - Système d'alarme, surveillance vidéo
 - Coffre-fort à minuterie
- Installer un écran pare-balles autour de la caisse

Par l'aménagement extérieur des lieux

- Installer un guichet passe-monnaie ou passe-objets
- Aménager un portique à double porte verrouillée
- Installer un système vidéo de surveillance (efficace)
- Prévoir un éclairage suffisant et à l'épreuve du vandalisme
- S'il y a un téléphone public à l'extérieur, s'assurer qu'il est loin de la porte d'entrée
- Installer une ou des bosses de ralentissement dans le stationnement
- Prévoir des moyens de contrôler les voies de fuite (ex. : des clôtures)

Par un comportement approprié

- Toujours accueillir et surveiller les clients
- Décourager les clients suspects en leur offrant de l'aide
- Observer régulièrement les aires extérieures et intérieures du commerce
- Porter une attention particulière pendant les périodes de livraison
- Ne pas répondre aux questions des clients concernant le commerce
- En présence d'une personne que l'on soupçonne de vouloir commettre un vol, quitter le comptoir en prétextant une tâche ailleurs et appeler la police

 **Se rappeler périodiquement les comportements à adopter** 

Par une organisation et des méthodes de travail sécuritaires

- Former, dès le premier jour, tout nouvel employé sur les mesures de prévention des risques d'agression
- Mettre en place une procédure d'ouverture et de fermeture du commerce
- Limiter l'encaisse
- Inciter les clients à utiliser le mode de paiement électronique (cartes de débit ou de crédit)
- Manipuler l'argent à l'abri des regards, notamment au début et à la fin du quart de travail
- Éviter de travailler seul
- Interdire le flânage et faire expulser les indésirables par la police, si nécessaire
- Varier l'heure du dépôt à l'institution financière. S'assurer, si possible, que le dépôt n'est pas toujours fait par la même personne et que cette dernière ne peut être associée à l'entreprise (vêtements, logo, etc.) ou engager une firme spécialisée pour effectuer les dépôts
- Fournir aux travailleurs un bouton d'alarme inaudible, à dissimuler sur soi, relié à une centrale de surveillance. Avoir recours à un agent de sécurité dans les périodes à risques élevés
- Acquérir un chien spécialement dressé

 **S'assurer périodiquement de la mise en application de ces méthodes de travail** 

QUOI FAIRE

En cas de violence physique, verbale ou entre clients

- Ne pas intervenir physiquement
- Rester calme et poli
- Appeler la police
- Faire un rapport

En cas de vol à main armée

- Rester calme
- Ne pas tenter de gagner du temps
- Ne pas utiliser d'arme
- Ne pas activer le système d'alarme pendant le vol, sauf s'il est inaudible et non visible
- Ne pas discuter avec l'agresseur
- Ne pas faire de mouvement brusque
- Observer discrètement l'agresseur
- Expliquer les gestes que l'on fait
- Remettre l'argent sans discuter
- Ne jamais poursuivre le voleur
- En cas d'enlèvement, ne se débattre qu'une fois à l'extérieur

Après un vol à main armée

- Verrouiller les portes
- Ne rien toucher
- Appeler la police
- Noter tous les renseignements pertinents
- Ne pas discuter du montant volé avec des personnes non concernées
- Consulter un professionnel de la santé si nécessaire

En cas de vol à l'étalage

- Ne pas intervenir physiquement
- Questionner poliment le suspect
- Ne pas accuser le suspect

Après un vol à l'étalage

- Appeler la police
- Faire un rapport



*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

ALIMENTS DU QUÉBEC

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

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



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

**Maintenant
en ligne !**

Améliorez les connaissances de vos employés avec le Programme de Formation en Alimentation de l'A.D.A. via Internet !

Vous augmenterez vos ventes de façon substantielle, réduirez le roulement de personnel et fidéliserez votre clientèle !

Formez vos gens en magasin –
disponibilité 7/24. Pas de frais
de déplacement à payer.

Cinq cours dans les secteurs-clés de
votre magasin :

- 1- Fruits et Légumes
- 2- Poissons
- 3- Viandes
- 4- Boulangerie
- 5- Fromages et charcuteries



» Éligible à la loi sur les compétences [1 %]

Chacun des 5 cours en ligne comprend :

- 10 demi-heures de formation en vidéo sur Internet.
- Des dizaines de produits : d'où ils viennent, comment les choisir, comment les conserver et comment les préparer.
- Chaque session de vidéo comprend : diapositives, informations d'appoint, exemples pratiques et interactivité.
- Évaluation des progrès de l'employé durant et à la fin de chaque cours.
- Accès au cours sécurisé à l'aide d'un mot de passe.
- Remise d'une attestation de l'ADA pour chaque cours.
- Remise d'un aide-mémoire papier de format poche pour consultation en magasin.
- Chaque cours peut être personnalisé et arborer le logo du marchand qui a abonné ses employés au CFV.

Obtenez votre accès 1 jour gratuit en communiquant avec : jpthomin@trente9.com

Jean-Paul Thomin : 514 788-3939 #104

Voyez un extrait en démonstration : www.centreformationvirtuel.com

Le vol de «*pinpad*» L'image de la vraie victime

Cette dernière année a été particulièrement marquée, pour les commerçants, par la hausse du vol de «*pinpad*». Le vol d'identité est en hausse et la cause directe des vols de nos *pinpad* en boutique.

Voici ce que le fraudeur doit faire pour mettre son plan de fraude à exécution

Le fraudeur viendra vers la fin des heures d'ouverture et, à l'insu de l'opérateur de caisse, il remplacera Votre *pinpad* par un autre appareil similaire qui ne fonctionnera pas.

Si le fraudeur est le dernier client, l'opérateur de caisse ne réalisera pas que son *pinpad* ne fonctionne plus. Sinon, ce dernier croira que le système est hors fonction.

Fait à noter: l'appareil TPV communique exclusivement avec le *pinpad* qui lui est assigné avec un code d'identification numérique. En remplaçant le *pinpad*, le système ne peut plus communiquer avec le nouveau *pinpad*.

Le fraudeur détachera les étiquettes à l'endos du *pinpad* et devra briser le sceau qui est au milieu afin d'avoir accès au système de protection. Celui-ci pourra ainsi introduire une puce qui entreposera les numéros des cartes clients ainsi que leur numéro d'identification personnel (NIP).

Le fraudeur sera probablement le premier client à revenir faire un achat à votre boutique le lendemain matin afin de remettre votre *pinpad* modifié en place. Ainsi le TPV pourra de nouveau communiquer avec son *pinpad* et rien ne paraîtra.

Le *pinpad* modifié peut demeurer sur place pendant plusieurs semaines accumuler ainsi les informations bancaires de centaines de clients de votre commerce. Lorsque le fraudeur revient, souvent il ne fera que couper le fil du TPV et s'enfuira.

Ce qui est important de bien comprendre est que la victime directe n'est pas la boutique mais bien le client. Ce dernier recevra de la banque l'information à l'effet que la dernière transaction commune avec toutes les autres victimes est votre commerce!

L'image de l'entreprise est alors affectée grandement et les clients seront définitivement hésitants à revenir faire des achats par carte chez vous!

Voici ce que Groupe Conseil VCS suggère

Installer un support
verrouillé pour les
«*pinpad*» qui coûte
moins de 100.00\$

OU

Comme sécurité
temporaire, prendre
en note le numéro
de série du *pinpad*
de **chaque caisse**

Et

Demander à chaque
opérateur de caisse
de comparer le numéro
noté à celui du *pinpad*
à **chaque fermeture
de caisse.**

Et

Inspecter régulièrement
l'endos du *pinpad* afin
de s'assurer qu'aucun
autocollant n'est abîmé
ou manquant.

Pour plus d'informations,
vous pouvez entrer en communication
avec **Francis Lemieux**
du **Groupe Conseil VCS**
au 1-800-842-1911



PROGRAMME NATIONAL DE BOURSES 2008

CANADIAN FEDERATION OF INDEPENDENT GROCERS • FÉDÉRATION CANADIENNE DES ÉPICIERIS INDÉPENDANTS

Gagnante de la Bourse Nationale 2007

Agnieszka Grudniewicz, Université d'Ottawa, Ottawa, ON

et détaillant commanditaire et 1er récipiendaire de la Bourse Nationale de la FCEI

François Bouchard, propriétaire du Country Grocer, Ottawa, ON



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

BOURSE

NATIONALE

Une bourse de \$8,000
et un voyage à
Toronto.

BOURSES RÉGIONALES

Bourses Régionales
1re place \$3,000

Bourses Régionales
2e place \$2,000

**NOUVEAU! Bourses
Régionales pour Futurs
Diplômés du
Secondaire \$1,000**



**Pour apprendre comment soutenir les étudiants de votre communauté et créer des possibilités
de reconnaissance pour votre magasin, contactez Kim Kwo au 1.800.661.2344, poste 227
ou par courriel à kkwo@cfgi.ca.**

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.



Savourez-les avec *passion* !

Couleurs et saveurs de la Chaudière-Appalaches

Dans un contexte où les consommateurs recherchent l'origine et la fraîcheur des produits agroalimentaires, la Table agroalimentaire de Chaudière-Appalaches continue d'offrir des services d'accompagnement aux épiciers de la région pour que leurs clients puissent repérer et acheter les produits régionaux disponibles en magasin. Cela, permet d'accroître la satisfaction des clients et, de ce fait, d'augmenter

les ventes. En effet, une étude présentée par M. Normand Bourgault, démontre qu'à prix égaux, 80% des consommateurs ont choisi des produits de leur région plutôt que ceux d'une autre province¹.

L'équipe de la TACA est mobilisée aux services des épiciers de la Chaudière Appalaches. Ce sera un plaisir de vous dévoiler les nouvelles activités auxquelles nous travaillons pour la prochaine année.



Table
Agroalimentaire de
Chaudière-Appalaches

Pour de plus
amples informations :

Jonathan Palardy
Table agroalimentaire de la
Chaudière-Appalaches (TACA)
(418) 837-9008 *241

¹Bourgault, Normand. 2007. *Le lieu de production d'un produit agroalimentaire : un critère de choix*. Thèse de doctorat. Université de Sherbrooke.

La Table de concertation agroalimentaire de la Gaspésie (TCAG)

La Table de concertation agroalimentaire de la Gaspésie (TCAG) s'est associée avec Gaspésie Gourmande (GG) afin de réaliser une campagne de promotion des produits bioalimentaires gaspésiens en novembre 2007. En lien avec nos partenaires naturels, les détaillants, il s'agissait donc de réaliser un ensemble d'actions de promotion pour créer un moment fort du bioalimentaire gaspésien.

Nous avons misé sur l'intérêt que portent de plus en plus les consommateurs pour l'achat de produits locaux. Ce projet visait aussi à accroître les compétences entrepreneuriales et donc, la compétitivité des entreprises, en renforçant collectivement leur capacité d'action en développement local bioalimentaire.

Avec le concours d'une firme spécialisée, nous avons rencontré les épiciers, procédé à un diagnostic de la situation actuelle et élaboré un plan d'action avec ces derniers. Les principaux marchés d'alimentation de la Gaspésie ont

adhéré et contribué à cette campagne. Nous avons été vraiment emballés de voir l'enthousiasme des propriétaires de magasins à participer à cette campagne.

La campagne a misé sur la marque de commerce régionale Gaspésie gourmande. Son axe principal fut de mettre en vedette les producteurs/transformateurs. Cette action veut personnaliser les produits de la région et donner un visage humain aux entreprises agro et bioalimentaires. Une firme spécialisée assura la production du message télé diffusé sur les réseaux TVA et TQS en région. D'autres actions comme l'achat d'une publicité imprimée dans un mensuel régional (Graffiti) distribué dans 36 500 résidences, un publipostage de 13 500 envois ciblés et la production d'affiches en magasin et affichettes d'identification des produits (Dangler) personnalisées pour chaque producteur/transformateur Gaspésie Gourmande a complété le mix marketing.

Les producteurs et transformateurs ont aussi procédé à une série de dégustation en épicerie. Nous avons organisé un concours avec comme prix, un week-end au Gîte du Mont-Albert et des paniers gourmands.

La participation de 19 marchés d'alimentation et de 23 producteurs dans une campagne de 26 000\$ dont plus de la moitié provenait du secteur privé, ont fait de cette campagne un succès. Les premiers rapports de vente indiquent une augmentation substantielle des ventes des produits régionaux.

Un peu de Lanaudière... sur vos tablettes

Le Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière (CDBL), en tant que partenaire des détaillants et producteurs, désire vous informer que, comme vos clients auront consommé des produits régionaux pendant les Fêtes, ils vous en demanderont probablement et qu'il est possible que, malgré tous les efforts que vous déployez, vous ne les ayez pas en magasin.

Le CDBL, qui est à préparer un répertoire des produits de Lanaudière, peut vous informer sur ces produits et vous mettre en contact avec les entreprises qui les fabriquent, ainsi qu'avec une multitude d'autres, qui proviennent de la région de Lanaudière. Plusieurs de nos producteurs peuvent également approvisionner des marchés hors-Lanaudière.

De plus, le CDBL travaille présentement à une campagne de mise en valeur des produits locaux intitulée « Goûtez Lanaudière », qui devrait voir le jour au printemps. En plus des habituelles promotions et identifications en magasin, l'offre aux détaillants sera bonifiée, notamment avec des initiatives médiatiques et des façons de faire novatrices.

Surveillez vos boîtes à lettres et vos boîtes de courriels pour recevoir des informations sur les activités du CDBL et sur les produits des producteurs qui en sont membres. Vous pouvez également visiter notre site au www.cdbl.ca





**LE
BOUCLIER
COCHÉ EN FORME
DE FLÈCHE**

**INDIQUE AUX CONSOMMATEURS
DE VICEROY QU'ILS ACHÈTENT
UN NIVEAU ASSURÉ DE QUALITÉ.**



**DISPONIBLE EN FORMAT RÉGULIER
ET KING SIZE DE 20, 25 CIGARETTES**

 **QUALITÉ
GARANTIE**

 **RAPPORT
QUALITÉ-PRIX**

 **UN PRIX
FIABLE**



CONTACTEZ VOTRE REPRÉSENTANT D'IMPERIAL TOBACCO CANADA
POUR PLUS DE DÉTAILS.

L'INFORMATION CONTENUE ICI VISE À ASSURER QUE VOUS POSSÉDEZ
DES RENSEIGNEMENTS APPROPRIÉS ET JUSTES SUR LES PRODUITS QUE
VOUS VENDEZ. CETTE INFORMATION NE DOIT EN AUCUN CAS ÊTRE UTILISÉE
POUR FAIRE DE LA PUBLICITÉ SUR LES PRODUITS DU TABAC À L'INTENTION
DES CONSOMMATEURS ET TOUT EMPLOI DE LA SORTE EST FORMELLEMENT
INTERDIT. NE PAS AFFICHER À LA VUE DES CONSOMMATEURS.



**IMPERIAL TOBACCO
CANADA**