



Nouveau concours de merchandisage

Inscrivez-vous maintenant pour
participer à cette nouvelle initiative
de l'A.D.A. et ses partenaires!

CONCOURS

LES ALIMENTS DU QUÉBEC

dans mon panier!



Congrès annuel
de l'A.D.A. page 8

SOMMAIRE

- 3** Mot du président du conseil
- 3** Mot du président-directeur général
- 4** Section membres-fournisseurs (SMF)
- 6-7** Cocktail dinatoire de la SMF
- 8-9** Congrès de l'A.D.A.
- 10-14** **SUIVI DE DOSSIERS :**
- 10** **Alcool**
 - Loi sur les permis d'alcool : une modernisation à sens unique
- 10** **Environnement**
 - Retour sur la journée de la consigne
- 11** **Boissons sucrées**
 - Étalages en magasin : Nous ne sommes pas la brigade des mœurs
 - New York veut faire la guerre aux grands formats
- 12** **Mode de paiement**
 - Paiement mobile : Nos inquiétudes demeurent
 - Visa et MasterCard devant les tribunaux
- 13** **Agroalimentaire**
 - Livre vert : L'achat local au menu
 - Les Aliments du Québec dans mon panier!
- 13** **Tabac**
 - Contrebande de tabac : Les saisies se multiplient
- 14** **Encadrement législatif**
 - LCSPC : La charrue devant les bœufs
- 15-17** **Tournoi de golf de l'A.D.A.**

CONCOURS : LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER!

- 19** **Chronique environnement**
 - Regroupement BACS +
- 21** **Chronique prévention**
 - « Le pompage » peut faire pomper n'importe qui!
- 23** **Chronique RH**
 - Cet été, faites de vos commis des conseillers!
- 25** **Temple de la renommée de l'A.D.A.**
 - Nomination Metro
- 29** **Chronique placement**
 - Retraite
- 32-33** **SIAL Canada**
- 35** **Actualité des TCAQ**



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

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

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

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

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

www.adaq.qc.ca

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



Éditeur

Florent Gravel
fgravel@adaq.qc.ca

Comité de rédaction

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

Conception, infographie
IntraMédia
Hélène Ouellet
houellet@datamark.ca

Correction d'épreuves
Traduction mÉMOTS
traductions@memots.com

Illustration

Jacques Laplante
jacques@jacqueslaplante.com

Impression
IntraMédia

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Comité exécutif

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

Administrateurs

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

PERMANENCE DE L'A.D.A.

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

POINTS DE VUE



Daniel Choquette
Provigo Marieville

Cet été, montrez vos couleurs !

Bonjour amis et collègues,

Les fraises du Québec sont déjà arrivées dans nos commerces, la saison du homard du Québec tire à sa fin tout comme celle des asperges. C'est devenu la routine pour nous. Les produits de saison cultivés ici sont disponibles, on les place sur nos étals, les produits s'écoulent rapidement, le temps de quelques semaines et on passe au prochain produit d'ici, c'est notre travail d'épicer.

Je parle ici de produits maraîchers, mais je pourrais également nommer des exemples de produits transformés dans votre localité, votre région ou de celle d'à côté. Si on s'arrête pour faire le bilan de tout ce que l'on fait chacun de notre côté uniquement avec nos achats directs, c'est assez impressionnant.

Je ne vous dis pas ça pour qu'on se bombe le torse et qu'on se donne une tape dans le dos, on peut certainement faire mieux. Dans l'ensemble, comment se fait-il qu'avec un aussi bon bilan on se fasse aussi peu de publicité de tous ces gestes porteurs? Posez la question à n'importe quel consommateur dans un sondage : Où peut-il trouver des produits locaux? Son épicer propriétaire ne se trouvera pas souvent en première position. Il vous répondra fort probablement le marché public. Il n'a pas tort, on peut y trouver des produits locaux, mais aussi des oranges ou de l'ail importé tout comme dans nos commerces!

Quand je vous invite à montrer vos couleurs, je ne parle pas des Olympiques de Londres, je vous invite à mettre une touche particulière à votre mise en marché, à porter une attention particulière à l'identification de la provenance de nos produits.

L'A.D.A. nous lance un défi, nous invite à réaliser un merchandising original le temps d'un concours. Un marchandisage en partenariat avec un de nos fournisseurs québécois

en misant sur le logo Aliments du Québec, l'unique marque indiquant la provenance d'ici, reconnue par toute l'industrie agroalimentaire du Québec. Ça ne coûte rien puisqu'il n'y a pas de frais d'inscription pour tenter notre chance et réaliser un des plus beaux projets au Québec.

Je sais que vous avez plein d'idées originales pour faire rayonner nos bons Aliments du Québec. Si vous êtes à court d'idées, je suis convaincu qu'un de vos collègues producteurs, fabricants ou vendeurs aura des idées à vous proposer.

J'ai confiance que les épiciers propriétaires, grands et petits, répondront en grand nombre et rivaliseront d'originalité. Le concours nous invite à valoriser un produit dans un point de vente, c'est donc dire que même les commerces à espace plus restreint pourront très bien concurrencer les plus attrayants supermarchés s'ils préparent un bon projet en collaboration avec leur partenaire fournisseur.

Sur ce, je vous souhaite un très bel été. J'ai hâte de voir vos idées à l'œuvre!

Bonne chance à tous.

Président du conseil



Florent Gravel

SIAL Canada : Quelle belle aventure !

En 1999, sous la présidence de Guy Pelletier, les membres du conseil d'administration dont je faisais partie, avons pris une décision hasardeuse en voulant projeter notre SSA vers un futur incertain. Ainsi, nous avons choisi de nous associer à nos amis du Groupe Export afin de convaincre nos cousins français de convertir notre salon québécois en un salon international.

Bien que nos premières années aient été plutôt difficiles, je peux vous assurer aujourd'hui que cette décision fut la bonne. Ce partenariat qui nous a fait vivre toutes sortes d'émotions a maintenant acquis ses lettres de noblesse avec grande distinction. D'un salon planifié aux deux ans, celui-ci se tient maintenant en rotation à Montréal les années paires et à Toronto les années impaires.

Bravo à toute l'équipe du SIAL sous la direction de Xavier Poncin, pour ce magnifique salon que nous venons de vivre. Soyons fiers du chemin parcouru et soyez assuré que le futur s'annonce des plus palpitant.

Retour sur mon dernier édit

Dans mon dernier éditorial, je posais la question à savoir si Loto-Québec était un vrai partenaire ou un nouveau compétiteur. Aujourd'hui, je peux vous affirmer que nous avons eu une très bonne écoute des gens de Loto-Québec. La solution qui vous sera présentée sous peu démontre que les détaillants sont un rouage important dans la vente de produits de loterie. Merci à Loto-Québec de prendre soin de ses vrais partenaires. Le futur n'en sera que meilleur.

Président-directeur général

SECTION MEMBRES-FOURNISSEURS



Chers amis de l'alimentation,

Le 10 mai dernier, vous avez été très nombreux à assister à notre 2^e cocktail dînatoire. En effet, plus de 300 personnes ont saisi cette occasion exceptionnelle de faire du réseautage de qualité. Je tiens à souligner l'excellent travail qu'a effectué l'ensemble du comité organisateur puisque le taux de participation a presque doublé par rapport à l'an passé. Nul doute que la formule alliant SIAL et Cocktail est une excellente idée. D'ailleurs, je tiens à remercier M. Xavier Poncin (directeur exécutif du SIAL Canada) et son équipe d'avoir grandement facilité la tenue de notre cocktail dans le cadre du SIAL au Palais des congrès de Montréal.

Temple de la renommée de la SMF

Il y a déjà un certain temps qu'on en parle, mais voilà que nous avons joint le geste à la parole. Le temple de la renommée des membres-fournisseurs est bel et bien lancé! Cet événement prestigieux vise à recon-

naître les fournisseurs de l'A.D.A. qui se sont démarqués au sein de l'industrie alimentaire au fil des ans. Nous avons déjà acheminé le cahier de mise en candidature et nous sommes impatients de recevoir vos dossiers (date limite : 30 juin 2012). Si vous ne l'avez pas reçu, n'hésitez pas à contacter l'A.D.A.

Les petits nouveaux de la SMF

Je suis fier d'annoncer que deux nouveaux membres ont joint le comité de direction de la SMF. Il s'agit de Richard Ayotte, directeur des ventes nationales et opérationnelles chez *Natrel*, ainsi que de Martin Payant, directeur régional chez *Unilever*. Nul doute qu'avec leur bagage et leur enthousiasme, ils apporteront une contribution importante à l'équipe.

J'aimerais également souhaiter la bienvenue aux nouveaux membres fournisseurs qui ont joint la SMF. Notre groupe ne cesse

de prendre de l'expansion, ce qui témoigne de la volonté de l'industrie de relever ensemble les nombreux défis auxquels nous devons faire face.

En terminant, avec toutes ces nouvelles positives l'A.D.A. et la SMF ont assurément le vent dans les voiles!

Amicalement!

Daniel Fradette

Critères de sélection pour chaque catégorie admissible

Individuel

- Membre de l'A.D.A. ou membre actif par le passé
- Contribution significative à l'industrie alimentaire au Québec
- Position de leader dans l'industrie
- Résultats croissants, de façon constante
- Renommée dans l'ensemble de l'industrie

Entreprise

- Membre de l'A.D.A.
- Siège social et/ou bureau administratif au Québec
- Contribution significative à l'industrie alimentaire au Québec
- Participation à la communauté
- Gestion des ressources

* Pour plus de détails, consultez le cahier de mise en candidature.



Notre force c'est vous ! Partagez vos commentaires

sur notre page Facebook
facebook.com



sur notre compte Twitter
twitter.com/ADAQuebec



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

Le Veau de lait du Québec



Médallions de filet de Veau de lait du Québec
marinés à l'échalote, style Montréal

COCKTAIL

Cocktail dînatoire des membres fournisseurs : **Un franc succès!**

La section des membres-fournisseurs (SMF) a tenu son 2^e cocktail dînatoire le 10 mai dernier au Palais des congrès de Montréal. L'événement a été un **FRANC SUCCÈS**, près de 350 fournisseurs, détaillants et partenaires se sont donné rendez-vous pour une soirée de réseautage où joindre l'utile à l'agréable prenait tout son sens.

Cette année, l'événement eut lieu en même temps et sur le même site que le SIAL Canada. Force est d'admettre que ce fut une très bonne idée! À tous ceux qui étaient présents, la SMF vous remercie beaucoup et vous dit à l'an prochain.



Merci à Rodger Brulotte qui, pour une deuxième année consécutive, a réalisé un excellent travail comme animateur de la soirée.



Luc Dupont (Professeur agrégé, Université d'Ottawa, Département de communication) était présent à titre de conférencier vedette. Éloquent, branché et surtout très au fait des défis du secteur de l'alimentation, sa performance fut très appréciée de tous!



Près de 350 personnes étaient présentes!



Le comité organisateur a réalisé un hommage bien senti à M. Julien Paquette, qui cumule plus de 20 ans d'expérience dans le domaine de l'alimentation. Dans l'ordre habituel, Daniel Choquette (président de l'A.D.A. et propriétaire du Provigo Marieville), Réjean Lalumière (Arneg et commanditaire principal de la soirée), Julien Paquette (SIAL Canada), Daniel Fradette (Pepsico et président de la SMF).



Robert Paquette (copropriétaire : Marché d'alimentation PASQUIER) a livré un témoignage traduisant pleinement sa passion pour le secteur de l'alimentation et plus particulièrement pour son entreprise.



Pierre Dandoy (Vice président principal, Exploitation, Provigo et Loblaws du Québec) a fait le point sur les changements qui ont lieu chez Provigo en ce moment.



Pierre St-Laurent (Vice président principal, Développement des affaires et secteur multisurfaces chez IGA) a présenté les nouveaux développements chez IGA.

Cocktail dînatoire

Merci à chacun de nos généreux partenaires !

Partenaire principal



CANADA

Partenaires platine



Partenaires or



Unilever



Partenaires argent



Félicitations !

L'A.D.A. tient à souligner l'excellent travail du Groupe Chagall (membres de la SMF de l'A.D.A.). Récemment, cette entreprise, spécialisée dans le design commercial, s'est illustrée sur la scène internationale en remportant le prestigieux *Prix du meilleur intérieur de magasin de détail* au *INTERNATIONAL PROPERTY AWARDS* à Londres.

Bravo !





L'A.D.A. A LE VENT DANS LES VOILES

INSCRIPTION COMPLÈTE POUR DEUX PERSONNES INCLUT :

- Vendredi :** Cocktail d'ouverture, souper, **intronisation membre fournisseur et dévoilement des gagnants du concours *Aliments du Québec dans mon panier!***
- Samedi :** Déjeuner, tables rondes, dîner-buffet, conférences, cocktail, souper, **Gala Temple de la renommée de l'A.D.A.**
- Dimanche :** Déjeuner-conférence

** programmation sujet à changement*

COÛTS inscription complète (avant taxes)

DÉTAILLANT (*)		
Avant le 30 septembre 2012		
	Membre (*)	Non-membre
Dépanneur	400 \$	500 \$
Épicerie – de 6000 pi2	600 \$	700 \$
Épicerie + de 6000 pi2	800 \$	900 \$
Après le 30 septembre 2012		
	Membre (*)	non-membre
Dépanneur	600 \$	800 \$
Épicerie – de 6000 pi2	800 \$	1000 \$
Épicerie + de 6000 pi2	1000 \$	1200 \$

FOURNISSEUR (*)	
Avant le 30 septembre 2012	
Fournisseur membre (*)	1 350 \$
Fournisseur non-membre	1 800 \$
Après le 30 septembre 2012	
Fournisseur membre (*)	1 600 \$
Fournisseur non-membre	2 050 \$

(*) cotisation payée

COÛTS inscription à la carte (avant taxes)

Vendredi	Détaillant	325 \$/pers.
	Fournisseur	700 \$/pers.
Samedi	Détaillant	450 \$/pers.
	Fournisseur	1 000 \$/pers.
Dimanche	Détaillant	225 \$/pers.
	Fournisseur	450 \$/pers.



ESCOUADE JEUNESSE pour les 2 à 13 ans

Activités, ateliers et sorties sont prévues pour amuser les enfants tout au long du congrès.

Vendredi
Souper et activité en soirée

Samedi
Journée d'activité comprenant le déjeuner, le dîner et le souper

Dimanche
Brunch de clôture

COÛTS inscription Escouade jeunesse (avant taxes)

175 \$ + taxes pour le premier enfant

125 \$ + taxes pour les enfants additionnels

Réservation des chambres

En ligne : <https://resweb.passkey.com/go/addeadq>

Sans frais : 1 800 441-1414

*N'oubliez pas de mentionner notre code de groupe **ADAQ11***

57^e CONGRÈS ANNUEL

L'A.D.A.

A LE VENT DANS LES VOILES

Du 9 au 11 novembre 2012
au Fairmount Manoir Richelieu
La Malbaie

FORMULAIRE D'INSCRIPTION

☐ Détaillant
☐ Fournisseur

Inscription complète

☐ Congrès annuel
3 jours

☐ Escouade jeunesse

Inscription à la carte

Vendredi

☐ Cocktail, souper, intronisation
membre fournisseur et
résultat du concours.

Samedi

☐ Déjeuner, conférences
cocktail, dîner, Gala et
soirée ballroom

Dimanche

☐ Déjeuner-conférence

Entreprise

Nom et prénom (délégué(e))

Nom et prénom (conjoint(e))

Adresse

Ville

Province

Code Postal

Courriel

Téléphone

Télécopieur

Cellulaire

Escouade jeunesse

Nom et prénom (enfant)

Age

Nom et prénom (enfant)

Age

Nom et prénom (enfant)

Age

Allergies alimentaires

☐ oui

☐ non

précisez

Total avant taxes

☐ Visa

☐ Master Card

☐ Chèque à l'ordre de A.D.A.

☐ Facturez-moi

Nom du détenteur

No de carte

Date d'expiration

Signature

Important : Vous devez réserver vos chambres avec Fairmont Manoir Richelieu avant le 1^{er} novembre.

Annulation : Vous devez envoyer un avis écrit à l'A.D.A. avant le 5 octobre 2012 afin de recevoir un remboursement complet moins les frais d'inscription de 75 \$ perçus par délégué(e).

Aucun remboursement après le 5 octobre 2012; les substitutions sont acceptées. Le paiement complet doit être fait pour que l'inscription soit valide.

Les frais doivent être acquittés avant le 19 octobre 2012.

Retournez ce formulaire
d'inscription :

Par télécopieur : 514 849-3021

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

SUIVI DE DOSSIERS

Voici un aperçu des développements de certains dossiers que nous menons et des nouvelles d'actualités reliées à votre secteur d'activités. N'hésitez pas à nous contacter pour toute information supplémentaire ou encore pour nous transmettre des renseignements qui nous permettront de mieux documenter nos dossiers.



ALCOOL

Loi sur les permis d'alcool : Une modernisation à sens unique

Le 24 avril dernier, le ministre de la Sécurité publique, M. Robert Dutil, a dévoilé son projet de loi visant à moderniser la *Loi sur les permis d'alcool*. Après 20 ans d'attente, tous les acteurs concernés souhaitaient ardemment un projet de loi répondant à leurs préoccupations. Toutefois, force est d'admettre qu'il s'agit d'une modernisation à sens unique où seul le secteur de consommation sur place (CSP) y trouve son compte.

L'A.D.A. déplore que, s'il est adopté tel quel, le projet de loi confère à la CSP de nouveaux avantages déloyaux par rapport au secteur de la consommation à domicile (CAD). Contrairement aux détenteurs de permis d'épicerie, les restaurateurs, tenanciers de bars et/ou établissements hôteliers pourront :

Livrer des commandes d'alcool à domicile après les heures d'ouverture des CAD

Importer ou vendre pratiquement tous les alcools de leur choix

Exploiter des machines distributrices 24/7

Vendre de l'alcool entre 23 h et 3 h et même au-delà s'ils en font la demande

Surprise et déçue de constater que les consultations préalables de la RACJ se voulaient plus informatives que consultatives, l'A.D.A. s'est empressée de réagir afin d'exposer le point de vue de ses membres en écrivant sans tarder au ministre. Nous attendons avec impatience le début de la commission parlementaire qui sera chargée d'étudier ce projet de loi.



Nous savons depuis longtemps que la vente d'alcool est un privilège. Toutefois, nous avons appris récemment qu'il s'agit d'un privilège à géométrie variable.

Nous espérons grandement que les députés comprendront la nécessité de bonifier le projet de loi afin d'éviter d'accentuer la concurrence déloyale entre deux secteurs d'activités qui devraient pourtant être complémentaires.

ENVIRONNEMENT

Retour sur : La Journée de la consigne

La première *Journée de la consigne* organisée par Consignéco s'est tenue le 26 mai dernier aux Galeries de la Capitale de Québec. Sous le thème : Don-





nez vos vides pour une bonne cause, cette journée visait à conscientiser la population à l'importance de rapporter les contenants consignés et offrait de remettre les fonds à une œuvre de charité. Loin d'être contre l'idée de venir en aide à une cause tout à fait noble, aspect que les détaillants propriétaires connaissent bien, nous croyons qu'encourager les consommateurs à se déplacer spécialement pour faire un don entre 1 et 2 \$ de consigne est un concept difficilement conciliable avec une approche de saine gestion environnementale.

Résultat véhiculé dans les médias : 25 000 contenants ont été amassés et 11 000 \$ ont été remis à la Fondation Maurice-Tanguay qui vient en aide aux enfants handicapés de l'Est du Québec. Considérant que la valeur moyenne des contenants rapportés n'est que de 5 ¢, nul besoin d'être mathématicien pour comprendre que la majorité des



11 000 \$ ne proviennent pas des contenants consignés, mais plutôt de dons.

Que les produits de la consigne soient réinvestis dans des causes nobles est une approche intéressante, ça n'en fait pas pour autant un système infaillible ni plus efficace que d'autres systèmes !

Laisser de côté la logique

Quel est le véritable coût de l'opération, tant en terme monétaire qu'environnemental ? La seule façon de percevoir la consigne comme étant le meilleur système est de ne considérer que les aspects émotifs.

L'A.D.A. n'a jamais pu consulter des données justifiant le maintien de la consigne sur les contenants à remplissage unique (CRU). Nous attendons toujours les justifications logiques !

La consigne vogue sur un énorme capital de sympathie populaire, elle n'est pourtant qu'un moyen de récupérer des contenants, pas une fin en soit ! En d'autres mots, la consigne est une forme de recyclage, elle n'est pas LE recyclage. Ce qui compte est de récupérer le plus de matières possible, avec le plus faible impact environnemental et au plus faible coût.

BOISSONS SUCRÉES

Étalages en magasin : Nous ne sommes pas la brigade des mœurs

Dans sa plus récente sortie, la Coalition Poids demandait aux commerçants de revoir leurs politiques d'étalage de boissons sucrées. La Coalition croit que le positionnement des boissons sucrées en magasin est une cause majeure de l'obésité chez les consommateurs. Conséquemment, elle demande aux détaillants en alimentation de cesser de donner autant de place aux boissons sucrées et de les reléguer au fin fond des commerces au lieu de les mettre à la vue des clients.

Comprendre le rôle du détaillant

Les consommateurs font constamment part de leurs attentes et besoins aux détaillants

et ces derniers tentent d'y répondre. Dans le cas des boissons sucrées, un consommateur ou groupe de pression pourrait nous reprocher de ne pas offrir suffisamment d'options, mais ni l'un ni l'autre ne le fait puisque ce n'est pas le cas. Une foule d'options sont disponibles et, qui plus est, en plusieurs variétés : eau, jus de fruits, produits laitiers, etc.

Le rôle d'un détaillant en alimentation est de répondre aux demandes des consommateurs en leur offrant les produits qu'ils désirent et non d'agir comme le ferait une brigade des mœurs.

Outre répondre aux demandes des consommateurs, le détaillant a aussi une autre obligation qui, celle-là, préoccupe moins le client : la rentabilité. Dans le secteur de l'alimentation, les marges de profit sont très minces et la compétition très féroce. On ne peut pas empêcher un détaillant d'aménager son commerce de façon à répondre à la demande de sa clientèle et ainsi augmenter ses ventes.

La prohibition ne sert personne !

La Coalition Poids vise aujourd'hui les boissons sucrées, mais que fait-on du gras, du sel, de l'alcool ou du sucre en général ? Bref, bien peu de produits peuvent se qualifier au tribunal de la santé si leur consommation n'est pas modérée et responsable.

Éduquons les gens pour en faire des consommateurs responsables plutôt que chercher un ou des boucs émissaires. L'espace plancher a trop de valeur et les marges de profits sont trop minces pour que les détaillants laissent des produits dormir sur leurs tablettes. Si les consommateurs changent leurs habitudes, les étalages suivront invariablement. Sinon, il reste la possibilité de bannir en espérant qu'il nous reste une petite marge de manoeuvre dans l'offre de produits.

New York veut faire la guerre aux grands formats

Le maire de New York, Michael Bloomberg, a fait de la lutte à l'obésité son cheval de bataille et, pour arriver à ses fins, il entend bien rayer de la carte les grands formats de boissons sucrées qu'ils soient en bouteille ou en fontaine. Le « plan Bloomberg » propose de bannir les boissons sucrées de plus de 16 onces des établissements alimentaires tels que les restaurants, les établissements de sports, les casse-croûte mobiles et les cinémas. Si l'objectif est clair et valable – lutter contre l'obésité – l'approche, elle, est plutôt discutable.



À l'heure actuelle, les mesures proposées dans le plan Bloomberg ne s'appliquent pas aux épiceries et aux dépanneurs.

D'ailleurs, le Center for Consumer Freedom (Centre pour la liberté des consommateurs) n'a pas tardé à répliquer en publiant une page publicitaire complète dans le New York Times (édition du dimanche). Leur message est clair : New York a besoin d'un maire pas d'une nounou.

De son côté, l'industrie des boissons sucrées de New York affirme que le maire se trompe de cible puisque, alors que le taux d'obésité des Américains n'a cessé d'augmenter ces dernières années, la part de calories provenant des boissons sucrées est en constante diminution et représente une faible part de l'alimentation des Américains.

Cette situation démontre bien que proscrire est rarement la solution. Vaut mieux miser sur les campagnes de sensibilisation du public et mettre en place des mesures pour favoriser les comportements responsables. Bref, le débat entourant la place des boissons sucrées est bel et bien lancé, au Québec comme aux États-Unis.

Suivez l'évolution de ce dossier sur notre page Facebook.

MODE DE PAIEMENT

Paiement mobile : Nos inquiétudes demeurent

Nous savions que ce n'était qu'une question de temps, mais voilà que l'échéance se précise. La Banque CIBC et Rogers – un des principaux joueurs dans le secteur de la téléphonie mobile – ont confirmé qu'il sera possible de payer ses achats par téléphone cellulaire d'ici la fin de l'année. Nous apprenions du même coup que le même système de paiement par carte de crédit plastique traditionnelle serait utilisé plutôt qu'un portefeuille électronique (« mobile wallet » ou autre mode nouveau genre). Bref, nos inquiétudes quant à l'explosion des coûts liés aux programmes de récompenses des cartes de crédit demeurent entières!

Ces transactions pourront être effectuées au moyen des terminaux de paiement sans contact MasterCard Paypass ou Visa PayWave, et les transactions seront limitées à un montant de 50 \$. On annonce que les consommateurs et commerçants n'auront pas à payer de frais supplémentaires pour l'utilisation de ce service. Ce que l'annonce ne dit pas c'est que les commerçants devront fort probablement composer avec une augmentation significative des transactions par carte de crédit.

Au bout du compte, la seule innovation consiste à trouver une autre façon d'enrichir les mêmes géants du crédit.

Le marché des transactions de moins de 50 \$ étant majoritairement celui du débit, système à faible coût, il est permis de se questionner sur la réelle innovation dont fait allusion CIBC et Rogers. Dans les faits, il s'agit uniquement d'une nouvelle fonction installée sur un téléphone intelligent.



Visa et MasterCard devant les tribunaux

Le procès opposant Visa et Mastercard au Bureau de la concurrence s'est enfin ouvert au Tribunal fédéral de la concurrence le 9 mai dernier. Rappelons que, en avril 2009, le Bureau avait ouvert une enquête formelle à la suite de plaintes de commerçants. L'A.D.A. et ses partenaires avaient alors fortement salué cette décision permettant de faire la lumière sur un phénomène trop longtemps ignoré.

Les commerçants canadiens paient environ 5 milliards \$ chaque année en frais de carte de crédit « cachés ».

Nous avons raison de remettre en question la façon de faire des deux géants du crédit puisqu'à l'ouverture du procès, le commissaire du Bureau a déclaré que « les règles de Visa et MasterCard ont essentiellement eu pour effet de ligoter les petites et moyennes entreprises, qui sont le principal moteur économique au Canada ». Nous attendons donc avec impatience le dénouement de ce procès qui risque d'avoir un impact majeur sur le système de paiements canadiens.



À SUIVRE

AGROALIMENTAIRE

Livre vert : L'achat local au menu

Les consultations sur le Livre vert ont repris le 14 mai dernier après avoir été interrompues depuis le 19 janvier. En tout, quatre jours d'audience ont eu lieu, ce qui permis à une vingtaine de groupes de se faire entendre.

Parmi les sujets de discussion, l'achat local a été abordé par quelques acteurs ayant eu la chance d'être convoqués à Québec.

1 journée d'audience a dû être annulée pour permettre l'adoption de la loi spéciale du gouvernement dans le cadre du conflit étudiant.



Alors que la Fédération des producteurs de pommes de terre du Québec critique le fait que les grandes chaînes en restauration préfèrent s'approvisionner en frites au Nouveau-Brunswick, la Fédération des producteurs de bovins, quant à elle, critique la place prépondérante qu'occupe le porc des États-Unis au niveau du détail, mais également dans la restauration.

Ces deux exemples dépassent la dimension de vente directe à l'échelle locale, mais les détaillants propriétaires ne sont pas insensibles aux problématiques de mise en marché des Aliments du Québec. Pouvons-nous faire mieux? Pouvons-nous en faire plus? Fort probablement! Chose certaine,

nous sommes prêts à en discuter et nous attendons avec impatience notre convocation aux audiences sur le Livre vert.

Les Aliments du Québec dans mon panier!

Cet été l'A.D.A. lancera le plus important concours de mise en marché différencié de produits locaux certifiés Aliments du Québec (voir détail en page central). Nous espérons que les détaillants et leurs fournisseurs mettront de l'avant leur savoir-faire et soumettront de beaux exemples de marchandisage mettant en valeur nos produits d'ici.



TABAC

Contrebande de tabac : Les saisies se multiplient

Saguenay-Lac-Saint-Jean, Abitibi, Gaspésie, les annonces de saisies de tabac de contrebande sont très fréquentes par les temps qui courent. Voilà qui prouve que le travail des escouades policières spécifiques donne des résultats probants au grand soulagement des détaillants légaux. Néanmoins, nous continuons de multiplier les interventions pour qu'ACCES tabac soit étendu sur l'ensemble du territoire. Trop d'endroits n'ont pas encore d'escouade spécifique de lutte contre la contrebande de tabac, ce qui a des répercussions majeures sur les détaillants des secteurs délaissés.

ENCADREMENT LÉGISLATIF

Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation (LCSPC) : La charrue devant les boeufs

Les sanctions imposées en vertu de la LCSPC (entrée en vigueur depuis le 20 juin 2011) sont maintenant connues et applicables. Bien que les intentions de Santé Canada soient tout à fait nobles, nous déplorons le manque de considération envers les détaillants pour qui il sera quasiment impossible d'appliquer certaines dispositions, notamment en matière de tenue de documents.

Rappelons que la LCSPC remplace la *Loi sur les produits dangereux* et établit les nouvelles exigences législatives et réglementaires que doit respecter l'ensemble de l'industrie (fabricants, importateurs, vendeurs, etc.). Elle s'applique à tous les produits de consommation qui ne sont pas réglementés par une autre loi.

Toute personne qui vend tout produit de consommation à des fins commerciales devra tenir des documents indiquant les noms et adresses de la personne de qui elle a obtenu le produit, les lieux où elle l'a vendu et la période pendant laquelle elle l'a vendu.

Il faudrait, pour ce faire, que chaque lot soit identifié par un code électronique unique (RFID).

Les sanctions proposées
seront de 1 000 \$ à 25 000 \$

La détermination du montant dépendra de deux facteurs :

1. la disposition de la LCSPC qui n'est pas respectée;
2. la présence d'antécédents.

Un paiement rapide (dans les 15 jours suivant la délivrance de la sanction) vous permet de n'avoir qu'à payer la moitié du montant.

Nous avons pourtant clairement souligné cette incongruité à Santé Canada lors des consultations. Toutefois, aucune modification n'a été apportée à la LCSPC afin d'éviter que bon nombre de commerçants ne se retrouvent, malgré eux, en situation d'infraction. Au bout du compte, le fait d'annoncer la mise en application du règlement sur les sanctions avant de s'assurer de la capacité des commerçants à appliquer la loi revient à mettre la charrue devant les boeufs.

Nous avons contacté Santé Canada pour obtenir plus de détail sur la mise en application de la disposition de la loi portant sur la tenue de document. Nos craintes ont été confirmées, bien que nous n'ayons pas senti une volonté d'appliquer la loi de façon abusive. Des représentations auprès des autorités concernées seront effectuées afin de voir s'il est possible de trouver une solution acceptable pour Santé Canada et réalisable pour les détaillants.

Harmonisation des taxes

Dès le 1^{er} janvier 2013, la TVQ ne s'appliquera plus sur la TPS. Ainsi, pour que ce retrait ait un impact neutre sur les finances publiques du Québec, le taux de la TVQ de 9,5 % sera au même moment porté à 9,975 %.

Par ailleurs, un mécanisme de paiement et de remboursement des taxes remplacera l'actuel mécanisme d'exemption des taxes par les gouvernements, à compter du 1^{er} avril 2013, ce qui « allégera le fardeau administratif des entreprises ».

Ces modifications font suite à l'accord survenu entre les gouvernements du Canada et du Québec dans le cadre de l'entente intégrée globale de coordination fiscale conclue le 28 mars 2012 et du protocole d'entente conclu le 29 septembre 2011.



GOLF

MERCI À NOS COMMANDITAIRES

Commanditaire principal



**LA BOUTEILLE CLAIRE
AU PASSÉ OBSCUR**
DEPUIS 1834

Commanditaires associés

CHAGALL
DESIGN

metro

provigo

sobey's

Commanditaires Or



Commanditaires Argent



Partenaires



Autres commanditaires



Réseau des Femmes d'affaires du Québec a lancé le 12^e appel de candidatures du concours Prix Femmes d'affaires du Québec.

Ce concours vise à reconnaître et à honorer l'excellence au féminin à l'échelle provinciale. Il valorise les Québécoises entrepreneures, cadres ou professionnelles – membres ou non-membres du Réseau – qui s'illustrent par leurs réalisations probantes, leur leadership et leur engagement dans la communauté, ici et à l'international.

Date limite : 20 juin 2012

Outils et information : www.prix.rfaq.com

GOLF

BIRRRRDIE !

BIRRRRDIE!

Voilà le terme que plusieurs golfeurs auraient aimé crier en cette journée magnifique.

Ils étaient près de 300 – détaillants, fournisseurs et partenaires – à accepter notre invitation à venir jouer sur l'un des plus beaux parcours du Canada. Malgré un début de journée qui avait de quoi faire peur, le soleil a fait son apparition après quelques trous au plus grand plaisir des golfeurs.

Nous tenons à remercier chacun des participants et bien sûr, nos généreux commanditaires. Un merci spécial à Sleeman, notre commanditaire principal depuis plusieurs années déjà. C'est grâce à vous que nous pouvons faire de cette journée une telle réussite.

Merci beaucoup et à l'an prochain !





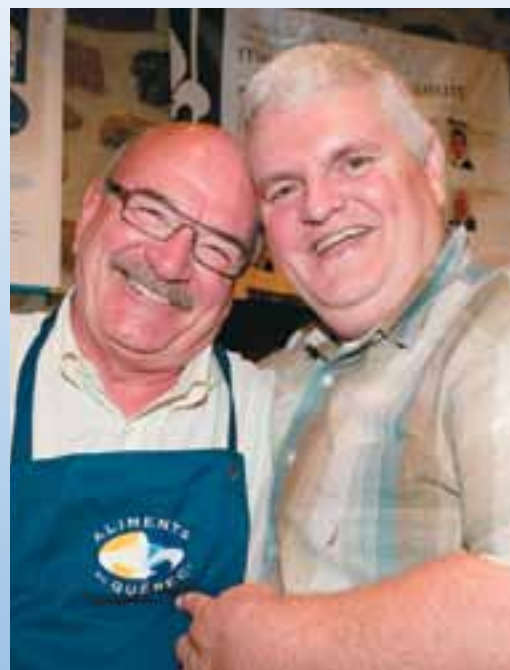
Sleeman, la bière officielle
des golfeurs de l'A.D.A.



Tirage concours CFG



Le cocktail signé Savoura,
Veau de lait et Saputo



Un souper succulent et plusieurs prix
ont été offerts par le Dindon du Québec



Tirage concours CFG



toujours le bon choix!

www.toujourslebonchoix.com



Détaillants en alimentation, vous savez que les consommateurs d'ici sont de plus en plus nombreux à opter pour les aliments du Québec! **Plus de 14 500 produits** affichent déjà les logos Aliments du Québec et Aliments préparés au Québec et l'industrie innove sans cesse pour offrir de nouveaux produits tout au long de l'année.

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

Chantal Fontaine

Québec



CONCOURS

LES ALIMENTS DU QUÉBEC *dans mon panier!*



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec





Les Aliments du Québec dans mon panier! est un concours de merchandising organisé par l'Association des détaillants en alimentation du Québec (A.D.A.) en collaboration avec le Ministère de l'Agriculture des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) et Aliments du Québec.

Les détaillants en alimentation et leurs fournisseurs québécois sont invités à soumettre une initiative conjointe de mise en marché spécifique d'un produit identifié *Aliments du Québec* (ou *Aliments préparés au Québec*).

Il s'agit d'un concours de merchandising nouveau genre, qui contrairement à ceux que l'on rencontre habituellement (souvent dominés par des initiatives privées individuelles), vise à mettre en lumière le caractère distinctif de l'offre

de produits et des modes de mise en marché possibles d'un point de vente à un autre.

Les différents « matches » concurrents seront invités à se différencier de toutes les façons possibles pour attirer l'attention de la clientèle et du comité de sélection. Les entreprises québécoises de toutes les tailles sont les bienvenues à ce concours visant évidemment à mieux mettre en valeur les Aliments du Québec sur les tablettes des détaillants.

Un concours qualitatif, et non quantitatif

D'autres types d'évaluations ou concours touchent la variété disponible dans des établissements donnés, ce n'est pas ce qui est recherché par le concours *Les Aliments du Québec dans mon panier!* On vise ici, la mise en valeur de projets de mise en marché différenciée.

Pour être plus attrayant le merchandising peut utiliser une gamme de produits ou encore des produits complémentaires, mais c'est la stratégie de mise en marché propre à un seul produit qui sera évaluée. Les meilleurs projets pourraient tout aussi bien provenir d'un petit commerce de quartier que d'un grand supermarché, puisque le concours évaluera la qualité et les efforts déployés pour un produit¹ dans un commerce de détail alimentaire.

Éligibilité des « matches » Détaillant – Fournisseur

1. Être le fruit d'une entente de gré à gré entre un détaillant et un fournisseur québécois.
2. Être original et unique à un point de vente (le temps du concours).
3. Le produit ou la gamme de produits choisis doivent être dûment référencés auprès d'Aliments du Québec.
4. Le produit ou la gamme de produits choisis doivent porter le logo *Aliments du Québec* directement sur l'emballage du produit² (le temps du concours).
5. L'exécution en magasin doit être maintenue durant 4 semaines consécutives entre le 30 juillet et le 16 septembre 2012.

Objectifs du projet :



Augmenter la part de marché des produits québécois sur les tablettes des détaillants en alimentation.



Inciter les détaillants à développer des relations commerciales directes, différenciées et durables avec des producteurs/transformateurs en faisant appel au logo *Aliments du Québec*.



Augmenter le nombre de produits adhérant à Aliments du Québec et qui utilisent le logo directement sur l'emballage.



Répondre aux demandes des consommateurs désirant trouver facilement les Aliments du Québec et développer leur habitude à repérer et à réclamer le logo là où ils font leurs achats alimentaires.

Aucun frais d'inscription

Afin de susciter le plus grand nombre possible d'inscription, les frais directs liés à l'inscription ont été abolis.

Néanmoins, différents coûts peuvent être engendrés tant pour la réalisation du merchandising, l'utilisation gracieuse de l'espace dans les commerces ou encore l'inscription des produits auprès d'Aliments du Québec. Ces frais varieront selon les projets et l'investissement souhaité par les parties inscrites conjointement à ce concours.

¹ Pour les fins du concours, un produit peut uniquement être inscrit dans un commerce de détail alimentaire. Le fabricant ou le producteur s'inscrit conjointement avec un détaillant pour réaliser un projet de mise en marché unique.

² Des autocollants *Aliments du Québec* ou *Aliments préparés au Québec* peuvent être apposés manuellement sur les emballages.

³ C'est cette photo qui apparaîtra sur le microsite du concours, il est donc de la responsabilité des participants qu'elle soit de qualité adéquate et représente bien votre projet.

L'A.D.A. réunira un comité de sélection, regroupant des experts du milieu du marketing et du monde agroalimentaire (MAPAQ, industrie, médias, universitaires, etc.), qui aura pour mandat d'évaluer les meilleurs projets selon les critères suivants :

MAXIMUM POSSIBLE DE 100 POINTS.

Originalité et attrait du merchandising:

50 points

Proximité géographique
du fournisseur: _____

20 points

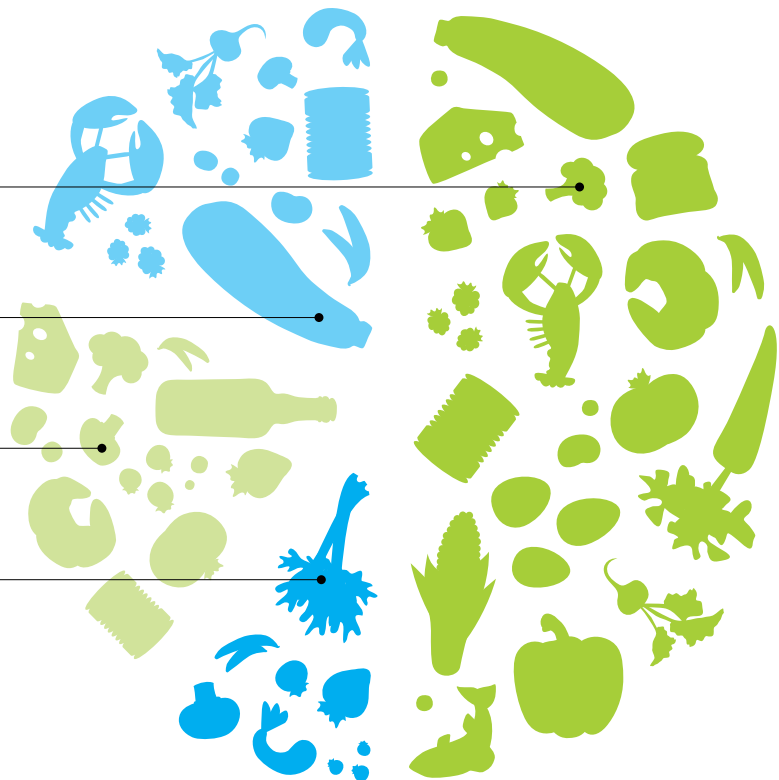
Amélioration du positionnement du produit:

20 points

Simplicité de la chaîne d'approvisionnement:

10 points

*La présentation du bilan de l'activité dans les délais prescrits est obligatoire.



Les prix à gagner:



Affichage sur une carte interactive du Québec

Tous les projets qui respectent les conditions d'admissibilité, seront mis en ligne sur un site internet spécialement préparé à cet effet accessible à partir du site d'Aliments du Québec sous la forme d'une carte interactive du Québec.



Soirée de reconnaissance au Congrès de l'A.D.A.

Les 3 meilleurs matchs détaillant-fournisseur seront honorés par leurs pairs au congrès 2012 de l'A.D.A. au Manoir Richelieu.



Reportage à l'émission *Par Dessus le Marché* (V)

Les 3 meilleurs matchs détaillant-fournisseur feront l'objet d'un reportage dans le cadre de l'émission *Par Dessus le Marché*, ce qui permettra aux consommateurs de connaître les dessous du processus de mise en marché et d'idéation de ce match détaillant-fournisseur.

Comment participer :

Les entreprises intéressées doivent s'inscrire conjointement (détaillant et fournisseur) en remplissant le formulaire d'inscription et en l'acheminant à l'A.D.A. avant le 20 juillet 2012.

L'exécution en magasin doit se dérouler sur 4 semaines consécutives entre le 30 juillet et le 16 septembre 2012.

Les participants devront documenter leur projet à l'aide de photos, ventes hebdomadaires, etc. Les participants doivent acheminer au moins une photo³ du projet dès le début de l'exécution en magasin, puis acheminer le bilan de l'activité avant le 24 septembre 2012.

Le comité de sélection se réunira dans la première semaine d'octobre pour départager les meilleurs projets.

Les 3 grands gagnants seront dévoilés dans le cadre d'une cérémonie officielle le 9 novembre 2012, à l'occasion du Congrès de l'A.D.A. au Manoir Richelieu.

Formulaire d'inscription



Détaillant

NOM DU MAGASIN (Usuel)

BANNIÈRE

TYPE DE SURFACE (Cocher) :

☐ Grande (+ 6 000 p²) ☐ Moyenne ☐ Petite (- 4 000 p²)

☐ Commerce spécialisé : (Décrire) _____

DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE :

NOM DU / DES PROPRIÉTAIRE(S)

NOM DU RESPONSABLE DU PROJET

TITRE

ADRESSE

VILLE

CODE POSTAL

TÉLÉPHONE

TÉLÉCOPIEUR

COURRIEL

SITE INTERNET

Partenaire

NOM DE L'ENTREPRISE PARTENAIRE

ADRESSE

VILLE

CODE POSTAL

TÉLÉPHONE

TÉLÉCOPIEUR

COURRIEL

SITE INTERNET

Produit :

NOM DU PRODUIT

MARQUE

FORMAT

CUP

CATÉGORIE DE PRODUIT

*POSITIONNEMENT DU PRODUIT DANS CE MAGASIN AVANT LE CONCOURS

*VENTES MENSUELLES DU PRODUIT DANS CE MAGASIN

Projet de merchandisage

DESCRIPTION DU PROJET DE MARCHANDISAGE (veuillez inclure toutes les pièces jointes jugées pertinentes)

ESPACE CONSACRÉ EN MAGASIN (p²)

*VALEUR MARCHANDE APPROXIMATIVE

*Ces données ne seront consultées que par le Comité de sélection et l'A.D.A. pour des fins de statistiques globales du concours. Elles demeureront confidentielles sur une base individuelle à moins d'une permission écrite de votre part.

Retournez le formulaire dûment complété à info@adaq.qc.ca ou par fax: 514-849-3021

Pour de plus amples renseignements, contactez Mathieu Fraser au 514-982-0104 poste 244 ou sans frais au 1 800 363-3923

ENVIRONNEMENT

REGROUPEMENT BACS+ : LES PARTIES PRENANTES DE L'UNIVERS DE LA COLLECTE SÉLECTIVE SE MOBILISENT POUR LE RENFORCEMENT DU SYSTÈME

Une première au Québec

Le 11 juin dernier, Éco Entreprises Québec (ÉEQ), un organisme privé sans but lucratif, annonçait la création du regroupement bacs+. Le mouvement vise à sensibiliser et mobiliser les acteurs de la filière de la collecte sélective, leurs partenaires et la population quant à l'importance d'optimiser ce système de récupération.

Les membres qui adhèrent au regroupement bacs+, des détaillants, manufacturiers, associations, équipementiers, municipalités, centres de tri et les intervenants du milieu de la récupération au Québec se rallient autour d'un symbole, le bac de récupération.

POUR LES BÉNÉFICES DE L'AUGMENTATION DE LA COLLECTE SÉLECTIVE

Bacs+, pour « Bénéfices de l'Augmentation de la Collecte Sélective », a pour but de démontrer que le système de collecte sélective est le plus performant et le plus efficace pour la récupération des contenants, consignés ou non, des emballages et des imprimés. Le regroupement apporte des éclaircissements sur les croyances populaires et fournit des données fiables sur les performances réelles, les avantages de la collecte sélective, les taux de récupération, les progrès et les innovations du système.

C'est à titre de représentant des entreprises et organisations assujetties au régime de compensation de la collecte sélective que ÉEQ a instigué le mouvement. Puisqu'ils mettent sur le marché québécois des contenants, des emballages et des imprimés,

soient des matières recyclables ultimement destinées à être déposées dans le bac de récupération, les détaillants, distributeurs, manufacturiers ainsi que des entreprises ou organismes de service sont légalement tenus de financer les coûts des services municipaux de collecte sélective, et ce, dans une proportion croissante qui s'établira à 100 % des coûts nets en 2013. Il s'agit là d'un incitatif pour l'industrie qui cherche à mettre en place des mesures d'optimisation du système financé.

LE MEILLEUR SYSTÈME POUR RÉCUPÉRER PLUS !

Au Québec, 99 % de la population est desservie par un service municipal de collecte sélective. Le taux de récupération des matières recyclables était de 65 % en 2010, soit près de 70 %, le taux visé en 2015 par la Politique québécoise de gestion des matières résiduelles.

La collecte sélective est le seul système offrant un potentiel de rendement pour l'ensemble des matières recyclables tant à l'intérieur qu'à l'extérieur du foyer. Ainsi **bacs+** est d'avis que la collecte sélective est le meilleur système de récupération, puisqu'il est :

- Simple
- Accessible
- Performant
- Rentable
- Écologique



L'outil est accessible et le geste simple : les citoyens déposent directement dans le bac les contenants et les emballages en papier, carton, verre, plastique et métal, ainsi que les imprimés. En plus les coûts de traitement des matières récupérées contribuent au maintien et à la création d'emplois et les impacts environnementaux de la collecte sélective sont limités, car le nombre de manutentions et de transports est moindre que celui de la consigne publique.

Pour en savoir plus sur le regroupement, visitez le site bacsplus.ca. **bacs+** porte la voix de ses membres en plus de leur offrir une vitrine de promotion pour leurs bons coups.

bacs+

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

c'est possible !

..... suivez-nous



[NOUS CARTONS]

les moins de 25 ans

« ICI NOUS CARTONS » une solution gagnante à la gestion de la vente de produits interdits aux mineurs.

Cette formation, d'une durée approximative de 50 minutes incluant une certification, vous permettra de former vos caissiers/caissières sur la vente des produits interdits aux mineurs et ainsi démontrer que vous êtes un détaillant responsable. De plus, vos employés certifiés seront davantage conscients des conséquences relatives à ces lois dont le non-respect peut avoir un impact très négatif pour votre commerce.

CETTE FORMATION VOUS PERMETTRA :

- De prévenir les pertes financières relatives à la suspension de permis en cas d'infraction
- De démontrer que vous êtes un commerçant socialement responsable
- De sensibiliser vos employés sur le contenu des lois applicables en matière de vente de produits interdits aux mineurs

MISSION PRÉVENTION



« Le pompage » peut faire pomper n'importe qui!

FRAUDE

J'ai discuté, il y a quelques jours, avec une commerçante victime d'une fraude inusitée. Puisque la fraude pourrait s'étendre à tous les types d'entreprises, je prends le temps de vous en faire part.

La commerçante reçoit son relevé de compte de Bell Canada. Bell lui réclame une somme dépassant largement les 1 000 \$ usuels pour le mois. Selon le technicien de Bell, les lignes téléphoniques ont été « piratées ».

En entrant dans le système téléphonique de la commerçante, les fraudeurs réussissent à obtenir les mots de passe des boîtes vocales. Avec ces mots de passe, ils utilisent la fonction Rappel à partir d'un message pour faire un envoi en Inde et en Arabie Saoudite. Maintenant que les fraudeurs ont le contrôle des lignes, ils passent des nuits entières à envoyer des données de l'Inde jusqu'à Toronto, et ce, sur le compte téléphonique de la commerçante.

Après une discussion avec le chef des enquêtes chez Bell Canada, on constate que cette technique de fraude est malheureusement très répandue et se nommerait « pompage ». Les fraudeurs prendront le contrôle de vos lignes si vos mots de passe sont faibles (p. ex. : 1234, 4567, 8910, 0000, 1911, 8520, 1111, 2222, etc.) ou s'ils n'ont jamais été changés depuis l'installation initiale.

De plus, l'enquêteur de Bell m'a aussi fait part d'une autre fraude téléphonique qui se nomme le « 9 ou 0 ». Lorsqu'un appelant vous demande de le transférer au « 9 » ou au « 0 », car il veut « tester » quelque chose, c'est qu'il tente de faire suivre l'appel à la téléphoniste de Bell. Une fois en



contact avec celle-ci, il peut demander à être transféré à l'endroit de son choix, et ce, à vos frais. Donc, il est très important de ne jamais tomber dans le panneau du « 9 » ou du « 0 ».

La morale de cette histoire...

1. Changez vos mots de passe de boîtes vocales;
2. Soyez imaginatifs dans le choix de ces nouveaux mots de passe;
3. Ne transférez personne qui demande le « 9 » ou le « 0 ».

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

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

Nous sommes votre ressource en sécurité et nous pouvons vous assister dans les démarches à suivre. Nous pourrions également recueillir les informations pertinentes et les communiquer.

Cynthia Breault
Vice-présidente aux opérations
c.breault@vcsinvestigation.com

Josée Rousseau
Consultante, prévention des pertes
jrousseau@vcsinvestigation.com

Groupe Conseil VCS
Tél. : 514 737-1911 ou 1-800-842-1911
Téléc. : 514 737-3151
www.vcsinvestigation.com

Voici 8 formations en ligne GRATUITES conçues pour vous !

csmoca.org



formations
en ligne

CHRONIQUE

RESSOURCES HUMAINES

FORMATION

Cet été, faites de vos commis des conseillers!



La période des vacances approche à grands pas et plusieurs de vos commis prendront la relève du personnel permanent d'expérience. Il ne faut pas hésiter à exploiter leur plein potentiel, mais pour ce faire, il est important de les préparer et de leur donner les outils pour exceller.

Une des solutions est la formation qui permet aux employés non seulement de bien accomplir les tâches qui leur sont assignées, mais également d'être en mesure de réagir avec confiance et efficacité aux problèmes ou aux situations qui sortent de l'ordinaire. Former les employés, c'est vous permettre de vous démarquer de la concurrence; c'est travailler à développer l'esprit d'équipe et les bases d'une communication professionnelle dont votre entreprise ne pourra que profiter.

Des employés bien outillés pour effectuer leur travail seront plus heureux au travail, plus motivés, mieux préparés et, par-dessus, tout plus productifs. Il est important de

leur montrer qu'ils ont une place au sein de votre organisation et que vous êtes ouvert au développement de leurs compétences.

Des employés heureux = Des clients heureux = Un patron heureux

Pour vous aider à former vos employés, le CSMOCA a mis en ligne huit formations gratuites d'une durée de deux à quatre heures.

- Commis 101 – Notions générales
- Commis-boucher
- Commis Fromages et Charcuteries
- Commis Boulangerie et Pâtisserie
- Commis d'épicerie
- Commis Mets préparés
- Commis-poissonnerie
- Commis Fruits et Légumes

Le CSMOCA offre également la formation « NOUS CARTONS » sur la vente des produits interdits aux mineurs, développée par l'AMDEQ.

Ces formations sont accessibles 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 et ne nécessitent qu'une connexion Internet. Les commis peuvent même les suivre de la maison pour être fin prêts à répondre à la clientèle le plus rapidement possible. Pour accéder aux formations, visitez le site www.csmoca.org.

Le CSMOCA est un organisme à but non lucratif, entièrement financé par Emploi-Québec, qui a pour mission de soutenir l'industrie du commerce de l'alimentation dans le développement de la main-d'œuvre, la gestion des ressources humaines, la valorisation et la promotion des métiers.

L'équipe du CSMOCA est là pour vous aider, n'hésitez pas à communiquer avec elle.

Nadine Moranville,
CSMOCA



Nos présidents régionaux



Pour rejoindre la présidente ou le président de votre région

ESTRIE

Jean-François Frenette

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

OUTAOUAIS

Isabelle Tassé

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

SAGUENAY-LAC ST-JEAN / CÔTE-NORD

Caroline Bouchard

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

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE / NORD-DU-QUÉBEC

Julie Pelletier

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

CENTRE-DU-QUÉBEC

Martin Auger

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

QUÉBEC / CHAUDIÈRE-APPALACHES

Francis Veilleux

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

MAURICIE

Marc DeMontigny

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

MONTÉRÉGIE

Michel Lemieux

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

BAS-ST-LAURENT

Frédéric D'Amours

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

Carl Desjardins

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

GASPÉSIE

Mathieu Viens

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

MONTREAL-EST

André Forget

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

MONTREAL-OUEST

Enrico Lalonde

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



**Association
des détaillants
en alimentation
du Québec**

TDR

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

metro

Les représentants de la bannière Metro sont heureux de dévoiler le lauréat 2012 du Temple de la renommée de l'A.D.A. D'un commun accord, ils ont choisi M. Raymond Drouin, propriétaire du Metro Plus Drouin situé dans le Vieux-Longueuil.

M. Raymond Drouin ►

Propriétaire du Metro Plus Drouin (Vieux-Longueuil)



ÉVÈNEMENTS

Ouverture de magasin

Deux *Metro Plus* ont récemment ouvert leurs portes à Val-Bélair et St-Sophie respectivement le 21 mars et 4 mai dernier. Au nom de tous les membres de l'A.D.A., nous désirons souhaiter le meilleur des succès aux nouveaux propriétaires !



De gauche à droite : André Bergeron, adjoint de circonscription, en remplacement de Pierre Dionne Labelle, député de Rivière-du-Nord, NPD; Florent Gravel, président-directeur général de l'Association des détaillants en alimentation du Québec; Ghislain Cadotte, prêtre modérateur; Nelson Thibeault, copropriétaire, Louise Marquis, copropriétaire; Yvon Brière, maire de Sainte-Sophie; Frédéric Thibeault et Martin Thibeault, copropriétaires.



De gauche à droite : Jean-François Baril, animateur; Florent Gravel, président-directeur général de l'Association des détaillants en alimentation du Québec; Éric Caire, député de la Peltre, Coalition avenir Québec; Alexandrine Latendresse, députée de Louis-Saint Laurent, NPD; Yannick Lefebvre, propriétaire franchisé du Metro Plus Val-Bélair; Denis Brisebois, vice-président, opération de détails, Est du Québec, Metro; Sylvain Légaré, conseiller municipal.

La Clinique Nouveau Départ

Lorsque que l'un de vos collègues ou employés de votre entreprise présente un **problème de santé mentale, de drogues, d'alcool ou toutes autres dépendances**, il n'est pas chose facile que de lui apporter l'appui et le soutien nécessaire pour l'aider à s'en sortir. Encore tabou à bien des égards, ces problèmes n'en sont pas moins présents au sein de notre société et requièrent une prise en charge délicate.

PAR MARIO MASSIE, PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL



Fondée en 1985 par le Dr Jean-Pierre Chiasson, directeur médical, la Clinique Nouveau Départ s'est dotée de l'expérience nécessaire et de solides outils afin de traiter la personne souffrante et de l'aider à reprendre goût à la vie et d'y mordre à belles dents.



Il y a près de 30 ans, ce centre offrant des services externes est maintenant devenu une clinique privée où le patient peut y trouver un programme personnalisé adapté à ses besoins. Toutes personnes dont celles souffrant d'un désordre alimentaire également, sont prises en charge par une équipe spécialisée capable d'intervenir de façon efficace.



Sont évalués notamment :

- Les conditions biomédicales
- Les conditions émotionnelles comportementales
- L'acceptation ou la rémission au traitement
- Le potentiel de rechute
- L'environnement de la personne (pouvant entraver ou non sa réhabilitation)

Accueilli par une équipe multidisciplinaire, le patient bénéficie d'un soutien de nature:

- Médicale
- Psychologique
- Psychiatrique
- Physique
- Pharmacologique
- Thérapeutique

L'approche biopsychosociale préconisée par la Clinique Nouveau Départ se définit comme une approche globale et multidimensionnelle des dépendances. Cette méthode permet de faciliter la compréhension de l'origine des dépendances, mais plus encore, de leurs conséquences. Elle sert d'assise à l'élaboration des plans de traitement.



Mario Massie,
Président Directeur Général

L'importance d'une saine alimentation dans le traitement du patient

Pour l'équipe de la Clinique Nouveau Départ, l'alimentation fait partie du processus de thérapie du patient. Nous veillons à ramener l'équilibre dans toutes les sphères de la vie du patient et même dans son assiette. Nos professionnels de la nutrition s'assurent que les menus composés suivent à la lettre le Guide alimentaire canadien. Nous servons, tous les jours, une nourriture saine, variée et de haute qualité.

De plus, désireuse de contribuer à un meilleur environnement et à l'économie locale, la Clinique Nouveau Départ s'est entourée de partenaires alimentaires québécois qui contribuent à limiter leur empreinte environnementale.



Une équipe présente avant, pendant et après le traitement

Aujourd'hui, la Clinique Nouveau Départ certifié ISO 9001-2008, s'inscrit comme une référence dans le traitement des dépendances de toutes sortes (alcoolisme, toxicomanie, pharmacodépendance, jeux compulsifs, dépendance sexuelle, cyberdépendance ou autres dépendances).

« Lorsque j'ai créé la Clinique Nouveau Départ, mon objectif était d'aider les personnes à se réapproprier et maintenir leur autonomie », explique Dr Jean-Pierre Chiasson

Misant sur une approche complète et intégrée, la Clinique Nouveau Départ offre plusieurs services dont :

- Entraînement privé
- Massothérapie
- Nutrition
- Sexologue-clinicienne
- Psychométrie
- Psychiatrie
- Intégration par mouvement oculaire (post trauma)
- Etc.

Offrant un traitement structuré et individualisé allant du plan de traitement aux plans de suivi postcure, cette méthode a dû porter fruit puisque l'équipe de la Clinique Nouveau Départ a guidé plusieurs centaines de patients vers la sobriété et la paix intérieure.

Pour plus d'informations, n'hésitez pas à nous téléphoner au **1-888-488-2611**.

Tél. : 514.521.9023

1110, avenue Beaumont, Ville Mont-Royal (Québec) H3P 3E5

info@cliquenouveaudepart.com

www.cliquenouveaudepart.com

POUR UNE HISTOIRE SANS FAIM

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

Fondation
Tirelire

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



www.fondationtirelire.com

Planifier l'ordre du décaissement de vos placements à la retraite

Au cours de votre vie, vous aurez accumulé un patrimoine sous plusieurs formes et, au moment de prendre votre retraite, vous aurez des choix à faire pour profiter pleinement de vos projets de retraite.

Vous aurez peut-être une ou plusieurs résidences, des immeubles locatifs, une société de gestion, des régimes enregistrés de retraite, des CÉLI, etc. La fiscalité liée à ces types de véhicules jouera un rôle déterminant dans l'ordre de décaissement des différents actifs qui composent votre patrimoine. Votre conseiller financier vous aidera à faire les meilleurs choix pour optimiser vos revenus après impôt et pour prolonger la durée de votre capital et le maintien de votre pouvoir d'achat.

En ce qui a trait à l'horizon de temps pour pratiquer les estimations des flux monétaires, il faut allonger l'espérance de vie autour de 95 à 100 ans. Tout le monde vit de plus en plus vieux et souvent en excellente santé.

Retraits pour maintenir le train de vie si vous détenez une société de gestion

Sauf exception ou en cas de situation particulière, voici ce que recommande l'APFF (Association de planification fiscale et financière) :

- **Priorité aux placements déjà nets d'impôt (pas dans un abri fiscal) :** de cette façon, l'impôt à payer est minime puisque les revenus réalisés ont été imposés chaque année. Attention de bien évaluer le gain en capital accumulé avant d'effectuer une transaction sur un bien.
 - Hors-REER personnel
 - CDC
 - Avance créditrice d'une compagnie
 - Autres encaissements divers : vente d'une voiture, héritage, etc.

- **Dividendes d'une compagnie :** dividendes imposables payés par votre société par actions. Vous pourriez aussi bénéficier d'autres stratégies pour vous permettre d'obtenir une rémunération libre d'impôt. Consultez votre conseiller, comptable ou fiscaliste.

- **CÉLI :** qui est d'abord comblé chaque année. Les sommes peuvent être retirées libres d'impôt et sans effets fiscaux.

- **REER :** transfert obligatoire en FERR à 71 ans et début des retraits à 72 ans. Les retraits seront imposables en totalité.

Vous êtes retraité et ne détenez pas de société de gestion

- **Priorité aux placements déjà nets d'impôt (pas dans un abri fiscal)**

- Hors-REER personnel
- Autres encaissements divers : vente d'une voiture, héritage, etc.

- **CÉLI :** qui est d'abord comblé chaque année

- **REER :** transfert obligatoire en FERR à 71 ans et début des retraits à 72 ans

Optimiser vos revenus de retraite

- Le fractionnement des revenus de retraite peut réduire le fardeau fiscal du couple et peut-être éviter la pénalité sur une partie de la SPV;
- Le fractionnement du RRQ dès 60 ans;
- Les retraits du FERR plutôt que du REER à partir de 65 ans vous donnent droit à un crédit d'impôt pour revenu de pension.

Conversion des régimes enregistrés d'épargne retraite

Les REER autogérés vous offrent beaucoup de flexibilité quant à vos choix de retraits. L'année où vous atteindrez l'âge de 71 ans, vous devrez convertir votre REER en FERR ou en rente viagère.

Bien que vous puissiez souscrire une rente viagère qui répond parfaitement à votre besoin de stabilité de revenu votre vie durant (assortie ou non d'une couverture d'assurance vie), elle n'est pas indexée au coût de la vie et aucun retrait forfaitaire n'est possible.

Le FERR est flexible et vous devrez effectuer un retrait minimum obligatoire annuellement. Vous pouvez également retirer une somme plus élevée pour un besoin ponctuel. Au moment d'établir votre fonds enregistré de revenu de retraite, il peut être avantageux de choisir l'âge de votre conjoint/e s'il/si elle est plus jeune pour abaisser les retraits minimums obligatoires.

Conclusion

Une bonne planification à la retraite peut vous offrir plus d'options tout en vous permettant de maintenir votre train de vie. Même s'il arrive que l'effritement du capital soit inévitable et parfois nécessaire, sortir les sommes dans le bon ordre selon l'efficacité fiscale produira un résultat optimal.

IMPORTANT : Votre situation pourrait exiger l'expertise d'un professionnel. N'hésitez pas à consulter votre conseiller financier, votre comptable ou votre fiscaliste avant de procéder.



LE FUTUR *EST* ↗ *ICI*

INNOVATIONS ALIMENTAIRES CANADA 2012

PALAIS DES CONGRÈS DU TORONTO MÉTROPOLITAIN 1^{ER} & 2 OCTOBRE 2012

BIENVENUE CHEZ VOUS

Chaque jour qui passe nous amène de plus en plus près à IAC 2012. Pour l'année de la 50^e anniversaire de la FCEI, l'IAC "retourne chez soi" au centre-ville de Toronto au Palais des congrès du Toronto métropolitain Les 1^{er} & 2 octobre 2012.

- 500 exposants et plus de 5000 visiteurs!!
- Une présentation très spéciale aura lieu pour le **lauréat du prix de l'Esprit de l'indépendant de la FCEI 2012: Anthony Longo**
- **Reconnaissance des Membres à vie 2012 de la FCEI**
 - Grands gagnants des prix de l'Épicier canadien indépendant de l'année
- Le programme de conférence le plus pertinent aux activités commerciales à jour ET BEAUCOUP PLUS!

Pour plus d'informations sur IAC 2012, visitez
groceryinnovations.com



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

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

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

Parce que le Québec a besoin
de tous ses travailleurs

www.csst.qc.ca





SIAL CANADA
À TORONTO

.....
Make your
**Food
Connections**
in North America.
.....

SIAL 2013
Marché de l'alimentation Nord-Américain
Canada
Toronto

30 avril au 2 mai 2013
Direct Energy Centre

sialcanada.com

ÉVÈNEMENTS

Un événement qui a atteint ses lettres de noblesse

En alternance entre Montréal et Toronto, cette année, le SIAL Canada était de retour au Palais des congrès de Montréal pour sa 9^e édition qui eut lieu du 9 au 11 mai dernier. L'événement ne cesse de prendre de l'ampleur et aujourd'hui, nous pouvons affirmer qu'il s'agit d'un passage obligé pour tous les acteurs de la scène agroalimentaire. Ce qui fut à l'origine le SSA de l'A.D.A. a véritablement acquis ses lettres de noblesse.

Le SIAL Canada c'est :

676 exposants provenant de 45 pays

13 952 visiteurs venus de 60 pays

Les combats des chefs corporatifs ont démontré l'impressionnante créativité et la grande passion des chefs participants.



Le pavillon des Aliments du Québec fut sans contredits l'un des plus impressionnants du salon. Dans l'ordre habituel : Florent Gravel (président d'Aliments du Québec et pdg de l'A.D.A.), Marie Beaudry (dg Aliments du Québec), Christian Jasmin (président du CA de SIAL Canada)



L'émission « L'Épicerie » diffusée à Radio-Canada était de passage au SIAL Canada pour tourner un épisode. S'ils pensaient que ça allait passer sous le nez de Christian Jasmin, ils se trompaient. De gauche à droite : Denis Gagné (animateur, Radio-Canada), Christian Jasmin (président du CA de SIAL Canada), Johane Despins (animatrice, Radio-Canada)



La traditionnelle coupe du ruban lors de l'ouverture officielle. De gauche à droite : Christian Jasmin (président du CA de SIAL Canada), Claude Carrière (sous-ministre, Agriculture Canada), Ted McKeekin (ministre de l'Agriculture de l'Ontario), Olivia Grosbois (dir. SIAL Groupe), Pierre Corbeil (ministre, MAPAQ), André Coutu (dg Groupe Export), Xavier Poncin (dir. SIAL Canada)



Cette année, c'est le produit « Perles d'Érable » de Citadelle qui a remporté les grands honneurs du concours Tendances & Innovations.



«Éliminer les gras trans de nos menus, diminuer l'apport en sel et élaborer des plats à l'attention des personnes souffrant d'allergies alimentaires : voilà comment notre entreprise s'inscrit dans le progrès.»

Pierre Marc Tremblay, président et chef de la direction des Restaurants Pacini et de Commensal S.E.C., premières entreprises engagées dans le programme Melior.



Mon engagement dans le programme Melior :
une démarche volontaire, une volonté en marche

- » Une réponse concrète aux nouveaux besoins des consommateurs
- » Un encadrement personnalisé via une charte d'engagement volontaire visant le progrès nutritionnel
- » L'accès à une expertise rigoureuse et indépendante pour vous accompagner dans votre démarche

Pour plus d'informations, visitez **programmemelior.org**

TCAQ

TABLES DE CONCERTATION AGROALIMENTAIRE DU QUÉBEC

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

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

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

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

Laurentides j'en mange ! récidive dans les épiceries

Il y a cinq ans, la campagne Laurentides j'en mange est née du désir de mettre en valeur les produits agroalimentaires des Laurentides à l'endroit le plus accessible aux consommateurs : l'épicerie. Cette année, la TCAL invite une fois de plus les consommateurs à découvrir les produits locaux grâce à une nouvelle série de fiches-recettes.

Pour l'édition 2012, le guide présente une récolte de 14 recettes simples et gourmandes à saveur estivale, toutes concoctées avec le fruit du travail de producteurs et transformateurs de la région. Adaptées à la réalité des consommateurs, les recettes sont rapides, faciles à exécuter et ont été conçues



de façon à donner des idées de menu estival constitué des produits des Laurentides.

Lancée officiellement le 23 mai dernier au tout nouveau Marché L'Authentique • Fraîcheur et tentations situé à Saint-Janvier, la 3^e édition de fiches-recettes a été distribuée dans plus de vingt épiceries de la région, juste à temps pour l'été.

Nouveauté cette année : les recettes seront réunies dans un livret. Plus de fiches individuelles à collectionner, vous aurez tout d'un seul coup !

Pour consulter toutes les recettes :
www.laurentidesjenmange.com

Pour suivre l'actualité de la TCAL :
www.agrolaurentides.qc.ca et
www.facebook.com/agrolaurentides

Les ambassadeurs des produits régionaux du Saguenay-Lac-Saint-Jean

Dans le cadre d'un projet pilote, la Table Agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean annonçait le mois dernier la reprise de ses Show Agro, un concept de dégustation des produits locaux qui avait vu le jour en 2010. La relance du concept actualisé vise maintenant à mettre à la disposition des entreprises agroalimentaires régionales, des ressources humaines et matérielles afin de les aider à faire connaître leurs produits et à augmenter leur visibilité auprès du consommateur.

La Table Agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean annonce la mise en place d'une escouade agroalimentaire : une équipe de professionnels des produits régionaux motivés, passionnés et

compétents au service des entreprises de la région. Cette équipe se charge de faire la promotion des produits des entreprises dans toutes les épiceries du Saguenay-Lac-Saint-Jean ainsi que lors d'événements spéciaux à partir du mois de juillet.

Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter madame Sara-Michelle Girard, chargée de projet à la Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean au 418 668 3592, poste 21 ou par courriel au smgirard@tableagro.com.

Lauréats Indice CIBLE Bas-Saint-Laurent 2011

Les lauréats de la deuxième enquête sur la présence des produits régionaux du Bas-Saint-Laurent dans les supermarchés de la région sont maintenant connus. La Table de concertation agroalimentaire du Bas-Saint-Laurent (TCABSL) a mandaté la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke pour une deuxième enquête. Les données recueillies servent à mesurer les efforts de mise en marché de produits régionaux déployés par les magasins d'alimentation de la région. Le classement des magasins est effectué selon les critères suivants :

- l'étendue de l'offre (20 points);
- la qualité de l'aménagement (25 points);
- la publicité sur le lieu de vente (25 points);
- la publicité de masse (10 points);
- les politiques du magasin (20 points).

L'indice CIBLE fut réalisé auprès de 26 magasins de la région. Cet indice, unique en Amérique du Nord, a ainsi permis de relever les trois détaillants qui se sont le plus démarqués parmi les magasins visités. Il s'agit dans l'ordre de :

- 1^{er} rang : IGA Extra - La coop des consommateurs de Rimouski**
- 2^e rang : Marché Rimouski Metro Plus**
- 3^e rang : IGA Extra Rivière-du-Loup**

De plus, une mention spéciale est décernée à Provigo St-Pascal de Kamouraska pour la plus grande amélioration depuis 2007.

Ces magasins auront l'occasion d'afficher des fanions aux couleurs des Saveurs du Bas-Saint-Laurent, puisque ce visuel permet aux consommateurs de repérer plus facilement les produits de notre région, et ce, depuis plus de 10 ans.

Le **vingt** nouveau arrive en novembre



Êtes-vous prêts à recevoir le nouveau billet de 20 \$?

Demandez à vos fournisseurs si leurs appareils acceptent les nouveaux billets en polymère.



Guichet automatique



Machine distributrice



Caisse libre-service



Compteur de billets