

RADAR

Association des détaillants en alimentation du Québec

avril - mai 2008

Dossier Spécial

Le rapport de la CAAAQ

Mise en garde **DOSSIER TABAC**

**CSST : Poste de travail
des caissières**

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

mercredi 21 mai 2008

**Club de golf LES QUATRE DOMAINES
de Mirabel**

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

**DERNIER
RAPPEL**

**Inscription
en ligne**

www.adaq.qc.ca



Sommaire



- Mot de la présidente **03**
 Mot du président-directeur général **03**
 Mise en garde-DOSSIER TABAC **04**
 À votre agenda en 2008 **05**



- Inscription Golf **06**
 Inscription congrès **07**
 Suivi des dossiers **08**
 Nomination Temple de la renommée A.D.A. 2008 **13**



- Dossier spécial : Le rapport de la CAAQ **14**
 CSST : Poste de travail des caissières **18**
 Mission prévention : La formation en ligne **21**
 Table de concertation agroalimentaire du Québec **23**

Écran-Radar



**Association
des détaillants
en alimentation
du Québec**

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



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

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

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

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

Conception et infographie
 komunik intramedia

Impression
 komunik intramedia

Parution: cinq fois par année

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Comité exécutif

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

Administrateurs

Dominic Arsenault
 Jacques Falardeau
 Yan Gladu

Yves Labrecque
 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

Les semeurs d'espoir



Annick Gazaille
IGA Magog

Cessons d'éviter les risques, commençons à y faire face. Pourquoi? Parce que chaque geste, chaque tentative pour améliorer notre qualité de vie est une action qui s'inscrit dans un mouvement plus global. Arrêtons d'attendre que l'ABQ et les brasseurs agissent pour nous, puisque nous avons le pouvoir de changer les choses.

Vous serez sûrement de mon avis, la manutention des bouteilles de bière vides, de nos jours, incite à se prendre la tête à deux mains et à se dire « ça n'a aucun bon sens! ... parlons-en! »

Messieurs les brasseurs, les marchands en ont ras le bol de la gestion de vos bouteilles sans rémunération !!!

La recherche de solutions n'est pas un processus facile, j'en conviens. Mais au fond, ce qui me dérange, c'est l'hypocrisie cachée de votre part, alors que des rencontres avec les détaillants du Comité bière ont été réalisées avec la plus grande transparence et la recherche de solutions viables pour tous. Nous vous avons démontré clairement la problématique de la gestion des bouteilles de bière dans nos établissements, ainsi que les coûts engendrés annuellement, sans parler des cas de CSST causés par la négligence des clients (retour de bouteilles cassées), de la malpropreté de certains contenants, etc. Vous savez fort bien que nous sommes tenus de nous conformer aux exigences du MAPAQ en matière de salubrité. Je crois que notre demande de compensation de 2¢ par bouteille est plus que réaliste.

Est-ce utopique de penser que nous pourrions nous entendre sur des solutions communes aux problèmes soulevés? Je suis probablement une idéaliste, mais j'y croyais. Quel est ce foutu problème de toujours mettre les marchands du Québec au défi?

Je crois sincèrement, Messieurs les brasseurs, que vous avez beaucoup plus besoin de ces bouteilles que nous!

Chers marchands, il devient impératif de s'impliquer encore plus. De là, l'importance du réseau que nous avons bâti durant ces 3 dernières années. Contactez-nous à la I.A.D.A., contactez vos présidents régionaux, participez aux rencontres dans vos régions. Oui, pour changer les choses, il faut s'unir. Les actions collectives réécrivent les règles commerciales. Tous ensemble nous pouvons faire encore plus, n'oublions jamais ce que nous avons déjà accompli (Loto-Québec)!

Par ailleurs, la tournée des régions se poursuit et pour ma part, je veux simplement vous remercier, vous les marchands de l'Estrie, de la Montérégie, des régions de Québec, Chaudière-Appalaches, ainsi que de l'Outaouais, pour votre grande participation à chacune de nos récentes rencontres annuelles.

Merci pour tous les petits gestes posés, pour la force que vous m'insufflez au quotidien, ce « carburant » m'aide à continuer et à me dépasser. Donc, oui on peut affirmer que les marchands font la différence, je dirais que pour moi, vous êtes des « semeurs d'espoir » et pour cela, je vous dis un grand MERCI!

Mot du président-directeur général

La cloche a sonné... fin de la récréation!



Florent Gravel

Il sera important que votre ton monte, plus particulièrement dans celui de la **bière**. Depuis plusieurs années, nous faisons du surplace avec le prix minimum et voici maintenant que nous recevons de nombreux appels concernant la négociation des contrats de bière par un tiers, ce qui, selon l'avis de plusieurs d'entre vous, sera très néfaste à long terme. La prudence est de mise dans ce dossier. Des demandes ont été faites à l'Association des brasseurs du Québec (ABQ) concernant le code UPC sur les bouteilles mises en vente à l'unité, ainsi que sur le dédommagement à accorder pour le tri que vous faites pour les contenants à usages multiples. À ces deux demandes très légitimes, l'ABQ nous est revenue avec un NON très catégorique et ce, malgré les avertissements qu'un tel refus pourrait engendrer.

Et bien, chers membres, certains brasseurs pensent que vous n'avez pas de « colonne » et que vous continuerez à subir leur politique de prix sans rien faire et que de plus, vous continuerez à classer leurs bouteilles BÉNÉVOLEMENT sans chigner. **À vous maintenant de prendre la relève** et de leur montrer votre solidarité, car à mon niveau, les choses ne pourront pas aller plus loin.

Nous avons appris dernièrement que l'appel de **Costco** sera entendu début avril. Nous espérons avoir gain de cause une deuxième fois dans ce dossier.

Plusieurs d'entre vous avez reçu à la mi-mars, un envoi de l'**ACDA** dans le dossier du commerce illicite du **tabac**. Cet envoi se veut plus une sollicitation de membership de la nouvelle association québécoise des dépanneurs en alimentation (l'AQDA) qui est une filiale de l'ACDA (association canadienne) et qui est contrôlée par certains dirigeants de Couche-Tard. **Nous vous demandons de ne pas répondre à cette organisation**, car d'aucune façon, nous ne sommes associés à eux et nous déplorons au plus haut point qu'Imperial Tobacco, avec qui nous avons toujours travaillé en étroite collaboration, ait permis la distribution de ce document en l'insérant avec votre facture de tabac.

Cette association vers qui les compagnies de tabac se sont tournées en y investissant plusieurs centaines de milliers de dollars, n'a rien produit de concret depuis qu'elle a pris la relève d'Imperial et ce, depuis plus de 6 mois déjà!

Heureusement, dans d'autres dossiers d'actualité comme le **lait**, nous voulons souligner le fait que certaines laiteries, suite à plusieurs de nos interventions durant les dernières années et même si la tentation était forte, n'ont pas pris une augmentation plus élevée que celle accordée par la Régie.

En ce qui concerne **Loto-Québec**, nous aurons une décision définitive quant à la dernière demande vers la mi-avril et nous espérons que ce sera positif pour vous tous.

Visitez notre **site internet** et venez nous rencontrer lors de nos **rencontres régionales**. Venez vous y faire entendre, vous aurez l'occasion d'en apprendre un peu plus sur tous les dossiers que nous défendons pour vous.

Faites entendre votre voix, ce poids important que vous représentez au sein de notre industrie.



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Avis :

Mise en garde

«Dossier tabac»

Le 12 mars 2008

Chers membres détaillants,

Vous avez reçu dernièrement, ou recevrez, un document de l'Association canadienne des dépanneurs en alimentation (ACDA) concernant la lutte contre la contrebande du tabac. Nous vous demandons de ne pas répondre à ce document, car nous ne travaillons pas avec l'ACDA, qui est contrôlée par Couche-Tard. Ce dernier s'est retiré de l'A.D.A. en juillet 2007 pour faire bande à part.

L'A.D.A. a toujours été très active dans les dossiers du tabac. Comme vous le savez, en 1994, les membres de l'A.D.A. par le biais de MATRAC, avaient convaincu les gouvernements de diminuer les taxes, mettant fin ainsi à la contrebande du tabac.

Certains dirigeants de Couche-Tard se servent de l'argent du tabac pour faire de la sollicitation de membership au Québec, via la branche québécoise de l'ACDA, l'AQDA.

Nous trouvons très déplorable que dans un contexte où les entreprises s'unissent de plus en plus, l'ACDA tente de diviser les forces au Québec.

L'A.D.A. vous a toujours représentés avec force et vigueur et continuera de le faire avec autant d'empressement.

Merci de ne pas répondre à ce document. Je vous encourage à communiquer avec nous pour toute question au sujet du dossier tabac.

Recevez mes meilleures salutations,

Florent Gravel
Président-directeur général



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.

Juin

BAS ST-LAURENT / GASPÉSIE 2-3-4 juin

Référence : Bas-St-Laurent, Frédéric D'Amours **418-868-1477**

Bas-St-Laurent/Gaspésie, Carl Desjardins **418-775-8915**

Horaire :

Inscrivez-vous en ligne maintenant au www.adaq.qc.ca

- **Rimouski**

2 juin 13h

Hôtel Le Navigateur

130, avenue Belzile

- **Matane**

2 juin 19h

Hôtel Quality Inn

1550, du Phare Ouest

- **Bonaventure**

3 juin 13h

Motel Le Grand Pré

118, Grand Pré

- **Rivière-du-loup**

4 juin, 10h

Hôtel Universel

311, boulevard Hôtel-de-Ville

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**

À déterminer

MAURICIE / CENTRE DU QUÉBEC

Référence : Mauricie, Marc DeMontigny **819-376-3028**

Centre-du-Québec, Martin Auger **819-293-6937**

À déterminer

MONTRÉAL ET LAVAL / LAURENTIDE-LANAUDIÈRE

Référence : Montréal, Enrico Lalonde **514-620-4443**

Laval/Laurentide-Lanaudière, Gilles Brouillette **450-438-5214**

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

QUATUOR (fournisseur) : 1 200 \$ (plus taxes)
comprend : 4 droits de golf et voiturettes,
4 brunchs, cocktails et 4 soupers

JOUEUR INDIVIDUEL (fournisseur) : 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 (fournisseur)	x 1200 \$ =	
Joueur individuel (fournisseur)	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 (fournisseur)

1	
2	
3	
4	

Noms des joueurs QUATUOR 2 (fournisseur)

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



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

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 \$

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 \$

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

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.

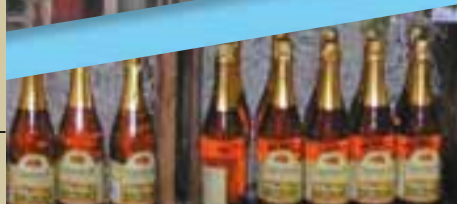
Épargnez
jusqu'à
200\$
en vous inscrivant
avant le
31 août 2008

avril - mai 2008

RADAR

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.



Environnement



Consultations sur la gestion des matières résiduelles

La Commission des transports et de l'environnement a entendu différents groupes, dont l'A.D.A., sur un ensemble de sujets importants en vue d'améliorer la gestion des matières résiduelles, mais comme c'est la coutume, un seul sujet a fait les manchettes : tout le monde n'en avait que pour la consigne.

L'idée de transférer les contenants consignés dans un seul système de collecte, soit le bac de collecte sélective, ramené sur la sellette par les détaillants et distributeurs, s'est attiré un tollé de protestations : de la part des citoyens qui ne veulent pas perdre leur incitatif de 0,05 \$ pour rapporter leurs bouteilles; des municipalités qui souhaiteraient que tous les contenants soient consignés et que l'ensemble de la facture de la collecte sélective soit assumé par les entreprises; de Recyc-Québec, qui souhaite plutôt augmenter le montant de la consigne pour en améliorer les résultats; des brasseurs qui affirment que leurs clients sont entièrement satisfaits du système.

La position que nous défendions était pourtant beaucoup plus nuancée que celle rapportée dans les médias. Les détaillants investissent des sommes considérables pour gérer une toute petite proportion de matières résiduelles qui se retrouvent dans leurs commerces (contenants consignés). Et, bien qu'ils paient une taxe à l'enfouissement et des taxes municipales, ils ne reçoivent pratiquement aucun service de récupération pour leur éviter d'enfouir leurs propres matières.

Les détaillants sont conséquents : on leur demande de faire leur part et ils sont prêts à la faire.

Par contre, on ne peut en dire autant d'une majorité de villes, qui souhaitent sans cesse plus d'argent sans pour autant garantir des services efficaces en échange, ou de Recyc-Québec qui oublie qu'elle a elle-même refusé d'aller de l'avant avec une hausse du montant de la consigne (accompagnée d'une meilleure rémunération des détaillants pour leur travail) lors des dernières négociations de l'entente sur la consigne ou encore des brasseurs pour qui offrir un service adéquat aux détaillants (réurrence des visites de récupération, cartons en quantité suffisante, etc.) semble bien secondaire.

Les sommes que nous investissons annuellement pour gérer la consigne seraient bien plus profitables pour améliorer le bilan global de gestion de NOS matières résiduelles, en particulier les résidus organiques qui représentent en moyenne 60 % de nos déchets actuellement enfouis. Dans le cadre des consultations, les élus ont pourtant reconnu que les matières organiques devaient être la priorité d'action, étant le secteur le plus loin de ces objectifs de valorisation, ne représentant que 8 % (objectif 60 %) à l'échelle de la province.

La véritable question entourant la consigne et l'ensemble de la gestion des matières résiduelles est donc la suivante : est-ce que l'on se satisfait d'un bon taux de récupération sur une infime quantité de matières (contenants consignés) ou si l'on a pour objectif de mieux gérer l'ensemble des matières ?

Alcools

Le fédéral entend restreindre les alcools à base de malt **pouvant être vendus en épicerie**

Le dernier budget Flaherty met en place des mesures qui concernent non seulement la taxation, mais également des mesures de changement à la définition de bière, en fixant la limite en teneur d'alcool à 11,9 %. Il y a pourtant plusieurs bières ou produits à base de malt qui répondent à cette définition.

L'A.D.A. a rencontré des fonctionnaires fédéraux pour leur faire valoir qu'une telle mesure pourrait sonner le glas de cette catégorie, du moins pour les microbrasseries. En effet, déterminer qu'à partir de 12 % une bière devient un spiritueux est tout à fait arbitraire et aura des conséquences très néfastes sur le développement de cette importante catégorie dans le commerce de détail alimentaire.

Le détail alimentaire s'est montré plus efficace que la SAQ pour développer le marché des bières différenciées, mais comme il est impossible de vendre des spiritueux en épicerie, cette décision aurait pour impact de forcer les microbrasseries québécoises à se tourner vers la SAQ. Ce réseau n'est pas adapté aux microbrasseries avec son processus de référencement complexe et les volumes minimaux d'approvisionnement nécessaires.

Il deviendra donc pratiquement impossible à une PME brassicole de lancer de nouveaux produits à plus de 11,9 % par l'entremise de la SAQ. L'exemple des alcools artisans québécois, que nous n'avons également pas le droit de vendre, est plutôt révélateur : seule une poignée des plus solides entreprises québécoises du secteur est bien positionnée dans les succursales de la SAQ, alors que des dizaines de PME brassicoles se développent dans le secteur des épiceries.

Nous sommes d'avis que la législation actuelle permettrait d'augmenter le niveau de taxation des bières excédant 11,9 %, sans pour autant accentuer la pression sur les détaillants en alimentation et leurs partenaires, les microbrasseries. En fait, nous ne comprenons tout simplement pas les raisons qui ont motivé le ministre Flaherty à revoir la définition de la bière, sinon l'intérêt des distillateurs à rapatrier les ventes d'un marché qu'ils n'ont pas su développer.

12%
SPIRITUEUX

BIÈRES
11,9%

Les aléas **du dossier Costco**

L'appel du commerce Costco de Laval trouvé coupable de ne pas respecter les dispositions d'un détenteur de permis d'alcool catégorie épicier (obligation de détenir 51 % de denrées alimentaires) sera entendu à partir du 31 mars 2008. Il est prévu que deux semaines soient consacrées à l'étude de ce dossier par le Tribunal administratif du Québec (TAQ). Rappelons que les cas de deux autres Costco sont reliés à la décision qui sera prise par le TAQ, soit les succursales de Boisbriand et Candiac. La compétition déloyale de Costco a assez duré, il est temps que l'on retire à ces commerces leur privilège de pouvoir vendre de l'alcool sur le territoire québécois.



Tabac

Les modifications aux étagères de tabac seront demandées graduellement

Le ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS) fait amende honorable envers les détaillants après avoir maintes fois retardé la diffusion des contraintes applicables à leurs étagères de tabac. Sans aller jusqu'à permettre un délai d'application au-delà du 31 mai 2008, il entend néanmoins se montrer compréhensif face aux commerçants qui sont en voie d'appliquer les mesures dans les semaines et mois qui suivront la date d'interdiction d'étagère des produits du tabac à la vue des consommateurs.

Lors d'une rencontre de suivi conjointe détaillants-distributeurs, Mme Geneviève Defoy et M. Guy Tremblay, du Service de lutte au tabagisme, ont démontré une ouverture significative envers les problématiques que nous avons soulevées. Face aux nombreux obstacles d'application, il est bien évident qu'il sera impossible à l'ensemble des détaillants d'être prêt à temps. C'est pourquoi le MSSS entent privilégier une approche de cas par cas.

Il n'est pas question de céder aux propositions les plus drastiques dès le 31 mai; le MSSS sait pertinemment que tout le monde ne sera pas rendu au même point dans ses applications. Cependant, toute publicité, produits promotionnels, sous-produits de tabac ou étagères additionnels n'auront plus de raisons d'être et le MSSS s'attend à ce qu'ils aient disparu. L'autre priorité des inspecteurs sera les *power walls*, présents dans la majorité des dépanneurs québécois. Les murales de cigarettes étaient la principale cible visée par le règlement. Par ailleurs, nous avons appris que plusieurs inspecteurs qui ont terminé l'implantation des normes relatives aux bars seront réaffectés à la question des étagères.

Par contre, il n'y aura pas de distribution de constats d'infractions au 31 mai, mais plutôt une évaluation du taux de conformité à l'échelle de la province. Les inspecteurs du MSSS auront également pour mandat de s'assurer que des démarches sont entamées par les détaillants, puis de s'assurer du suivi dans les mois subséquents. Les détaillants récalcitrants ou encore ceux qui ne seront pas en mesure de démontrer qu'ils ont entrepris des démarches seront passibles d'avertissements, puis de sanctions.

Sanctions relatives aux étagères

- 1^{re} infraction : 300 \$ à 2 000 \$
- Récidive : 600 \$ à 6 000 \$

Une campagne média est prévue pour avertir les consommateurs de l'entrée en vigueur de la loi. Par contre, il n'a pas été prévu d'effectuer d'autres communications avec les détaillants, pourtant directement visés par ces mesures, outre celles prévues par l'entremise des inspecteurs.

Les représentants du détail et de la distribution, présents lors de la rencontre avec le MSSS, ont néanmoins manifesté des doutes sur l'efficacité du seul envoi à ce jour et exprimé la nécessité de multiplier l'information disponible aux détaillants, en particulier auprès des petits dépanneurs indépendants. Ces derniers sont souvent isolés, que ce soit parce qu'ils n'adhèrent pas à une bannière ou à une association, ou tout simplement à cause des barrières linguistiques.

Deux projets de règlement concernant l'application de la Loi sur le tabac devraient être adoptés intégralement sous peu. Les points significatifs pour le détail sont les suivants :

Interdiction de vente à l'unité — La vente de produits à l'unité n'est plus permise (principalement pour contrer l'accessibilité des cigareilles). Les produits de tabac ne pourront être vendus dans un emballage contenant moins de 10 unités de ce produit, à moins que la portion unitaire ne soit à un prix unitaire supérieur à 5 \$.

Affichage en magasin — L'affichage des marques et prix des produits du tabac ne pourra se faire que dans un panneau d'affichage rectangulaire, fixe, plat, en noir et blanc, sur une surface n'excédant pas 3 600 cm² (soit 2 pi x 2 pi ou 1 pi x 4 pi). Aucun effet lumineux, sonore ou autre ne peut être utilisé pour attirer l'attention du public sur la publicité qu'il contient.

VOUS AVEZ DES QUESTIONS SUR VOTRE PROJET D'ÉTAGÈRE ?

Pour toute question relative aux nouveaux étagères, vous êtes invité à contacter Mme Defoy du MSSS. Vous pouvez même lui acheminer un plan ou croquis pour validation de votre projet d'étagère et vous assurer de sa conformité avant de passer à l'étape d'installation :

Mme Geneviève Defoy

Téléphone : (418) 643-6407

Télécopieur : (418) 646-5789

Courriel : genevieve.defoy@msss.qc.ca



Agroalimentaire

Le ministre Lessard prépare son offensive Aliments du Québec

Nous sommes très heureux de vous annoncer que le ministre Laurent Lessard ira de l'avant avec une campagne de promotion grand public invitant les consommateurs québécois à rechercher les produits portant le logo d'origine Aliments du Québec.

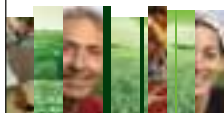
À l'heure actuelle, la priorité est à élaborer la campagne et à convaincre les producteurs et transformateurs alimentaires de faire valider leurs produits auprès d'Aliments du Québec. Ensuite, viendra le temps de s'assurer que l'exécution sera efficace dans le plus grand nombre de restaurants et commerces de détail possible.

Nous invitons tous les membres de l'A.D.A. à prendre part à ce grand projet économique d'une importance stratégique pour le Québec. Que vous exploitiez une grande ou une petite surface alimentaire, vous pouvez tous en tirer profit et en faire profiter l'économie d'ici.



La Commission Pronovost dévoile ses recommandations

Agriculture et agroalimentaire : assurer et bâtir l'avenir



Rapport

Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire



Un rapport étoffé a été déposé par les trois commissaires de la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire du Québec (CAAAQ), le président M. Jean Pronovost, ainsi que M. Mario Dumais et Mme Pascale Tremblay.

Toute l'attention médiatique s'est tournée vers le modèle du syndicalisme agricole québécois et de l'agriculture dans son ensemble, que la Commission souhaitait voir revu, mais le rapport renferme bien d'autres éléments. En ce qui concerne le détail, très peu d'allusions aux propositions présentées par les détaillants qui se sont présentés dans les audiences publiques des différentes régions du Québec.

On peut néanmoins noter la meilleure identification des produits québécois et la réciprocité des normes intérieures pour les produits importés, mais pas un traitre mot sur les achats directs des détaillants à même leur région. Au contraire, on privilégie plutôt de nouveaux circuits courts de distribution, misant sur la vente à la ferme et la multiplication des kiosques ou autre type de boutiques spécialisées qui entreraient en compétition directe avec des détaillants pourtant depuis longtemps établis dans leur communauté.

Tout n'est pas noir pour autant : pour faciliter le développement de produits différenciés, la CAAAQ entend permettre l'élaboration d'ententes spécifiques entre détaillants et producteurs ou transformateurs et producteurs pour se sortir du lourd carcan de commercialisation. Si le sujet vous intéresse, nous vous invitons à poursuivre votre lecture, dans notre dossier spécial réservé au rapport de la CAAAQ.



Détails sur la formation des manipulateurs d'aliments

Tel que nous l'expliquions dans notre dernière parution, un règlement rendra obligatoire la formation des manipulateurs d'aliments, dans les commerces de détail, restaurants, etc. Par contre, plusieurs éléments ont été clarifiés et nous croyons maintenant, bien que tout ne soit pas parfait, que le règlement sera applicable dans les points de vente du Québec.

Plus question de considérer les employés qui, par exemple, rempliraient un réfrigérateur de lait, comme des manipulateurs d'aliments. Il est vrai que ces derniers interviennent dans la chaîne de froid, mais avec un niveau de risque aucunement comparable avec des bouchers ou cuisiniers de formation. Cette situation permet aux détaillants de petites surfaces alimentaires (dépanneurs ou épiceries de quartier) de souffler un peu, car ceux-ci auraient reçu le plus grand impact devant l'étendue de la tâche de leurs employés.

Pour mieux comprendre la portée du règlement pour tout exploitant où est effectuée la préparation de produits destinés à la consommation humaine, en voici les grandes lignes :

- **1 gestionnaire d'établissement** – Tout exploitant doit confier le contrôle de l'hygiène et de la salubrité alimentaire à un titulaire d'une attestation de formation de gestionnaire d'établissement alimentaire;
- **1 manipulateur présent en tout temps** – Durant les heures où sont effectuées des opérations de préparation, il doit y avoir au moins une personne titulaire d'une attestation de formation de manipulateur d'aliments (peut être le gestionnaire d'établissement);
ou
- **10 % des manipulateurs** – 10 % des membres du personnel affecté à la préparation des produits alimentaires, au lavage ou au nettoyage du matériel et des équipements en contact avec les produits (y compris le gestionnaire) doivent être titulaires d'une attestation de formation de manipulateur d'aliments (si un établissement a moins de 10 employés considérés comme manipulateurs, il n'a besoin que du gestionnaire);
- Chaque établissement doit tenir un registre des employés attestés, ainsi qu'une copie des attestations de chacun d'entre eux, tant que ces personnes sont à l'emploi de l'entreprise, et 12 mois après qu'elles aient cessé de l'être.

Nous avons toujours quelques questionnements en ce qui a trait à la formation en tant que telle et au processus d'examen. Jusqu'à présent, les personnes qui ont suivi cette formation étaient des cuisiniers ou des employés spécialisés, alors que maintenant des commis de détail alimentaire devront expérimenter le système.

Il serait intéressant d'évaluer s'il serait possible d'adapter cette formation aux tâches plus restreintes en matière de salubrité et de manipulation des aliments. Rappelons que la main-d'œuvre de notre secteur est jeune et/ou souvent peu scolarisée, ce qui pourrait devenir une contrainte à l'atteinte du seuil de 60 % exigé à l'examen. Sans oublier que c'est une obligation additionnelle qui nuira une fois de plus au recrutement et à la rétention du personnel, déjà problématiques.

Pour plus de détails, n'hésitez pas à contacter Pierre-Alexandre Blouin à la permanence de l'A.D.A. au (514) 982-0104, poste 227, ou (sans frais) au 1 800 363-3923.

25% de rabais !



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Le cours Fruits et légumes en promotion printanière sur Internet !

Inscrivez vos employés au cours en ligne « Fruits et légumes » et économisez 25% sur le prix des cours * !

Plus de 100 fruits et légumes présentés et expliqués, en mode vidéo et audio, en 10 modules informatifs d'environ 30 minutes chacun ! Chaque module contient des démonstrations, des informations d'appoint sur l'origine, la conservation et la valeur nutritive et des exemples pratiques d'utilisation et de préparation.



- Facile à suivre
- Véritable certification professionnelle
- Aide-mémoire pratique de format de poche gratuit
- Pas de frais de déplacement ou de perte de temps

Le cours Fruits et légumes : une meilleure connaissance des produits pour un meilleur service en magasin !

Appelez dès aujourd'hui !

1-866-931-3939 • www.centreformationvirtuel.com

* Cette offre est valable jusqu'au 31 mai 2008. Les cours doivent être débutés avant cette date. Le rabais sur le volume d'achat continue de s'appliquer en tout temps. Le Centre de formation virtuel est une marque de commerce, propriété de Trente9 Groupe communications inc.



C'est avec plaisir que l'A.D.A. reçoit la proposition de l'Association des Épiciers du Bassin Laurentien pour la nomination au Temple de la renommée A.D.A. 2008 de messieurs Gilles, Jean-Guy et Pierre Tellier.

Trois hommes d'affaires reconnus par leurs pairs comme des modèles de réussites.

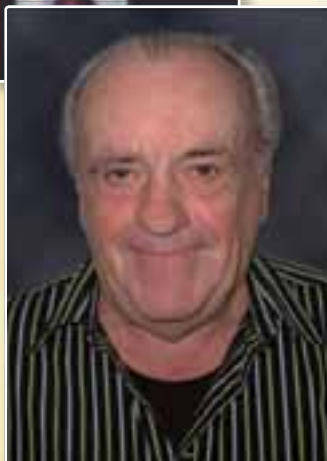
Trois frères qui ensemble depuis 1965 font fièrement partie du merveilleux monde de l'alimentation au Québec.

Soyez des nôtres pour leur rendre hommage lors du Gala Temple de la renommée A.D.A. 2008 le 29 novembre prochain au Château Frontenac de Québec. On vous y attend...

M. Jean-Guy Tellier



M. Pierre Tellier



M. Gilles Tellier



Les Supermarchés GP célèbrent cette année leur 50^{ème} anniversaire.

Fondée en 1958 à Mont-Joli par Rolande et Germain Pelletier, Les Supermarchés GP est aujourd'hui la plus grande chaîne indépendante en alimentation au Québec. Elle compte maintenant sept supermarchés GP dans le Bas-St-Laurent et huit supermarchés sous la bannière Metro GP dans la région de Québec.

Des promotions saisonnières spéciales auront lieu tout au long de l'année 2008 dans les Supermarchés GP du Bas-St-Laurent et dans les Metro GP de la région de Québec. La campagne, qui a été lancée au Capitole de Québec le 19 janvier dernier devant plus de 1000 employés GP, s'appuie sur de l'affichage en magasin, des publicités à la radio et à la télévision ainsi que sur le site web au www.groupegp.com/50ans.

ASSURANCES HABITATION et AUTO DE GROUPE pour les membres de l'Association des détaillants en alimentation du Québec

Programme d'assurance
parrainé par :



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

« Voilà mon
AVANTAGE. »



En tant que membre de l'Association des détaillants en alimentation du Québec, vous pouvez profiter des **tarifs de groupe préférentiels, des produits d'assurance innovateurs et du service hors pair** de TD Assurance Meloche Monnex. Être victime d'un accident ou d'un vol de voiture est souvent stressant. **Adieu franchiseSM** peut vous aider à alléger vos soucis. Ajoutez cette option à votre police auto et vous n'aurez rien à payer en cas d'incident couvert.

DEMANDEZ UNE SOUMISSION DÈS AUJOURD'HUI
et vous pourriez **GAGNER 50 000 \$ COMPTANT**
pour vos projets de rénovation¹

1 866 296 0888
Groupe.TDAssurance.com/adaq



Assurance
Meloche Monnex

Le programme d'assurances habitation et auto de TD Assurance Meloche Monnex est souscrit par Primum compagnie d'assurance. En raison des lois provinciales, notre programme d'assurance auto n'est pas offert en Colombie-Britannique, au Manitoba et en Saskatchewan. TD AssuranceSM est une marque de commerce déposée de La Banque Toronto-Dominion utilisée sous licence par Primum compagnie d'assurance. Meloche MonnexSM et Adieu franchiseSM sont des marques de commerce de Meloche Monnex inc. utilisées sous licence par Primum compagnie d'assurance.

¹ **Aucun achat requis.** La valeur du prix est de 50 000 \$. Certaines conditions et restrictions s'appliquent. Pour plus de détails, veuillez consulter le règlement du concours sur le site Groupe.TDAssurance.com/renovation.

Dites
adieu
à votre
franchise

Le rapport de la CAAAQ

L'univers de l'agriculture et de l'agroalimentaire se complexifie et les intervenants de ces secteurs réalisent que les solutions et mécanismes en place ne suffisent plus. La phase d'instabilité que subissent les acteurs du domaine et les causes qui y sont associées sont hautement préoccupantes, et c'est sur cette toile de fond que le gouvernement du Québec a créé la Commission sur l'avenir de l'agriculture et de l'agroalimentaire québécois. L'A.D.A. ainsi que quelques détaillants se sont prononcés lors des audiences publiques menées partout en province. Après une tournée dans 15 régions dont 27 municipalités, après 770 présentations et 720 mémoires, le 12 février dernier, la Commission a dévoilé le rapport final qui, en plus d'un diagnostic alarmant sur la situation au Québec, émet 49 ambitieuses recommandations au MAPAQ.

Mise en marché

La loi sur la mise en marché des produits agricoles permet aux agriculteurs d'établir un meilleur rapport de force avec les acheteurs en confiant à une coopérative la responsabilité d'une négociation collective. Les participants aux audiences de la Commission ont fait un bilan généralement positif de ce type de mise en marché. Certains bémols ont toutefois été relevés et ces éléments peuvent toucher de près ou de loin les détaillants en alimentation du Québec.

La Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ) est tenue de veiller au bon fonctionnement de la loi et, pour ce faire, le gouvernement nomme huit régisseurs. Ce choix n'est régi par aucune procédure de sélection et est laissé à l'entière discrétion du gouvernement. Un manque de transparence évident, dont les transformateurs se sont plaints. C'est ainsi que les commissaires ont inclus dans leurs recommandations une procédure de sélection calquée sur celles d'autres commissions gouvernementales.

De plus, on veut ouvrir la possibilité d'ententes spécifiques entre producteurs, détaillants et transformateurs afin d'encourager le développement de produits différenciés, et ainsi alléger le lourd processus de commercialisation au détail. Le point central concerne la vente aux circuits courts de distribution. Malgré les tentatives répétées de plusieurs détaillants propriétaires et de l'A.D.A. de faire comprendre à l'industrie les différences majeures entre la distribution et le détail alimentaire, la Commission en a fait abstraction dans ses recommandations.

En voulant donner plus de latitude aux producteurs régionaux qui ne possèdent pas le volume ni les moyens de commercialisation via les grands distributeurs, la Commission a proposé de favoriser davantage les points de vente complémentaires aux marchés d'alimentation. C'est ainsi que les marchés publics, la vente à la ferme, l'agriculture soutenue par la communauté et les comptoirs ou commerces spécialisés sont les avenues que la Commission a préconisées au détriment des autres marchés de proximité déjà bien implantés dans les régions, les détaillants en alimentation.

Ces lieux de vente complémentaires pourraient être nettement favorisés par les producteurs, puisqu'on recommande que les ventes en ces lieux ne soient pas assujetties aux pouvoirs d'un office de mise en marché et ce, sans aucune limite reliée aux ventes.

Transformation alimentaire

D'après un bilan du MAPAQ, 72 % des recettes agricoles du Québec en provenance du marché sont attribuables aux transformateurs. Ceux-ci sont aux prises avec des défis reliés à la concurrence, phénomène très important dans un marché restreint, mais où les grands transformateurs internationaux sont bien implantés, comme au Québec. Pour contrer cette tendance et faire juste compétition aux multinationales, il est impératif que les transformateurs

alimentaires accélèrent la modernisation de leur établissement, notamment par l'investissement en machineries, équipements et main-d'œuvre spécialisée en mise en marché.

Les transformateurs auraient grandement besoin d'un programme qui leur permettrait d'engager un spécialiste en marketing et mise en marché ou bien en procédés de transformation. Somme toute, beaucoup de leviers financiers sont envisagés pour ce secteur.

De plus, le développement de créneaux est envisagé pour favoriser une compétitivité réfléchie de la part des transformateurs. Entre autres, le créneau des produits biologiques connaît une croissance importante au Québec, mais l'offre et la demande représentent une

disparité trop évidente pour l'ignorer.

Aussi, la production de vins et alcools québécois est sous-estimée au Québec. D'ailleurs, voici un bon exemple de la multifonctionnalité de l'agriculture, puisque ces productions permettent de tirer profit des ressources associées à une foule d'activités gastronomiques, touristiques et créatives. Mais n'en est-il pas de même pour les détaillants ? Alors pourquoi priver ces derniers de contribuer au terroir vinicole du Québec quand le pourcentage des ventes de produits québécois de la SAQ ne représente que 0,09 % de ses ventes totales ? Cet aspect a été balayé de la main par les commissaires qui, à juste cause, veulent contribuer à la production de ce type de produit, mais ne tiennent pas compte de sa distribution.

Une multitude de désignations faisant référence aux appellations contrôlées se côtoient dans les marchés de détail, semant ainsi la confusion chez les consommateurs. C'est pourquoi la Commission recommande l'adoption rapide de la loi sur les appellations réservées et les termes valorisants et le partage des coûts entre le gouvernement, les producteurs et transformateurs intéressés.

Malgré les tentatives répétées de plusieurs détaillants propriétaires et de l'A.D.A. de faire comprendre à l'industrie les différences majeures entre la distribution et le détail alimentaire, la Commission en a fait abstraction dans ses recommandations.

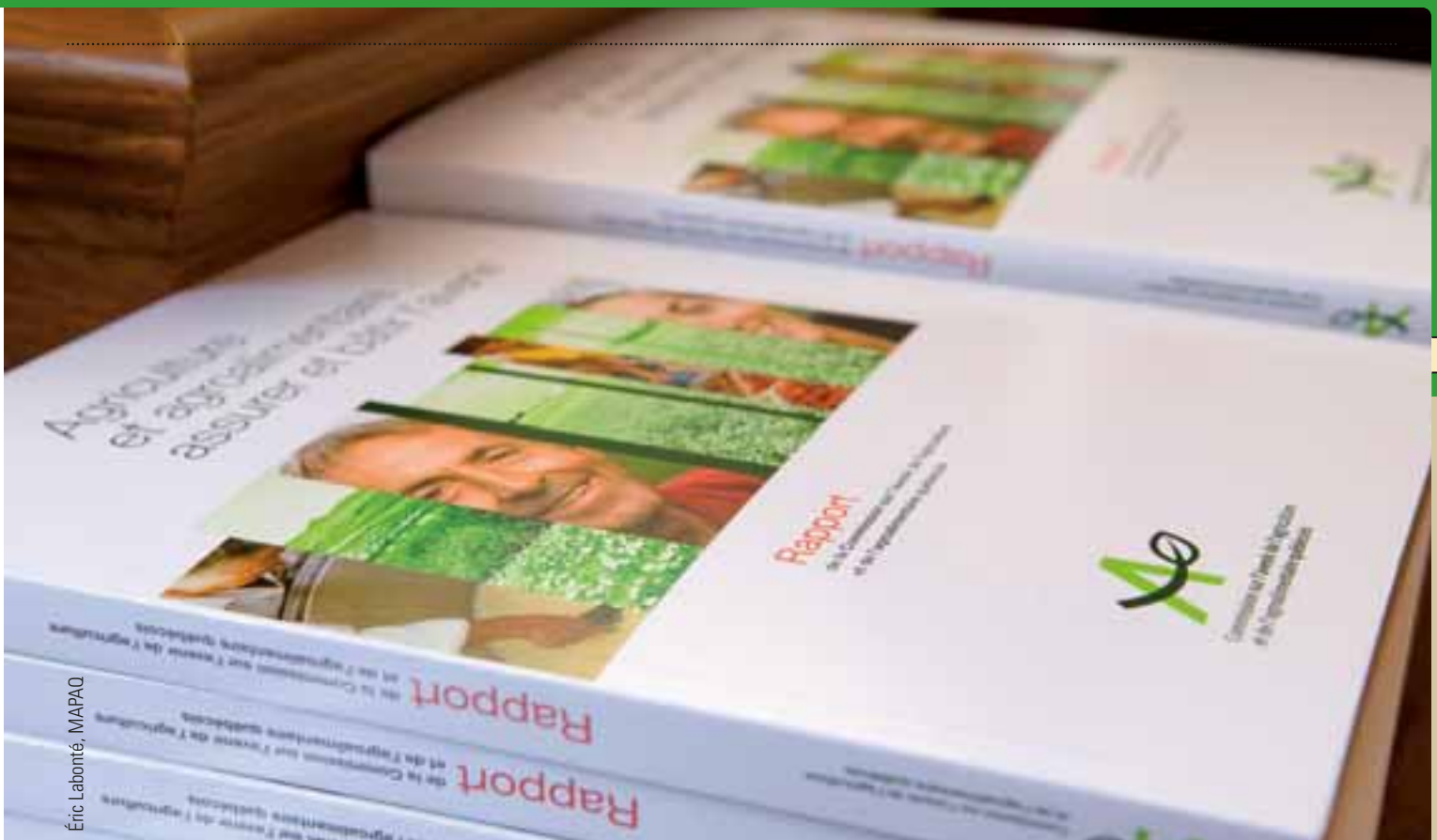


Marc LaJoie, MAPAQ

Le rapport est principalement orienté de façon à répondre aux attributs de l'agriculture de demain, attributs déterminés par la Commission et basés sur les commentaires des participants :

- être multifonctionnelle, c'est-à-dire aller au-delà de son rôle nourricier;
- avoir pour mission première de contribuer à nourrir les Québécois;
- être plurielle par la diversité de ses entreprises et de ses productions;
- être hautement professionnelle dans ses pratiques;
- épouser le développement durable;
- tirer profit de son plein potentiel.

En ce qui concerne le secteur du détail, voici le diagnostic de la Commission ainsi que les orientations qu'elle propose.



Éric Labonté, MAPAQ

La distribution des produits alimentaires

Les trois grands distributeurs que nous connaissons représentent 75 % de la distribution alimentaire au Québec, et la Commission a voulu en spécifier la concentration élevée pour justifier ses recommandations axées sur ces derniers.

La présence de magasins non spécialisés en alimentation s'improvisant épiceries fut un argument relevé par plusieurs participants quant à la lutte constante de la recherche du plus bas prix, mais aucune mesure n'a été formulée pour contrer ce phénomène, si ce n'est que de tout simplement en faire état.

Une fois de plus, les circuits courts de distribution furent des recommandations, mais aucune mesure n'a été mentionnée pour faciliter la vente directe des producteurs — transformateurs aux détaillants. Pourtant, il est souligné dans le rapport que la marge bénéficiaire des producteurs est généralement plus élevée lorsqu'ils peuvent effectuer ces ventes directes.

On pointe du doigt la Société des alcools du Québec, en jugeant ses efforts de promotion des produits québécois trop faibles, surtout lorsqu'ils sont comparés à ceux de la société responsable de la vente d'alcools en Ontario. De ce fait, on recommande au gouvernement du Québec la formulation d'attentes précises à la SAQ en faveur de partenariats avec les producteurs québécois de vins et d'alcools et d'une promotion adéquate de ceux-ci. Encore une fois, pas un mot sur le rôle que pourraient jouer les détaillants qui vendent pourtant la très grande majorité des autres produits de notre terroir.

si les producteurs veulent voir leurs produits occuper une place convenable sur ces tablettes, ils devront, selon la Commission, consacrer plus d'efforts au développement de produits différenciés

L'accès aux tablettes fut l'un des thèmes le plus souvent abordés et presque tous les participants aux audiences ont réclamé une visibilité des produits québécois dans les magasins de détail. Les détaillants n'en demandent pas moins, mais si les producteurs veulent voir leurs produits occuper une place convenable sur ces tablettes, ils devront, selon la Commission, consacrer plus d'efforts au développement de produits différenciés, reprenant l'exemple des Supermarchés GP avec leur produit, Natur'bœuf. Les commissaires semblent toutefois avoir compris la complexité de la visibilité des produits québécois dans les supermarchés, puisqu'ils questionnent davantage la différenciation des produits par les producteurs plutôt que la volonté des détaillants.

Nous saluons la recommandation visant une contribution annuelle du MAPAQ de deux millions de dollars et une mise de fonds annuelle de six millions de dollars à l'organisme Aliments du Québec, bien que la demande d'engagement financier de l'industrie ne tienne pas compte de ce qui est déjà fait pour les produits d'ici, par exemple l'espace tablette, les publicités dans les circulaires, etc. Aliments du Québec aura pour objectif de généraliser, en trois ans, l'application du label Aliments du Québec à l'ensemble des produits du Québec.

Autres recommandations

La Commission a mis beaucoup d'efforts pour recommander des mesures de valorisation de la relève en agriculture, mais les métiers du détail n'ont pas reçu le même intérêt.

En plus d'analyses des effets des OGM sur l'organisme, la Commission recommande la mise en place sans délai de dispositifs d'analyse de traçabilité qui permettront de généraliser l'étiquetage des produits génétiquement modifiés.

On ne peut évidemment passer sous silence les critiques émises quant à la gouvernance de l'UPA et du MAPAQ. Favorisant une agriculture plurielle, les commissaires ont opté pour la liberté des producteurs à choisir eux-mêmes l'association qu'ils croient être la meilleure pour leurs besoins et intérêts. Le président de l'UPA, M. Lacasse, a évidemment réagi à cette recommandation, disant que la décision des producteurs ne peut pas être bénéfique dans leurs rapports de force. Le MAPAQ a aussi subi sa part de blâme puisqu'on critique son leadership et qu'on lui demande d'affirmer une mission alimentaire plus nette.

Pour suivre l'évolution des décisions et actions du MAPAQ concernant ce rapport, référez-vous au tableau suivant :

Tableau Proposition de mise en œuvre du ministre Lessard

- **Phase 1** : l'appropriation du rapport de la Commission — *printemps 2008*
- **Phase 2** : la réalisation des études techniques et la consultation des acteurs — *Entre le printemps 2008 et l'automne 2009*
- **Phase 3** : les décisions du gouvernement et de l'Assemblée nationale — *printemps 2009 au printemps 2010*
- **Phase 4** : le processus d'implantation des mesures, programmes et stratégies — *de l'automne 2009 à l'année 2011.*

www.adaq.qc.ca

Efficace, sécuritaire confidentiel

Efficace, sécuritaire et confidentiel !
**Une technologie au service
de notre évolution**

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 qui maintient un réseau de communication efficace, sécuritaire et confidentiel avec tous ses membres.

DE PLUS chaque membre A.D.A. se voit attribuer un code d'utilisateur et un mot de passe qui lui permet d'accéder à son profil et aux documents réservés aux membres seulement.

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

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

**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



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 308
Montréal (Québec) H1M 2S5

Karl-Érik Séguin
Michel Séguin

Tél. : 514-315-8172

Téléco. : 514-353-3288

Sans frais : 1-877-315-8172

Courriel : kesequin@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



set
Canada
2008

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

Aménagement des postes de travail des caissières dans les supermarchés

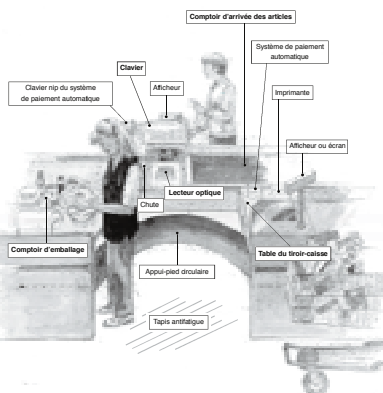
La CSST, en partenariat avec l'A.D.A. a élaborer un guide intitulé *Aménagement des postes de travail des caissières dans les supermarchés*. Ce guide contient des conseils pratiques pour faciliter l'aménagement des postes de travail des caissières et s'adresse donc aux détaillants en alimentation, aux caissières de supermarché, aux comités de santé et de sécurité, aux fabricants, distributeurs, fournisseurs et acheteurs de comptoirs-caisses, et aux intervenants en santé et sécurité du travail.

La CSST a constaté que près de 70% des lésions professionnelles des caissières de supermarché sont des troubles musculo-squelettiques. Les gestionnaires et les comités de santé et de sécurité pourront donc s'y référer dans leur démarche.

Offert gratuitement, vous pouvez en obtenir des exemplaires en communiquant avec le bureau régional de la CSST le plus près de chez vous ou encore en le commandant en ligne à partir du site Web de la CSST. Il est aussi possible de consulter la version électronique du guide à partir du site de la CSST à l'adresse suivante : www.csst.qc.ca.

Nous espérons qu'il vous soutiendra dans la mise en œuvre des mesures nécessaires pour diminuer le nombre et la gravité des lésions professionnelles à ces postes de travail.

Composants du poste de caissière



Aménagement des postes de travail des caissières dans les supermarchés



La prévention, j'y travaille !
CSST

Table du tiroir-caisse et imprimante

La table du tiroir-caisse doit être assez large pour contenir tous les accessoires de travail des caissières et les retours de marchandise. Sa largeur contribue également à délimiter l'espace de travail de la caissière. On observe en général dans les supermarchés une tendance à réduire cet espace pour augmenter le nombre de caisses. Pourtant, un espace suffisant préserve l'aisance des mouvements de la caissière ainsi que sa sécurité contre, par exemple, l'arrivée d'un panier d'épicerie dans son dos.

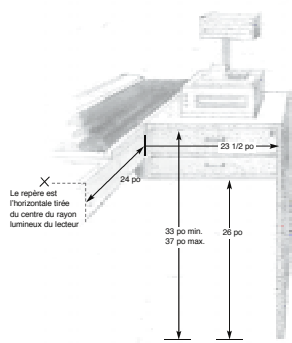
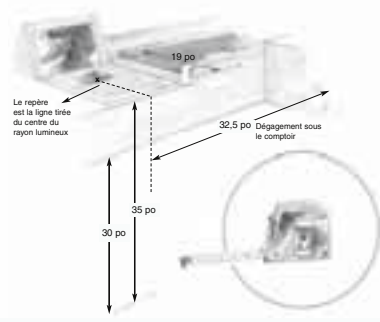


Table du tiroir-caisse et imprimante

26

Comptoir d'arrivée des articles

Le comptoir où défile la marchandise doit permettre à la caissière de manipuler les articles à l'intérieur de sa zone d'atteinte et d'éviter les étirements. La hauteur et la largeur du comptoir ont donc ici une importance capitale.

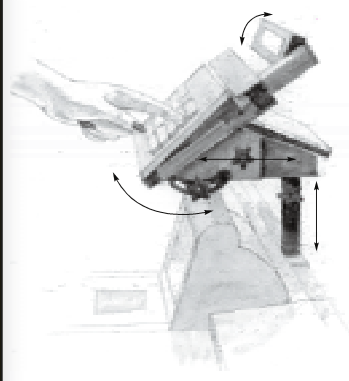


Mesures suggérées pour le comptoir d'arrivée des articles

28

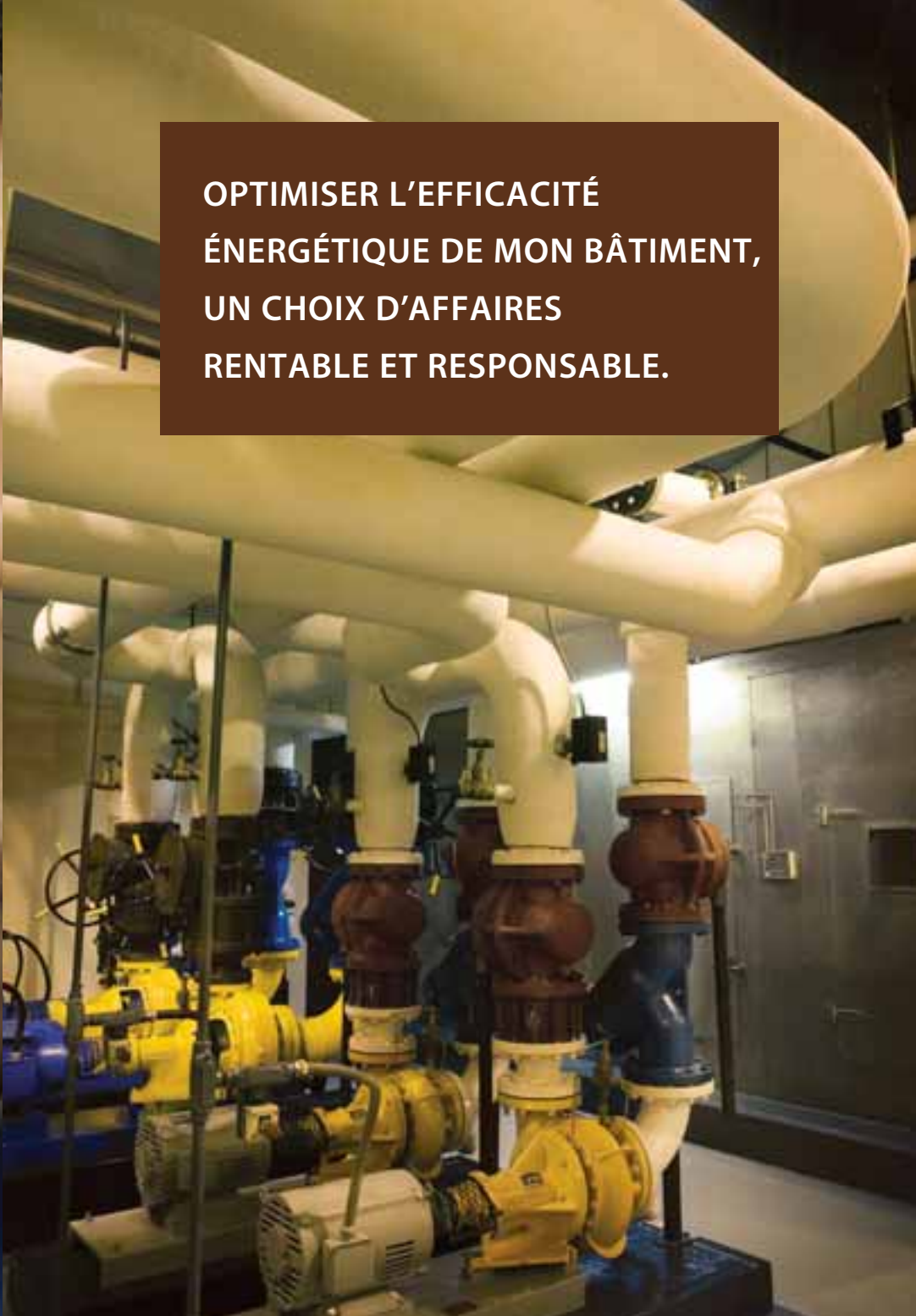
Clavier

Le clavier doit être situé de façon que la caissière puisse rester en face du lecteur optique.



Clavier et support

29



OPTIMISER L'EFFICACITÉ
ÉNERGÉTIQUE DE MON BÂTIMENT,
UN CHOIX D'AFFAIRES
RENTABLE ET RESPONSABLE.

Profitez du programme Appui aux initiatives – Optimisation énergétique des bâtiments* pour améliorer notamment **l'éclairage, le chauffage ou la climatisation de votre bâtiment**. Vous réaliserez ainsi d'importantes économies d'énergie et contribuerez au bien-être collectif.

Obtenez
un appui financier
pouvant atteindre
500 000 \$
par projet.



MIEUX
CONSOMMER

POUR MIEUX PERFORMER

www.hydroquebec.com/affaires

Hydro
Québec

* Certaines conditions s'appliquent.

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.**

Démystifions la formation en ligne...

Communément appelée eLearning, la formation en ligne est une technologie qui existe depuis plusieurs années, quoique son essor phénoménal actuel au sein des entreprises soit relativement récent.

Les avantages?...

- Tous les employés sont formés de manière uniforme, ce qui diminue les risques de désaccords entre employeur et employé, et les discussions de type : « oui mais on ne me l'a pas montré comme ça » !
- L'effort d'apprentissage est beaucoup plus important en elearning pour l'employé. Il ne peut y avoir de « corps morts » dans la formation, car l'employé qui est devant son écran est l'auteur de sa formation. Il doit en conséquence participer activement à sa formation s'il veut réussir l'examen.
- Le roulement de personnel dans nos commerces fait en sorte qu'une formation traditionnelle annuelle ne touche qu'une très petite partie de nos employés en place durant l'année. Le groupe d'employé qui a été formé en janvier n'est, plus souvent qu'autrement, déjà plus à notre emploi en septembre !
- L'employeur n'a pas à payer pour une salle, un formateur, le salaire de chacun des participants à la formation... Un prix, un participant. Le participant peut prendre part à la formation de son domicile, à son rythme, à l'heure qui lui convient

Le prix moyen pour une formation **traditionnelle** pour une trentaine d'employés est d'environ 2000.00\$. (incluant le formateur, déplacements, salaires des 30 employés minimum de 4 heures).

Le prix moyen d'une formation **en ligne** est d'une cinquantaine de dollars par participant... un point c'est tout! Soit 1500.00\$. Notons qu'une heure de cours en ligne équivaut à 2 à 3 heures de cours en classe.

Au cours des premières années du elearning, les clients devaient payer pour la création de chacun de leurs cours et acheter un logiciel pour la diffusion en ligne. Cela représentait des investissements initiaux excédant facilement \$50,000. C'était une barrière à l'entrée importante.

Aujourd'hui la popularité des technologies d'impartition des services Internet et une gamme de cours en ligne incluant la diffusion web intégrée sont maintenant disponibles. Cette nouvelle approche permet de se procurer des cours en ligne à la pièce et minimiser les risques financiers des clients. Le déploiement est simple et rapide. Les entreprises se concentrent sur le développement des connaissances de leurs employés et non sur l'installation de logiciel et la conception de cours. (ViVa Innovation Inc., Consultant en formation en ligne, Jacques Desjardins, président)

...Et les inconvénients?

- Le propriétaire qui désire distribuer la formation en ligne à ses employés alors qu'ils sont en magasin sur leurs heures de travail, il devra voir à ce qu'un ordinateur relié à Internet ou Intranet soit disponible.
- Si on permet à l'employé de suivre sa formation à la maison, rien ne prouve que la personne qui a suivi la formation soit bel et bien notre employé ! La supervision de l'exécution de l'examen en magasin est fortement suggérée.
- Le consultant en elearning a-t-il recours à des spécialistes en éducation pour construire son cours ? S'assure-t-il que l'attention de la personne qui suit le cours sera captivée tout au long du cours ? Évitions le eBoring ! La participation de technopédagogues permet de développer des contenus interactifs répondant aux objectifs pédagogiques de l'audience visée.

Voulez-vous mon avis ?

Cette technologie est sensationnelle quant aux possibilités qu'elle offre. Nos employés peuvent être formés plus rapidement, et ce tout au long de l'année à prix moindre. Une telle formation nous permet de s'assurer que l'employé connaît avec exactitude les procédures et la philosophie de l'entreprise et le tout dès l'embauche. De plus, les coûts de la formation en ligne sont admissibles à la loi 90 sur la formation !

Pour de plus amples renseignements sur le elearning, ou pour une soumission sur des formations elearning en prévention des pertes, veuillez nous contacter au 1-800-842-1911.



Le Québec dans votre assiette!

Message du ministre Laurent Lessard à l'industrie alimentaire du Québec

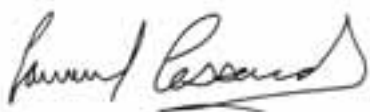
LA PROVENANCE QUÉBÉCOISE DE VOS PRODUITS : un avantage!

Dans quelques semaines, le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation lancera une vaste offensive promotionnelle pour inciter les consommateurs québécois à choisir les produits alimentaires du Québec. Plus particulièrement, les Québécoises et les Québécois seront invités à rechercher les produits portant le logo d'origine Aliments du Québec.

Il a été établi que, si chaque citoyen remplaçait chaque année pour une valeur de 30 dollars les produits alimentaires de toute provenance qu'il achète par des produits québécois, les retombées économiques pour le Québec seraient, après 5 ans, de 1 milliard de dollars.

Je vous convie donc à prendre part à ce grand projet économique d'une importance stratégique pour le Québec. Aussi, afin de profiter de l'intérêt des consommateurs pour vos produits, je vous invite à les faire valider par Aliments du Québec et à consulter le site Internet **www.alimentsduquebec.com** pour en savoir davantage.

Je compte sur vous pour offrir aux consommateurs des produits facilement identifiables quant à leur provenance. Il s'agit d'une occasion exceptionnelle pour faire découvrir la diversité et la spécificité des produits de chez nous!



Laurent Lessard
Ministre de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation,
ministre responsable des régions de Chaudière-Appalaches
et du Centre-du-Québec et député de Frontenac



Agriculture, Pêcheries
et Alimentation

Québec



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.



Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière

Le recrutement de la campagne Goûtez Lanaudière est enfin amorcé et les activités en magasin débiteront à la fin du mois d'avril.

Cette campagne, qui permettra aux consommateurs d'identifier facilement les produits fabriqués dans Lanaudière chez les détaillants en alimentation, est le fruit d'une collaboration entre les producteurs/transformateurs, les détaillants de la région et le Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière (CDBL), qui en coordonne les activités. Les participants seront sollicités dans les prochaines semaines et la campagne en magasin débutera à la fin du mois d'avril.

Le Répertoire des produits de Lanaudière sera publié dans les prochaines semaines. Ce guide, très utile pour connaître les producteurs/transformateurs de notre région et leurs produits, sera disponible via notre site internet au www.cdbl.ca

Goûtez
Lanaudière!



Table agroalimentaire Chaudière-Appalaches

Au printemps 2007, la TACA dévoilait les cinq épiceries gagnantes pour leurs efforts de promotion des produits agroalimentaires régionaux. Parmi celles-ci, le **IGA Extra Magasin Coop de Montmagny** souhaite offrir à ses clients l'accessibilité à une plus grande diversité de produits de son territoire local.

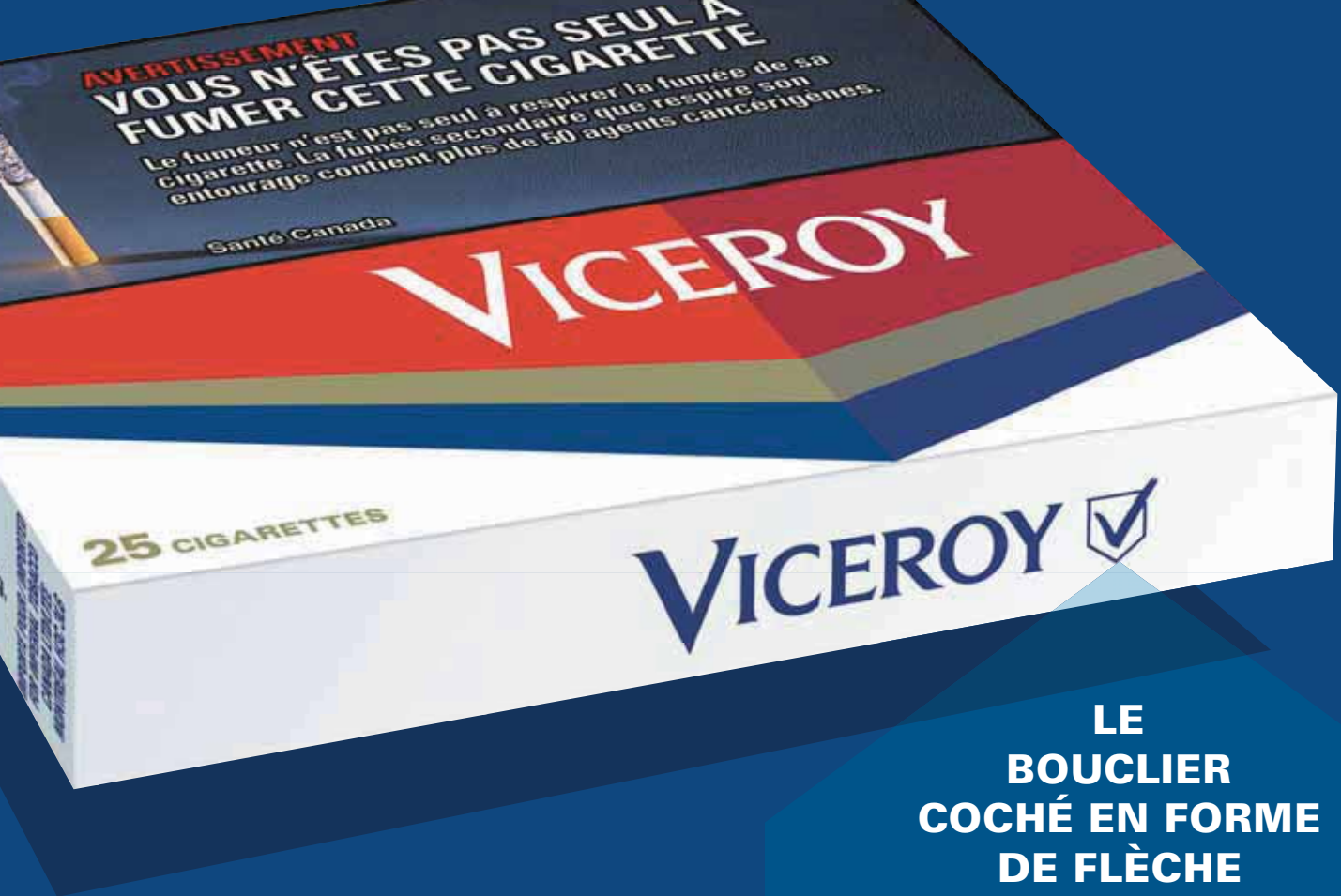
C'est pourquoi il ouvrira **un marché public** adjacent à ses installations au cours des prochaines semaines.

De tels projets stimulent l'achat local des

produits régionaux et contribuent à améliorer l'accès aux marchés pour les petites entreprises de la région. En effet, le développement de nouveaux points de ventes est un indicateur du dynamisme du secteur agroalimentaire de la Chaudière-Appalaches. Ainsi, la TACA continue de se mobiliser pour renforcer la place du secteur agroalimentaire dans l'économie régionale.

En 2008, la région de la Chaudière-Appalaches offrira à la population huit marchés publics locaux dont celui d'IGA Extra Magasin Coop de Montmagny.





LE BOUCLIER COCHÉ EN FORME DE FLÈCHE

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

 **QUALITÉ
GARANTIE**

 **RAPPORT
QUALITÉ-PRIX**

 **UN PRIX
FIABLE**



Goudron 15 - 38 mg

Goudron 11 - 35 mg

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



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