

RADAR

Association des détaillants en alimentation du Québec

avril - mai 2010

47^e

Tournoi de golf annuel de l'A.D.A.



Club de Golf ELM RIDGE - L'Île-Bizard
25 mai 2010

DERNIÈRE CHANCE
Inscrivez-vous en ligne
au www.adaq.qc.ca

PLACEMENT

Pourquoi un conseiller financier

MISSION PRÉVENTION

La confiance en affaire est un choix

RESSOURCES HUMAINES

L'avenir de la formation

Sommaire

Mot du président	03
Mot du président-directeur général	03
Nouvelle section membres-fournisseurs	04
Temple de la renommée A.D.A. 2010 : Robert Denis	06



07	Inscription congrès A.D.A. 2010
12	Inscription tournoi de golf A.D.A. 2010
13	Ressources Humaines : L'avenir de la formation
14	Suivi des dossiers

Placement : Pourquoi un conseiller financier?	21
Mission prévention : La confiance en affaire est un choix	22
Table de concertation agroalimentaire du Québec	23



**Association
des détaillants
en alimentation
du Québec**

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



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

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

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

Collaborateurs
Pierre-Alexandre Blouin
pblouin@adaq.qc.ca
Conception et infographie
IntraMédia

Impression
IntraMédia
Parution: cinq fois par année

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Comité exécutif
Christian Jasmin, *Président*
Dominic Arsenault, *Vice-président*
Martin Racicot, *Vice-président*
Daniel Choquette, *Trésorier*
André Forget, *Secrétaire*

Administrateurs
Caroline Bouchard
Jonathan Champagne
Michel Dépatie
Jacques Falardeau
Yan Gladu

Ginette Reid
Mario Sauvé
Mario Saint-Denis
Bruno Vincent

PERMANENCE DE L'A.D.A.

Florent Gravel
Président-directeur général
Pierre-Alexandre Blouin
Directeur-Affaires publiques
Nathalie Poulin
*Directrice-Événements, Éditrice
et Rédactrice en chef-Magazine RADAR*

Manon Dextras
Directrice-Finances et administration
Ginette Desjardins
*Adjointe au président-directeur
général*

Louise Gravel
*Responsable de
la base de données*

Mot du président du conseil



Christian Jasmin
IGA Famille Jasmin
Marché au Chalet inc.
Ste-Adèle

Durant le mois de février, nous avons eu une bonne nouvelle dans le dossier des frais transactionnels, le Bureau de la concurrence a annoncé sa décision de refuser le changement de statut à but non lucratif de la compagnie Interac. Nous croyons qu'à court et moyen terme, ceci permettra de garder le niveau de coût du débit à un niveau connu et si Visa et MasterCard veulent s'y intégrer, ils devront être compétitifs. Nous devons nous pencher sur le pourcentage d'utilisateurs du crédit qui est en forte croissance, les jeunes générations sont de plus grands utilisateurs de crédit, antérieurement ce n'était pas bien vu moralement de consommer de l'alimentation à crédit. Pour ces générations, ce n'est qu'un mode de paiement qui simplifie leur organisation personnelle, mais les frais sont cachés; c'est nous, les commerçants qui les absorbons! Peut-être devrions-nous faire du lobbying pour changer ce mode d'affaires et retourner les frais aux utilisateurs? Je lance le débat!

Chers membres, merci pour votre appui. Notre projet de sensibilisation des députés fédéraux québécois a porté fruits. Nous avons réussi à ratisser le Québec et à leur faire connaître les enjeux dans ce dossier. Ils seront sûrement plus vigilants à surveiller le fonctionnement du code de conduite que déposera bientôt le Ministre des Finances.

Par ailleurs, je suis heureux de vous présenter les membres du Comité fournisseurs, sous la présidence de M. Daniel Fradette de Société du Groupe d'embouteillage Pepsi :

Marie-Josée Henri	Les Boulangeries surgelées Maple Leaf (Canada Bread)
Gérald Cayouette	Les Aliments de consommation Maple Leaf
Jean-François Courchesne	Groupe Chagall inc.
Hubert Descroix	Meilleures Marques, division du Groupe St-Hubert inc.
Marc Sauvageau	Acosta Canada inc.
Pascal Tanguay	Pacini et Commensal (Convivia)
Richard Gagnon	Savoura
Domenic J. Mancuso	Saputo inc.
Val D'Amours	Unisource Canada inc.
Annick Gazaille	Ex-présidente A.D.A., à titre consultatif

Nous sommes excessivement enthousiastes du relancement de ce Comité qui jadis fut si précieux au développement des affaires du monde de l'alimentation.

Cordialement,

Mot du président-directeur général



Florent Gravel

Nous avons débuté nos tournées régionales 2010 avec la région de Québec et Chaudière-Appalaches le 23 février dernier. La présence des membres était supérieure à celle de notre dernière visite, ce qui est encourageant.

Notre deuxième arrêt a eu lieu au Saguenay/Lac-St-Jean le 23 mars. Malheureusement et malgré les efforts de la présidente régionale, Caroline Bouchard, dame nature est venue entraver cette soirée en nous envoyant une tempête de neige qui a rendu les chemins difficiles à utiliser.

L'ambiance à ces 2 rencontres était très bonne et les sujets à discuter très nombreux. Nous espérons que ce genre de réunion incite les gens présents à sensibiliser d'autres détaillants à l'importance que signifie pour eux l'A.D.A. Merci à tous ceux qui se sont déplacés pour nous rencontrer à ces occasions.

Notre prochaine sortie aura lieu en juin lors d'une tournée de quelques jours qui couvrira le territoire compris entre Rivière-du-Loup et Gaspé. Nous y ferons 3 ou 4 réunions que nous sommes à planifier. Nous espérons que vous prendrez le temps de venir discuter avec nous des dossiers qui vous préoccupent.

Lorsque nous sommes dans votre région, il est très important que vous preniez le temps de venir prendre connaissance de ce que nous faisons pour vous, car plusieurs dossiers ont des incidences financières dont il ne faut pas négliger l'importance et votre support lors de nos sondages est primordiale dans la production des mémoires que nous avons à préparer.

Les dossiers environnementaux prennent de plus en plus de place. On a qu'à penser aux matières recyclables, à l'augmentation ou non des items à consigner, au transfert de ces produits dans la collecte sélective, le compostage, etc. Les dossiers toujours d'actualité, le prix du lait, le prix minimum de la bière, la contrebande de cigarettes, les zones touristiques, le 2 janvier, la réputation que nous traînons pour notre catégorie du vin, la promotion «Mettez le Québec dans votre assiette», le logo Aliments du Québec à promouvoir, sans oublier le dossier des frais transactionnels et votre comité sectoriel de main-d'oeuvre (CSMOCA) qui développe pour vous, à bon prix, des programmes de formation.

Bref avec tous ces dossiers que nous avons à défendre pour vous, afin de vous représenter de façon adéquate, nous avons besoin de votre support de tous les jours et votre membership constant et renouvelé nous permet de faire fonctionner l'A.D.A.

N'oubliez pas notre tournoi de golf qui se tiendra cette année le 25 mai. Après plusieurs années au terrain des Quatre Domaines où nous avons été très bien reçus, cette année nous serons sur l'Île-Bizard, au Club Elm Ridge. Faites-vous inviter par un de vos nombreux fournisseurs et venez relaxer avec nous sur ce prestigieux terrain.

Notre congrès aura lieu à Montréal cette année, du 12 au 14 novembre au Fairmont Reine-Élisabeth. Ce bon mélange de détaillants et de fournisseurs est un rapprochement fortement souhaité.

N'hésitez pas à communiquer avec nous pour toute précision sur les dossiers ou autres préoccupations dont vous voulez nous faire part.

À bientôt,

Contactez vos présidents régionaux :

ESTRIE Jean-François Frenette 450-375-0300	BAS-ST-LAURENT/GASPÉSIE Frédéric D'Amours 418-868-1477	MONTRÉAL (OUEST) Enrico Lalonde 514-620-4443
OTAOUAIS Isabelle Tassé 819-568-5545, 819-923-1876	CENTRE-DU-QUÉBEC Martin Auger 819-293-6937	MONTRÉAL (EST) André Forget 514-493-1230
SAGUENAY-LAC-ST-JEAN/ CÔTE-NORD Caroline Bouchard 418-543-3387	QUÉBEC/ CHAUDIÈRE-APPALACHES Francis Veilleux 418-386-5744, 418-390-2300	MAURICIE Marc DeMontigny 819-376-3028
ABITIBI-TÉMISCAMINGUE/ NORD-DU-QUÉBEC Julie Pelletier 819-874-7741	LAVAL/ LAURENTIDES-LANAUDIÈRE Gilles Brouillette 450-438-5214	MONTRÉGIE Michel Lemieux 450-658-1831



Daniel Fradette
Société du Groupe
d'embouteillage
Pepsi

Message du Président

Chers lecteurs,

Tel que mentionné lors de la plus récente chronique d'Annick Gazaille dans la dernière édition de la revue "RADAR", les membres du conseil d'administration de l'A.D.A. et certains marchands propriétaires ont exprimé leur désir de faire renaître la section membres-fournisseurs de l'A.D.A. Suite au processus de sélection respectant des critères de représentativité par secteur d'activités et de son influence au niveau de l'industrie, il me fait plaisir de vous présenter les membres officiels du comité:

Comité de direction des membres-fournisseurs de l'A.D.A.

Président



DANIEL FRADETTE

Société du Groupe
d'embouteillage
Pepsi

Vice-présidente



**MARIE-JOSÉE
HENRI**

Les Boulangeries
surgelées Maple Leaf
(Canada Bread)

Trésorier



**JEAN-FRANÇOIS
COURCHESNE**

Groupe Chagall inc.

Secrétaire



GÉRALD CAYOUILLE

Les Aliments
de consommation
Maple Leaf

Agente de liaison



ANNICK GAZAILLE

IGA Gazaille
Ex-présidente A.D.A.



HUBERT DESCROIX

Meilleures Marques,
division du Groupe
St-Hubert inc.



MARC SAUVAGEAU

Acosta Canada inc.



RICHARD GAGNON

Savoura



VAL D'AMOURS

Unisource Canada inc.



PASCAL TANGUAY

Pacini et Commensal
(Convivia)



DOMENIC J. MANCUSO

Saputo inc.

Notre mission et impératifs stratégiques restent à être développés mais essentiellement le comité a la ferme intention de raffermir les liens d'affaires entre les marchands propriétaires, gestionnaires de catégorie et les fournisseurs dans le domaine de l'alimentation et conjointement unir nos voix, afin d'adresser ensemble les enjeux communs dans l'industrie.

Pour ma part j'espère mettre à profit mes années d'expérience dans l'industrie des breuvages et faire avancer les différents dossiers nous touchant tous. J'aimerais en profiter pour féliciter les membres du comité pour leur nomination et je demeure optimiste dans la résolution des prochains défis proposés.

En terminant, j'aimerais remercier la participation active d'Annick Gazaille dans la mise en place de cette nouvelle section au sein de l'A.D.A. où elle jouera un rôle important à titre de représentante des détaillants au sein du comité.

N'hésitez pas à nous transmettre vos questions, suggestions ou sujets qui vous préoccupent à Ginette Desjardins à l'A.D.A. (gdesjardins@adaq.qc.ca)

Cordialement,

Daniel Fradette

Président – Comité de direction de la section des membres-fournisseurs A.D.A.

Budget Fédéral 2010

De toute évidence le budget 2010 a pour but de réduire les dépenses. Il n'inclut aucune nouvelle hausse d'impôt ou nouvelle taxes ni allègements fiscaux.

Ci-contre, deux des points majeur de ce mini budget.

L'évitement fiscal

Le gouvernement a l'intention de soumettre à la consultation des propositions qui auront pour but d'obliger les contribuables (vous) à dénoncer à L'ARC les activités de planification fiscale agressive, (comme les paradis fiscaux, c'est la première place que les gouvernements vont vérifier), et déclarer une démarche d'évitement fiscale. Cette obligation s'appliquerait lorsque deux des trois conditions suivantes seront réunies :

- La rémunération du promoteur ou du conseiller fiscal est conditionnelle à l'obtention d'un avantage fiscal engendré par l'opération, rattachée au moment de cet avantage fiscal ou liée au nombre de contribuables qui prennent part à cette transaction.
- Le promoteur ou le conseiller fiscal invoque le « Droit à la confidentialité » relativement à l'opération.
- Le contribuable qui conclut l'opération se prévaut d'une « protection contractuelle » à l'égard de la transaction.

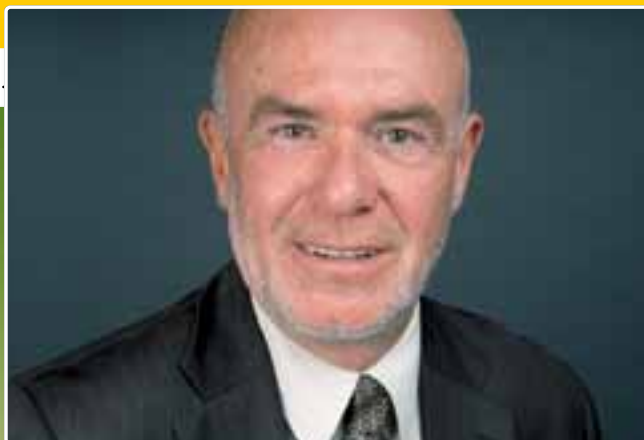
Si de plus amples informations s'avéraient nécessaires, n'hésitez pas à communiquer avec nous.

Sojolie Inc.

500, Boul. St-Martin Ouest bureau 220, Laval, (QC) H7M 3Y2

Téléphone : 450-629-0342 ext 234, Téléphone sans frais : 1-888-756-0342 ext 234, Télécopieur : 450-668-5414 / 1-888-668-5414

Adresse courriel : norm.lafrance@sympatico.ca



Normand Lafrance : Planificateur financier, 25 ans d'expertise dans le domaine

Roulement d'un REER vers un REEI

Pour le particulier ce budget recommande d'alléger les règles de roulement de REER vers un REEI (Régime enregistré d'épargne-invalidité) afin que le particulier décédé soit autorisé à transférer son REER dans un Régime d'épargne-invalidité (REEI) d'un enfant ou petit enfant ayant une déficience.

Pour terminer, l'année 2010 devrait être très bonne au Canada dans le domaine des ressources, on en reparle.

Assurances habitation et auto de groupe

L'assurance en 1, 2, 3 étapes faciles



pour les membres de l'Association des détaillants en alimentation du Québec

Pourquoi l'assurance devrait-elle être compliquée? En tant que membre de l'**Association des détaillants en alimentation du Québec**, vous méritez – et obtenez – une attention particulière en faisant affaire avec TD Assurance Meloche Monnex.

Premièrement, vous pourrez économiser grâce à nos tarifs de groupe avantageux.

Deuxièmement, vous bénéficierez d'une excellente couverture tout en ayant la possibilité de choisir le niveau de protection adapté à vos besoins.¹

Troisièmement, vous profiterez d'un service exceptionnel.

Chez TD Assurance Meloche Monnex, notre objectif est de vous simplifier la tâche afin que vous puissiez choisir votre couverture en toute confiance. Après tout, nous sommes à votre service depuis 60 ans!

Demandez
une soumission et
vous pourriez



1 866 296 0888

Lundi au vendredi, 8 h à 20 h
Samedi, 9 h à 16 h

www.adaq.tdassurance.com



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

TD Assurance Meloche Monnex est le nom d'affaires de PRIMMUM COMPAGNIE D'ASSURANCE, laquelle souscrit également le programme d'assurances habitation et auto.

En raison des lois provinciales, notre programme d'assurance auto n'est pas offert en Colombie-Britannique, au Manitoba et en Saskatchewan.

¹ Certaines conditions et restrictions s'appliquent.

* Aucun achat requis. Le concours se termine le 14 janvier 2011. Valeur totale de chaque prix : 30 000 \$, y compris la Honda Insight EX et une carte-cadeau d'essence de 3 000 \$. Les chances de gagner dépendent du nombre d'inscriptions admissibles reçues. Le gagnant devra répondre à une question d'habileté mathématique. Concours organisé conjointement avec Sécurité Nationale compagnie d'assurance. Peuvent y participer les membres ou employés et autres personnes admissibles de tous les groupes employeurs ou de professionnels et diplômés qui bénéficient d'un tarif de groupe accordé par les organisateurs. Le règlement complet du concours, y compris les renseignements sur l'admissibilité, est accessible sur le site www.groupe.tdassurance.com. Le prix peut différer de l'image montrée.

Honda est une marque de commerce de Honda Canada inc., qui n'est pas associée à cette promotion et ne la commande d'aucune façon.

Meloche Monnex est une marque de commerce de Meloche Monnex inc., utilisée sous licence.

TD Assurance est une marque de commerce de La Banque Toronto-Dominion, utilisée sous licence.



Assurance

Meloche Monnex

55^e

CONGRÈS ANNUEL A.D.A.



Épargnez
jusqu'à
200 \$
en vous inscrivant
avant le
31 août 2010

FAIRMONT LE REINE ÉLIZABETH

MONTREAL

DU 12 AU 14 NOVEMBRE 2010

**L'INSCRIPTION
COMPLÈTE
POUR DEUX
PERSONNES INCLUT :**

12 novembre : cocktail d'ouverture,
dîner et soirée

13 novembre : petit-déjeuner, conférences,
déjeuner-buffet, cocktail,
dîner et la soirée
Gala Temple de la
renommée 2010

14 novembre : petit-déjeuner et
conférence de clôture

**INSCRIPTION
À LA CARTE**

Soirée d'ouverture 2010

(Cocktail et dîner et soirée)

vendredi 12 novembre 2010

à compter de 18h

225 \$ / pers. (+ taxes)

Soirée Gala Temple De la Renommée A.D.A. 2010

(Cocktail et dîner et Gala)

samedi 13 novembre 2010

à compter de 18h

350 \$ / pers. (+ taxes)



Escouade jeunesse pour les 2 à 13 ans

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

INSCRIPTION

150 \$ + taxes pour le
premier enfant

100 \$ + taxes pour les
enfants additionnels

L'ESCOUADE JEUNESSE INCLUT :

Vendredi 12 novembre Souper et activité en soirée

Samedi 13 novembre Journée d'activité comprenant le déjeuner,
le dîner et le souper

Dimanche 14 novembre Brunch de clôture

Nomination au Temple de la Renommée A.D.A. 2010 Robert Denis



Robert Denis et son épouse Carole Beaudoin
Provigo Famille Denis

provigo 

Les marchands Provigo ont arrêté leur choix 2010.

Ils ont voulu ainsi démontrer toute leur admiration
pour un homme qui a su développer sa passion
pour la qualité de vie au travail et plus précisé-
ment, pour la philosophie de gestion participative
qui correspond en tous points à ses valeurs et à ses
croyances profondes.

C'est avec un immense plaisir que nous vous invi-
tons à vous joindre à nous pour rendre hommage
à M. Robert Denis le 13 novembre prochain au
Fairmont Le Reine Élizabeth lors de notre
55^e congrès annuel.

Nous vous attendons tous pour cette soirée
de gala mémorable.

Formulaire d'inscription DÉTAILLANT

INSCRIPTION jusqu'au 31 août 2010

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

INSCRIPTION après le 31 août 2010

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

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

INSCRIPTION Escouade Jeunesse

150 \$ + taxes pour le premier enfant

100 \$ + taxes pour les enfants additionnels

FRAIS D'INSCRIPTION CONGRÈS A.D.A. 2010

Important : veuillez retourner ce formulaire et votre paiement avant le 31 août 2010 pour bénéficier de l'offre ci-haut.

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

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

Nom du détenteur : _____ No. de carte : _____

Date d'expiration : _____ Signature : _____

Entreprise _____

Adresse _____ Ville _____

Province _____ CodePostal _____

Courriel _____

Téléphone () _____ - _____ Télécopieur () _____ - _____

Allergie alimentaire ☐ oui ☐ non

Si oui, précisez : _____

Nom (délégué(e) et conjoint(e))

Prénom

Nom (enfants)

Prénom

Âge

Important : Vous devez réserver vos chambres avec le Fairmont Reine-Élisabeth

Comment réserver : En ligne <https://resweb.passkey.com/go/ada2010>

Téléphone : (514) 861-3511

Sans frais : 1 (800) 441-1414

Votre code de réservation est : ADAQ10 **N'oubliez pas de le mentionner**

Retournez ce formulaire d'inscription

PAR TÉLÉCOPIEUR : 514-849-3021

PAR LA POSTE

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

Annulation : Vous devez envoyer un avis écrit à l'A.D.A. avant le 30 octobre 2010 afin de recevoir un remboursement complet moins les frais d'inscription de 75 \$ perçus par inscription. Aucun remboursement après le 30 octobre 2010; les substitutions sont acceptées. Le paiement complet doit être fait pour que l'inscription soit valide.

Très chère Francine

Nous ne pouvions passer sous silence le départ de notre réceptionniste bien-aimée. La «voix» que sans doute vous connaissiez tous (on l'a d'ailleurs gardée dans notre message d'entrée... pour quelque temps du moins) !

Une voix chaleureuse, calme, polie et pleine d'empathie. Une professionnelle qui comprenait bien le rôle important du premier contact.

Notre chère Francine Maynard a joué ce rôle de première ligne, parfois bien ingrat, pendant plus de 17 ans. Vous vous imaginez bien les vertes et les pas mûres qu'elle a dû entendre durant cette riche carrière.

À ses talents de téléphoniste aguerrie, elle savait combiner l'efficacité, la minutie et la qualité d'exécution. «Tout ce qui mérite d'être fait mérite d'être bien fait».

Notre Francine nous a offert plus qu'un service hors pair : elle nous a fait le plaisir de sa belle personnalité, de son humour fin, de sa quiète assurance et de son agréable sourire.

Merci Francine pour tout ce que tu nous as apporté !

Nous lui souhaitons une vie heureuse et prospère ! Beaucoup de bonheur avec Pierre son compagnon, ainsi que ses enfants et petits-enfants.



Un avenir plein de saveur...

L'industrie alimentaire canadienne et nous – un tandem de choc.

Depuis plus de 7 ans, le CCIA combine l'expertise en RH et la connaissance de l'industrie pour offrir, à vous-même et à votre commerce d'alimentation, des outils intelligents, pratiques et spécialement conçus. Une combinaison évidente et parfaite pour les épiciers canadiens!

Nous voulons que tout le monde le sache! C'est pourquoi nous changeons de nom pour devenir le Conseil canadien des RH du secteur de l'alimentation (CCRHSa). Et comme nous cherchons surtout à proposer des solutions au personnel traitant avec les clients, il était tout naturel de baptiser notre gamme de produits et services En première ligne^{MC}.

Nous sommes tout particulièrement fiers d'annoncer le lancement de notre nouvelle Formation en première ligne, une approche juste à temps, abordable et cohérente, conçue pour former en ligne le personnel de première ligne du Canada. Notre premier module, sur les pratiques de travail sécuritaires, sera disponible le 25 avril 2010.

Pour de plus amples renseignements, veuillez appeler le 1-888-624-3060 ou visiter www.cghrc.ca. Venez découvrir ce qui fait de nous votre partenaire idéal!



Canadian Grocery HR Council
Conseil canadien des RH du
secteur de l'alimentation



Building a vibrant workforce and rewarding careers
Cultiver une main-d'œuvre passionnée et des carrières gratifiantes

Le système de consignation

C'est efficace ici et ailleurs!

La consigne publique est implantée au Québec depuis 1984 et représente un outil efficace qui permet d'assurer le recyclage des contenants à remplissage unique de bière et de boissons gazeuses. Mais le Québec ne fait pas bande à part au pays, car la plupart des provinces canadiennes appliquent, elles aussi, une consigne sur leurs contenants à remplissage unique. Voyons cela d'un peu plus près...

Huit provinces sur 10 ont un système de consignation. Seules l'Ontario et le Manitoba effectuent la récupération des CRU de boissons gazeuses au moyen de la collecte sélective municipale. L'Alberta, la Colombie-Britannique, le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, la Saskatchewan et Terre-Neuve, appliquent une consigne à tous les contenants de boissons. Fait intéressant : seule la province de l'Alberta applique une consigne sur les contenants de lait et de ses produits dérivés.

Si les contenants à remplissage unique font désormais partie du quotidien des Québécois depuis plusieurs années, ce type de produit était à toute fin pratique inexistant à l'Île-du-Prince-Édouard entre 1997 et 2008! En effet, seuls les contenants à remplissage multiple étaient en circulation. Mais, depuis 2008, cette province a modifié sa loi afin de laisser libre cours à la vente de CRU. Le consommateur peut maintenant retourner ses contenants vides vers un centre de dépôt ou à l'épicerie et se faire rembourser le montant intégral de la consigne.

En Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve, le système de consignation diffère de chez nous. Ainsi le consommateur qui achète une boisson dans un contenant à remplissage unique se fera rembourser que la moitié de la consigne payée, tandis qu'il recevra le montant intégral sur le retour de contenants à remplissage multiple. Une mesure qui vise à inciter le consommateur à acheter des contenants à remplissage multiple.

Chez nos voisins du Sud

Après les années d'après guerre, les Américains avaient accès presque uniquement à des contenants à remplissage multiple. Progressivement, à partir des années 1980, les trois quarts des contenants étaient devenus à remplissage unique. En 2002, seulement 2 % des contenants sont à remplissage multiple.

Dans plusieurs états américains, la récupération des contenants se fait à l'aide de la collecte sélective. Toutefois, 11 états américains regroupant 85 millions de citoyens ont recours à la consigne pour la récupération de leurs contenants de boissons. Reconnue pour ses préoccupations environnementales, la Californie applique également une consigne depuis 1987.

Qu'en est-il dans les pays d'outre-mer

Les Européens, quant à eux, se sont dotés de mesures incitatives pour favoriser l'industrie à utiliser presque exclusivement des contenants à remplissage multiple; ces produits occupent désormais 97 % du marché. La Belgique, la Finlande et la Norvège ont instauré pour leur part une taxe verte sur les CRU consignés, tandis que le Danemark les a tout simplement... interdits. De façon générale, les législations du vieux continent sont plus sévères que celles de l'Amérique du Nord.

Implanté sur tout le territoire québécois, le système de consignation des contenants à remplissage unique (CRU), est assurément un outil économique et environnemental efficace qui répond aux besoins actuels de la société québécoise.

OPTER



Volet supermarchés

Le programme d'optimisation en réfrigération (**OPTER**)* :

DU SOUTIEN TECHNIQUE ET UNE AIDE FINANCIÈRE POUVANT ATTEINDRE 125 000 \$!*

OPTER s'adresse à vous, **propriétaires de systèmes de réfrigération** exploités dans les supermarchés, qui voulez **réduire votre facture d'énergie** et contribuer à la **diminution des émissions de gaz à effet de serre** !

COMMENT ?

- Réduisez la quantité de réfrigérants utilisée grâce à la mise en place de boucles secondaires.
- Favorisez l'utilisation de réfrigérants plus écologiques.
- Mettez de l'avant une approche d'intégration des systèmes de réfrigération, de chauffage et de ventilation.

Vous envisagez un projet d'optimisation de vos systèmes de réfrigération ?

Renseignez-vous sur OPTER !

aee.gouv.qc.ca | 1 877 727-6655



*Le programme OPTER est financé dans le cadre de l'action no 1 du Plan d'action 2006-2012 sur les changements climatiques (PACC).

**Certaines conditions s'appliquent.

**Agence de l'efficacité
énergétique**

Québec





À la mémoire de **François Lecompte** **1925-2010**

C'est avec tristesse que nous avons appris le décès de M. François Lecompte, le 1^{er} mars dernier à l'âge de 84 ans et 11 mois.



Vétéran de la deuxième guerre mondiale, M. Lecompte entre dans « La marine canadienne » en 1943 à l'âge de 17 ans. Après la 2^e guerre mondiale, il joint la compagnie Quaker Oats à titre de « voyageur de commerce ». Il y travailla pendant 43 ans jusqu'à sa retraite en 1989.

François Lecompte a été très actif au sein de l'A.D.A., dont il a déjà assumé la présidence de la section des membres-fournisseurs.

Les membres du conseil d'administration et l'équipe de l'A.D.A. tiennent à témoigner leurs plus sincères condoléances à toute la famille et aux proches de M. Lecompte.

Nous lui sommes reconnaissants pour sa contribution à la cause des détaillants propriétaires.



**Tout le monde
a des besoins
différents.**

**L'art de contrôler
les coûts en assurance
collective tout en
maintenant les
bénéfices requis.**

La solution miracle à vos problèmes

d'assurance collective 1-877-315-8172

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

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



ASSURANCES SÉGUIN SERVICES FINANCIERS
5125 Du Trianon, bureau 308
Montréal (Québec) H1M 2S5

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

47^e

tournoi de golf annuel de l'A.D.A.

**DERNIÈRE
CHANCE**

25 mai 2010

NOUVEAUTÉ 2010

Club de Golf ELM RIDGE de l'Ile Bizard

Une CHANCE UNIQUE

de jouer sur un des plus beaux
parcours de championnat au Canada

C'est avec enthousiasme que
l'A.D.A. vous invite au **prestigieux**
Club de golf ELM RIDGE.

Fondé en 1924 le Club de golf
ELM RIDGE est devenu au
fil des ans l'un des clubs les
plus **renommés** au Canada.

ENDROIT

Club de golf Elm Ridge
851 Chemin Cherrier, Ile Bizard

HORAIRE

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

COÛT

FOURSOME : 1 250 \$ (plus taxes)

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

JOUEUR INDIVIDUEL : 350 \$ (plus taxes)

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

DÉTAILLANT MEMBRE A.D.A. : 225 \$ (plus taxes)

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

SOUPER : 125 \$ (plus taxes)

comprend : cocktail et souper

Formulaire d'inscription



Compagnie

Adresse

Représentant : Nom

Courriel

Tél.

Télec.

Noms des joueurs QUATUOR 1 (fournisseur)

Quatuor (fournisseur)		x 1 250 \$ =	
Joueur individuel (fournisseur)		x 350 \$ =	
Détaillant Membre A.D.A.		x 225 \$ =	
Souper		x 125 \$ =	

Noms des joueurs QUATUOR 2 (fournisseur)

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

1	
2	
3	
4	

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

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



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

Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 17 mai 2010. Aucun remboursement après cette date.

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

L'avenir de la formation est en ligne

La formation traditionnelle est souvent une tâche qui absorbe du temps, qui exige des documents imprimés et qui occasionne des frais de déplacement et d'autres coûts liés aux exposés ou à l'aménagement de salles de classe. Il y a aussi des documents à organiser, des examens à planifier et des certificats à émettre — sans compter les coûts élevés liés à la productivité lorsque plusieurs employés doivent s'absenter de leur travail en même temps. De plus, les entreprises qui connaissent un taux de roulement élevé pourraient devoir organiser plusieurs séances de formation par année.

Dans le secteur de l'épicerie offrant un service 24 heures sur 24, 7 jours sur 7, dont les budgets sont serrés et les ressources sont modestes, la formation assistée par ordinateur (p. ex., sur CD-ROM, en réseau, par intranet ou Internet) est une solution idéale pour offrir une formation juste-à-temps aux employés sans les coûts importants, les inconvénients et la perte de productivité liés aux méthodes de formation traditionnelles.

Lorsqu'on prend en considération les sommes énormes investies dans le perfectionnement des employés, il est important de trouver d'autres méthodes qui permettront d'obtenir le meilleur taux de rentabilité possible.

Selon *Training Magazine*, les organisations peuvent économiser de 50 à 70 pour cent en passant de la méthode traditionnelle de formation en classe à un programme en ligne. Les résultats d'une étude réalisée en 2009 par William Horton Consulting inc., intitulée « Estimating return on investment for a web-based training course » (estimation du rendement du capital investi d'un cours de formation sur le Web), révèlent qu'un programme de formation en classe de dix séances pour 200 apprenants coûterait environ 28 000 \$, alors qu'une formation en ligne ne coûterait que 8 500 \$, soit une économie de 30 pour cent. Par ailleurs, selon *Training and Development Magazine*, les séances de cyberformation permettent aux utilisateurs d'apprendre 50 pour cent plus rapidement que par les cours traditionnels, ce qui permet de réduire des coûts de main-d'œuvre associés à la formation.

Partout dans le monde, des organisations utilisent cette méthode de formation, car elle est mieux adaptée aux modes de vie de leurs employés et elle permet aux employeurs de donner de l'avancement aux employés qui ont suivi la formation, relevant ainsi la barre de la compétence et favorisant une main-d'œuvre plus productive et efficace.

Il est possible d'atteindre ces résultats, car les outils sont autonomes, permettant ainsi aux employés d'apprendre à leur propre rythme et de gérer les « où, quand et comment » de leur apprentissage. De plus, le message transmis est uniforme, permettant aux employés de comprendre le sujet plus facilement et aux gestionnaires de se tenir au courant des cours offerts et des horaires, ou d'assigner la formation au personnel et de suivre leurs progrès et résultats.

Les coûts de formateur, les obstacles liés au temps et aux locaux, et les cauchemars logistiques de

planification disparaissent pour laisser place à l'accessibilité et au divertissement propres à un environnement interactif qui marie les aspects audio et vidéo afin d'offrir aux apprenants une expérience de formation complète.

Les employés sont possiblement moins intimidés par la formation assistée par ordinateur que par la formation en classe, ce qui représente un important avantage. L'anonymat uniformise les règles du jeu pour les employés et élimine les préjugés, ce qui leur permet de réfléchir plus longtemps à leur réponse et de suivre le cours lorsqu'ils sont le plus alertes et au moment qui leur convient.

D'un autre côté, il existe une difficulté potentielle pour les apprenants qui ne sont pas à l'aise avec les ordinateurs; cette situation touche particulièrement les travailleurs plus âgés et les nouveaux arrivants. Cependant, cet écart se rétrécit rapidement et, étant donné que la main-d'œuvre est composée à 42 % de travailleurs âgés de 15 à 24 ans, la plupart nés clavier et souris en main, un grand pourcentage des travailleurs du secteur de l'épicerie sont suffisamment à l'aise pour suivre ce type de formation et capables d'aider et d'encadrer ceux qui ne le sont pas.

Afin d'aider les détaillants de l'alimentation du pays à se prévaloir d'une technologie de cyberformation adaptée au secteur, et ce, à un coût abordable, le Conseil canadien des RH du secteur de l'alimentation (CCRHSA), anciennement connu sous le nom de Conseil canadien de l'industrie de l'alimentation (CCIA), se prépare à lancer son propre programme de cyberformation sous la bannière En première ligne, ainsi que son premier cours de formation en ligne sur les **pratiques de travail sécuritaires** propre à l'industrie de l'alimentation. Les cours

de formation sont composés de modules, chacun pouvant être achevé en 15 à 25 minutes, convenant parfaitement aux pauses et servant à limiter l'absence du poste de travail.

Le système de gestion allégée du CCRHSA permet également aux gestionnaires de magasin et aux superviseurs de suivre le progrès des employés et de tenir des dossiers sur la formation, ce qui est idéal pour démontrer leur diligence raisonnable lors des inspections règlementaires et mettre en évidence les occasions d'encadrement pour les employés. Le programme de cyberformation En première ligne sera lancé lors du Grocery Showcase West de Vancouver, C.-B., le 25 avril 2010 et sera offert en ligne le même jour sur le nouveau site Web du Conseil — www.cghrc.ca/elearning.

Un deuxième cours sur la **manipulation hygiénique des aliments** sera lancé à l'automne 2010, et les deux cours seront présentés lors du Congrès annuel de l'A.D.A. qui aura lieu à Montréal du 12 au 14 novembre 2010.

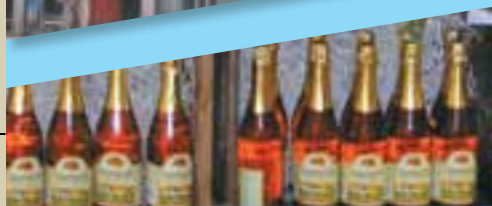
Pour la sécurité des employés et des consommateurs, ces deux sujets de formation sont essentiels pour les nouveaux employés. C'est avec plaisir que le CCRHSA offre à l'industrie de l'alimentation canadienne une solution de cyberformation abordable, uniforme et juste-à-temps qui répond à ces besoins.

Le portail de cyberformation est entièrement personnalisable pour les organisations qui se procurent une licence annuelle. Vous pouvez ajouter votre logotype ainsi que les couleurs et les polices propres à votre marque, au système. Vous pouvez également intégrer les cours à l'infrastructure d'un portail de cyberformation existant.



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.



Budget provincial



Hausses de tarifs et coupures dans les ministères à prévoir!

Les Québécois ont eu droit au budget-choc que les analystes annonçaient depuis un certain temps. En effet, le premier budget Bachand est très ambitieux et vise l'atteinte de l'équilibre budgétaire dès 2016, principalement par la hausse de différents tarifs. Les contribuables feront les frais de 31 % des efforts, les entreprises 7,1 % et l'appareil public le reste; ce sera difficile et cela pourrait signifier la disparition de certains programmes visant notre secteur. Notons que les entreprises doivent déjà faire face aux hausses subséquentes du salaire minimum, dont celle à venir en mai 2010 qui le portera à 9,50 \$, qui n'est pas comprise dans ce budget, mais que les entreprises devront assumer seules.

Voici quelques mesures du budget qui toucheront les détaillants alimentaires québécois, leurs fournisseurs ou encore leurs partenaires :

Lutte à la contrebande

Québec investit 2 millions pour contrer la contrebande de cigarettes, qui a entraîné des pertes fiscales évaluées à 300 millions de dollars pour 2008. Une nouvelle escouade régionale mixte coordonnée par la Sûreté du Québec sera mise en place en Montérégie, notamment dans la région de Valleyfield. Son mandat sera, entre autres, d'intercepter les produits de contrebande en provenance des États-Unis. On veut aussi lancer **davantage d'enquêtes sur les petits réseaux de contrebande qui seront réalisées par les policiers dans les municipalités du Québec les plus touchées par le phénomène. L'A.D.A. est donc optimiste que le projet VITAL, dont elle est partenaire, fasse de nouveaux petits après Laval, St-Jérôme et Montréal.**

Eau

Les entreprises consommant 75 mètres cubes d'eau ou plus par jour devront payer une taxe de 0,0025 \$ par mètre cube lorsque l'eau est « utilisée dans le processus de production » et de 0,07 \$ par mètre cube lorsqu'elle entre dans la composition des produits. Les secteurs agricole et institutionnel seront exemptés, tout comme les particuliers. Le gouvernement espère ainsi récolter 8,5 millions par an, somme qui sera versée dans le Fonds vert.

Électricité

Une nouvelle taxe s'ajoute à la hausse des tarifs d'électricité qui entrera en vigueur en 2014, car si les grandes entreprises énergivores qui bénéficient du tarif L sont exemptées, ce n'est pas le cas pour **les 200 000 PME du Québec qui verront aussi leur facture d'électricité s'accroître.** Québec prévoit même que la moitié du 1,6 milliard qui sera récupérée avec cette croissance de tarifs entre 2014 et 2018 proviendra des entreprises.

Essence

Québec autorise, à partir de 2010-2011, **la majoration du taux de la taxe sur l'essence dans la région de Montréal et de Québec d'un maximum de 1,5 ¢ le litre pour le financement du transport en commun, si les deux villes en font la demande.** Les revenus attendus par cette majoration atteindraient 53 millions de dollars pour la ville de Montréal et 10,5 millions de dollars pour la ville de Québec.

Services publics

Du côté des dépenses gouvernementales, Québec gèle les salaires du premier ministre, des ministres et des députés pour deux ans, à l'instar du gouvernement fédéral. **La fonction publique voit sa masse salariale aussi gelée, et ce, jusqu'en 2013-2014.**

Parmi les autres mesures figurent la suspension des primes de rendement des hauts dirigeants, une réduction de 10 % des dépenses administratives d'ici quatre ans, celle de 25 % des coûts de publicité, de formation et de déplacement ou encore la révision des programmes gouvernementaux. **Une trentaine d'organismes seront abolis ou fusionnés**, tandis que Revenu Québec deviendra l'Agence de revenu du Québec. Le remplacement d'un départ à la retraite sur deux est maintenu.

Frais transactionnels

Le Bureau de la concurrence refuse le changement de statut d'Interac

Ottawa, le 12 février 2010 – Interac devra, pour le moment, demeurer sans but lucratif, puisque le Bureau de la concurrence n'est pas d'avis que la suppression de la restriction touchant les activités à but lucratif d'Interac aurait des effets proconcurrentiels, ni qu'elle soit nécessaire pour permettre à Interac de demeurer concurrentiel. C'est une victoire importante pour l'A.D.A. et son partenaire pan-canadien CFG, qui avaient conjointement demandé au Bureau de préserver dans sa forme actuelle le mode de paiement le plus économique, tant pour les consommateurs que les détaillants du pays.

Voici un résumé des principaux points relevés dans cette décision :

- Le Bureau ne permettra pas à Interac de changer son statut d'organisme à but non lucratif pour celui d'une entreprise à but lucratif;

- Il permettra à Interac de changer sa structure de gestionnaire, mais ce changement devrait avoir peu de répercussions sur les frais d'opération;

- Les frais chargés aux marchands continueront d'être chargés en fonction des coûts encourus.



Le Ministre Flaherty ouvre la porte dans son budget

Ottawa, 4 mars 2010 - Le ministre des Finances Jim Flaherty a déposé son plus récent budget, ouvrant grande la porte à nos revendications relatives au contrôle des frais d'opération des systèmes de paiement électronique. Le budget revient sur son projet de code de conduite, dont la publication tarde toujours, en ces mots : « Adopter un code de conduite destiné à l'industrie canadienne des cartes de crédit et de débit et proposer des mesures législatives qui accorderont au ministre des Finances le pouvoir de réglementer, au besoin, les pratiques des réseaux de cartes de crédit et de débit sur le marché. »

Par ailleurs, la période de commentaires du Code de conduite a pris fin le 18 janvier 2010; le gouvernement a reçu des commentaires d'un grand nombre de parties prenantes. Le Code sera publié peu de temps après sa rédaction finale aux fins de son adoption par les réseaux de cartes de crédit et de débit et leurs participants. Voici un résumé des trois différentes mesures qu'entend apporter

le gouvernement conservateur, qui s'ajouteront au Code et à la décision récente du bureau de la concurrence relativement à Interac :

1. SURVEILLANCE DU CODE

Modifier le mandat de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) afin de lui permettre de surveiller le respect du Code.

2. POUVOIR RÉGLEMENTAIRE

Le gouvernement proposera également des mesures législatives qui accorderont au ministre des Finances le pouvoir de réglementer les pratiques d'affaires des réseaux de cartes de crédit et de débit et des intervenants qui en font partie, le cas échéant.

3. GROUPE DE TRAVAIL INDÉPENDANT

Mettre sur pied un groupe de travail indépendant chargé de procéder à un examen complet du système de paiement et de soumettre des

recommandations au ministre des Finances. Le groupe de travail examinera ce qui suit : la sûreté, la solidité et l'efficacité du système de paiement; si le système fait l'objet de suffisamment d'innovations; le paysage concurrentiel; si les entreprises et les consommateurs sont bien servis, et si les mécanismes actuels de surveillance du système sont adéquats. Le groupe de travail, qui sera appuyé d'un secrétariat, devrait être mis sur pied au printemps de 2010 et faire rapport au ministre des Finances à la fin de 2011.

Nous attendons donc la version finale du Code, qui nous l'espérons mettra de l'avant des mesures efficaces pour ralentir la courbe inflationniste des frais de transaction électronique. Les cartes ne devraient pas avoir pour effet d'influencer à la hausse le prix des produits et services au Canada, mais plutôt demeurer des options de paiement intéressantes tant pour les consommateurs que les détaillants.

Alcool

Hausse indécente des prix coûtants de la bière

Comme chaque année, la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) a ajusté le prix plancher de la bière d'un montant équivalent à l'indice des prix à la consommation, mais en cette période de turbulence économique, cet indice ne rend pas justice à la hausse des coûts d'opération des commerces, soit 0,3 % en 2010. Ainsi, le prix minimum au détail pour une caisse de 24 bouteilles de bière (5 %) n'augmente que de 7 cents pour atteindre 23,43 \$, alors que les deux principaux brasseurs majorent la même caisse de 61 cents, pour atteindre un prix coûtant de 30,95 \$.

Si l'an dernier l'importante hausse du prix des céréales et des prix du carburant pouvait expliquer en partie la hausse des coûts des brasseries, cette fois-ci, il est beaucoup plus difficile de comprendre cette nouvelle saignée. Le Comité bière de l'A.D.A. a donc sollicité une seconde rencontre en quelques mois avec les représentants des brasseries pour arriver à élucider la question.



L'A.D.A. entend également multiplier les rencontres avec les différents intervenants concernés pour trouver un moyen d'atténuer l'utilisation

de la bière comme produit d'appel. L'option d'interdire la publicité des prix de la bière semble toujours la principale option à privilégier, mais compte tenu de la situation qui continue de se détériorer d'année en année, le Comité bière est prêt à considérer toutes les options.

Exemples de l'évolution de la profitabilité d'une caisse de 24 bouteilles

	Prix Minimum	Prix Coûtant	Écart
4 % a/v 2009	21,32 \$	30,34 \$	- 9,02 \$
	+ 0,06 \$	+ 0,61 \$	
2010	21,38 \$	30,95 \$	- 9,63 \$
5 % a/v 2009	23,36 \$	30,34 \$	- 6,96 \$
	+ 0,07 \$	+ 0,61 \$	
2010	23,43 \$	30,95 \$	- 7,52 \$

Boissons de malt



Peu importe les problèmes soulevés par l'ensemble de l'industrie, le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE) entend aller de l'avant avec ses nouvelles dispositions réglementaires sur les boissons alcooliques composées de bière. Le règlement a d'ailleurs été publié dans la *Gazette officielle* du 3 mars 2010.

Alors qu'il aurait été si simple de seulement hausser le niveau de taxation des boissons fortes en alcool (plus de 11,9 %) et d'interdire certaines appellations ou dénominations pour certains produits problématiques, le MDEIE semble convaincu de la nécessité de modifier la définition des bières, laissant ainsi place à une interprétation ultérieure dangereuse. Malgré l'assurance des fonctionnaires en place, certains produits, qui selon les interprétations du règlement pourraient ne plus être définis comme des bières, ne pourraient alors plus être distribués en épicerie. Comme nous l'avons vécu dans le cas du permis d'alcool de Costco, l'interprétation des règlements change, avec ou sans l'appui des fonctionnaires.

Il nous apparaît toujours fort malheureux que, tant au fédéral qu'au provincial, on ait tenté de nous faire croire que la protection des mineurs était en péril, alors qu'il est évident que l'enjeu principal était plutôt la protection du marché des distillateurs.

Fermeture de la brasserie Lakeport

Le brasseur Labatt a annoncé mardi la fermeture de sa brasserie Lakeport, qu'elle avait achetée en 2007, à Hamilton en Ontario, à compter du 30 avril, ce qui coûte leur emploi à 143 personnes. La production de la bière Lakeport sera déplacée vers London, aussi en Ontario, à compter du 30 avril. Cette décision survient alors que l'entreprise essaie de rehausser la rentabilité de cette marque de bière bon marché, pionnière du créneau « buck-a-beer », qui semble-t-il lui aura finalement coûté la peau. Établie depuis 1946 sur la rue Burlington, Lakeport avait été la première brasserie indépendante à voir le jour en plusieurs décennies en Ontario.

Table de développement du secteur brassicole

La Table a tenu sa première rencontre en plus d'un an à la mi-mars. Bien que ses membres ne se soient pas réunis, certains dossiers ont beaucoup progressé, comme par exemple l'étude sur le houblon et le malt québécois, dont le financement est complété et l'offre de service devrait être lancée. Le développement brassicole québécois se fait bien sûr par le savoir-faire de ses maîtres brasseurs, mais devrait également se manifester par l'utilisation d'intrants cultivés ici. Maintenant que cette étude est lancée, la Table entend mettre plus d'énergie dans la dimension promotion et marketing et la mise en place d'un comité de travail où l'expertise des détaillants sera mise à contribution. Plus de détails à venir.



Mettre fin aux attaques contre les «vins de dépanneur»!

C'est fréquent, des journalistes ou encore des commentateurs de tout acabit dénigrent allègrement les « vins de dépanneur » qui sont pourtant sélectionnés, accrédités et dont le prix minimum est même fixé par la SAQ. Bien qu'ils aimeraient pouvoir offrir une plus grande variété de produits, les dépanneurs et épiciers sont victimes du système étatique de la mise en marché des alcools au Québec, qui les restreint à vendre ce qu'on leur permet. Nous avons bien essayé de pouvoir identifier les cépages sur nos produits, ou encore de vendre les alcools artisans québécois, mais chaque fois, les juristes du gouvernement s'y sont opposés.

S'il est vrai que la variété est restreinte, il faut tout de même admettre que l'étiquette « vins de dépanneur » ne devrait plus être synonyme de piètre qualité, puisque nos fournisseurs ont fait des efforts importants pour introduire de meilleurs produits sur nos rayons, notamment de nouveaux AOC, néanmoins restreints à 8 (encore une fois) par règlement.

Des commentaires comme ceux tenus par la sommelière Élyse Lambert à l'émission *Tout le monde en parle* du 14 mars dernier à l'effet que le « vin de dépanneur » n'est pas bon, qu'il vaut mieux y acheter de la bière, n'ont pas leur place. Au lieu de dénigrer nos réseaux de vente, nos sommeliers de renom et leurs représentants devraient militer avec nous pour améliorer la qualité et la représentativité des produits de chez nous dans ces mêmes réseaux de vente. Gagner sa vie à faire la promotion d'excellents produits étrangers, c'est bien, mais donner un coup de pouce au développement des structures de production et de distribution québécoise serait encore un peu mieux!

Environnement

Un autre pas vers la compensation à 100 % de la collecte sélective par les entreprises

Québec, le 17 mars 2010 - La ministre du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs, Mme Line Beauchamp, a déposé le projet de loi 88 afin d'augmenter graduellement à 100 % le taux de la compensation versée aux municipalités par les entreprises pour la collecte sélective des contenants, des emballages, des imprimés et des journaux. Ainsi, la portion de la collecte sélective assurée par les entreprises génératrices d'emballages passerait de 50 % à 100 %, sur une période de 5 ans, soit de 2011 à 2015.

Tel que nous l'expliquions dans notre mémoire déposé plus tôt cette année, nous aurions préféré le maintien du principe de partenariat et de responsabilité partagée de l'industrie avec les municipalités, mais la ministre ne semble pas vouloir remettre en question ce choix. « *Je suis convaincue qu'une plus grande participation des entreprises au financement de la collecte sélective favorisera l'écoconception et la réduction des emballages et qu'elle aura pour effet d'augmenter le taux de récupération des matières recyclables. Il importe que ces matières ne soient plus enfouies et qu'on les envoie dans les centres de tri afin de créer de la richesse et des emplois dans toutes les régions du Québec* », mentionnait la ministre par voie de communiqué.

Éco Entreprises Québec (ÉEQ) s'est dite heureuse de constater que les principes d'efficacité et de performance des programmes, défendus par l'organisme, sont reconnus par le gouvernement et intégrés dans la législation. Cet encadrement diminue les coûts par tonne de matières récupérées et favorise l'augmentation des quantités. Par contre, ÉEQ affirmait que la compensation, par l'industrie, doit se limiter aux coûts nets efficaces et performants de collecte, transport, tri et conditionnement des matières recyclables qu'elle représente et s'oppose au remboursement de frais de gestion municipaux additionnels, considérant que cela déresponsabiliserait les municipalités.

Du côté des municipalités, grand bénéficiaire de cette nouvelle politique, on cache mal notre joie, puisqu'on juge inacceptable le report à 2015 de la concrétisation de l'engagement gouvernemental d'offrir aux municipalités une compensation à 100 %.

Les audiences publiques sur ce projet de loi devraient être restreintes et expéditives. En effet, à l'heure de tomber sous presse, il semblerait que seulement quelques groupes seraient entendus sur deux jours, les 13 et 14 avril prochain. Il nous est toujours impossible de savoir si l'A.D.A. sera du nombre.



100 %

50 %

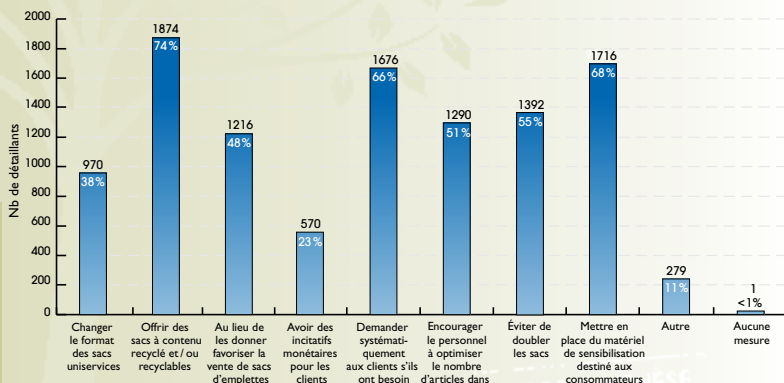
Environnement

Bilan intérimaire 2009 : Code sur les sacs d'emplètes uniservices

Au terme de la première année de l'application du Code volontaire de bonnes pratiques sur l'utilisation des sacs d'emplètes, les partenaires du Code s'entendent pour dire que les résultats obtenus démontrent la ferme volonté des détaillants et des associations qui les représentent d'agir pour réduire la quantité de sacs d'emplètes uniservices mis en circulation au Québec. Avant même l'adoption du Code, plusieurs détaillants avaient déjà mis en place des mesures, et depuis la réalisation de ce sondage, d'autres ont emboîté le pas.

Outre l'offre d'alternatives aux sacs d'emplètes uniservices, plusieurs mesures ont été mises en place par les détaillants. En effet, près des trois quarts offrent des sacs à contenu recyclé ou recyclables et 68 % disent avoir mis en place du matériel de sensibilisation pour leur clientèle. Une majorité d'entre eux (66 %) demande systématiquement aux clients s'ils ont besoin d'un sac. Par ailleurs, près de la moitié (48 %) vendent les sacs d'emplètes uniservices plutôt que de les donner.

3. Quelle(s) mesure(s) avez-vous mis en place?



Note : À cette question, les répondants pouvaient sélectionner plus d'une réponse.

Faits saillants :

- Près de 99 % des 2 522 détaillants visés par le sondage ont fait des efforts pour réduire le nombre de sacs d'emplètes uniservices distribués;
- 90 % des détaillants offrent des sacs réutilisables;
- Près de trois répondants sur quatre ont entendu parler du Code volontaire de bonnes pratiques sur l'utilisation des sacs d'emplètes.

Les initiatives entreprises provoquent des changements de comportements significatifs au sein de la population québécoise en faveur de la protection de l'environnement. Au cours de la prochaine année, les signataires du Code comptent poursuivre la promotion de celui-ci auprès des détaillants. Les partenaires du Code continueront à documenter les initiatives prises par les détaillants et en évalueront de façon plus détaillée les retombées.

Agroalimentaire

Du Lait de l'Outaouais chez les indépendants!

La Laiterie de l'Outaouais a présenté la liste des détaillants qui distribueront le Lait de l'Outaouais dès le début de la production, en mai prochain. « Notre présence sur les tablettes, on la doit à la mobilisation des citoyens, et aussi à l'ouverture des détaillants indépendants de la région. » a expliqué Maxime Pedneaud-Jobin, président de la Coopérative des consommateurs de la Laiterie de l'Outaouais. Une vingtaine de détaillants de la région se sont déjà engagés à offrir les produits de la Laiterie dès qu'ils seront disponibles. La liste est disponible en ligne au www.laiterieoutaouais.ca.

C'est Isabelle Tassé, présidente de la régionale Outaouais de l'Association des détaillants en alimentation du Québec qui a pris la parole au nom des épiciers « Comme co-proprétaire d'un supermarché de la région, j'ai envie de contribuer à l'essor de l'économie régionale : je pense que d'offrir des produits locaux à nos clients et de s'associer à la laiterie de l'Outaouais, c'est une excellente façon de participer à la construction de l'Outaouais ! ».

Pour différentes raisons, le Lait de l'Outaouais ne sera pas disponible partout, dès les débuts de la production. « On va commencer doucement, pour être bien certains d'offrir des produits de qualité dès le départ » soutient Georges Émond, PDG de la Laiterie. Il s'agit d'une première phase : « Nous sommes très satisfaits de commencer avec des partenaires solides, qui nous ont reçus avec beaucoup d'enthousiasme, » souligne M. Émond. « Nous poursuivons nos démarches, et d'autres détaillants vont s'ajouter rapidement. Des discussions sont déjà en cours avec les grandes chaînes afin que les magasins corporatifs offrent les produits de la Laiterie de l'Outaouais. Les détaillants qui sont impatients d'offrir le Lait de l'Outaouais peuvent nous contacter dès maintenant! »

Rappelons que la Laiterie de l'Outaouais est née suite à la fermeture de la Laiterie Château, grâce à la mobilisation des citoyens de l'Outaouais. L'usine de 13 500 pieds carrés a été construite au coût de 3 millions \$. Les installations permettront la pasteurisation, l'homogénéisation, l'embouteillage et la distribution de 10 millions de litres de lait, de lait au chocolat et de crème. La laiterie créera une quinzaine d'emplois, en plus des distributeurs.



Isabelle Tassé, présidente de la régionale Outaouais de l'A.D.A. et les principaux dirigeants de la Laiterie ainsi que plusieurs des détaillants de l'Outaouais qui distribueront le Lait de l'Outaouais dès le début de la production.

Pour que leur **PREMIER EMPLOI** ne soit pas le dernier...

Au Québec, chaque année, près de 20 000 jeunes de 24 ans ou moins sont blessés, mutilés ou tués au travail. **Chaque jour, 55** subissent un **accident du travail**, **chaque semaine, 2** sont **amputés** et **chaque mois, un jeune meurt** dans le cadre de son emploi.

Plusieurs facteurs expliquent ces accidents, mais il ne fait aucun doute que le manque d'information, de formation et de supervision constitue une cause importante.

Vous embauchez des jeunes travailleurs ?

La CSST vous offre **GRATUITEMENT** les services de son **ESCOUADE JEUNESSE** pour organiser une activité de sensibilisation qui vise à renforcer vos efforts en matière de prévention des accidents du travail. Rien de mieux que de faire appel à des jeunes pour parler à d'autres jeunes.

Former et superviser les jeunes, c'est payant !

Pendant la période estivale, des milliers de jeunes entrent sur le marché du travail. Prendre le temps de leur donner toute l'information nécessaire pour qu'ils puissent accomplir leurs tâches de façon efficace et sécuritaire dès leur premier jour de travail est essentiel. En plus de prévenir les accidents, d'éviter des coûts inutiles et des pertes de temps dans votre entreprise, cela vous permet d'avoir une main-d'œuvre efficace et productive plus rapidement.

L'Escouade jeunesse

Faire appel à des jeunes pour parler

- À qui?** À des groupes d'une dizaine de travailleurs de 24 ans ou moins.
- De quoi?** Des statistiques sur les accidents du travail chez les jeunes, des risques liés au travail et des mesures de prévention, des rôles et des responsabilités des travailleurs et des employeurs.
- Comment?** Par une présentation interactive de 30 minutes faite par deux membres de l'Escouade.
- Quand?** De la mi-mai au début d'août.
- Où?** Dans votre milieu de travail, dans la plupart des régions du Québec.



DCP300-022-1 (2010-03)

www.jeunesautravail.com

escouade.jeunesse@csst.qc.ca

1 866 302-CSST (2778)

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

Pourquoi avoir recours à un conseiller financier

Malgré toutes vos connaissances en placement, l'évolution rapide des marchés demande un suivi constant, du temps et des connaissances. Vous devez donc considérer l'aide d'une personne compétente pour vous aider à atteindre vos objectifs. Lorsque vient le temps de faire un testament, vous n'hésitez pas à faire appel au service d'un notaire. Il en est de même pour faire votre déclaration d'impôt, le comptable a des connaissances à jour que vous reconnaissez et des compétences pour vous aider à produire votre déclaration dans les règles de l'art.

Voici un guide d'entrevue pour la sélection d'un conseiller financier qui vous accompagnera à travers de nombreuses années.

Pour mieux apprécier votre conseiller posez-lui des questions

Prenez le temps de bien préparer l'entretien avec les questions qui vous préoccupent, vous êtes à la recherche du meilleur fit possible. Ses valeurs doivent ressembler aux vôtres. Dans cette recherche, fiez-vous à votre instinct car vos besoins sont différents de ceux de vos amis et nous ne réagissons pas de la même façon face aux mêmes événements.

Quels sont les services offerts par votre conseiller

Sa façon de collaborer avec ses clients, sa philosophie, son approche avec ses clients et dans la composition du portefeuille, faites-le parler sur le profil de ses clients, vous ressemblent-ils ?

Quel est son degré d'expérience

Le nombre de clients qu'il conseille, le nombre d'années en tant que conseiller. C'est un avantage d'avoir quelqu'un qui a connu au moins une période de récession en tant que conseiller.

Obtenez son profil de compétence

Demandez-lui une description de ses compétences, de sa formation académique et des compagnies pour lesquelles il a travaillé. Les désignations professionnelles démontrent un intérêt pour sa profession et son engagement pour servir sa clientèle. A-t-il les compétences dans les domaines que vous recherchez ?

Vérifiez: les licences (assurance, courtiers), les désignations (CFA, planificateur financier, gestionnaire, courtier plein exercice ou restreint) et dans certains cas les ordres professionnels (CA, CGA, Adm.A.)

Est-il inscrit auprès des organismes de réglementation

Vous pouvez vérifier son inscription. Un site utile : www.lautorite.qc.ca

Est-ce que le conseiller est indépendant ou doit-il vendre les produits de la firme qu'il représente

Assurez-vous que les choix qui vous conviennent seront respectés et qu'ils auront la flexibilité que vous exigez au moment de la disposition.

Type de rémunération du conseiller

Il n'y a pas de bonne ou de mauvaise formule, cela dépend de vos préférences. Votre conseiller est-il rémunéré selon un salaire, des commissions, à honoraires, ou une combinaison ? La transparence est importante. Quel est son intérêt ?

Combien coûtent le service et les produits

Le montant que vous payez doit représenter les services reçus et dépend aussi de ce qui compose votre portefeuille. S'agit-il d'un frais fixe, d'un pourcentage selon les actifs sous gestion, d'un honoraire, d'une combinaison. Y-a-t-il un tarif minimum ?

Ce que votre conseiller fera pour vous

Les responsabilités du conseiller consistent à faire les étapes suivantes:

- 1- L'évaluation de votre situation dans le cadre de votre tolérance au risque (rapport risque/rendement), cette démarche requière beaucoup de transparence de votre part car le conseiller formule ses recommandations et les hypothèses à partir de ce que vous lui confiez ;
- 2- L'élaboration d'une politique de placement qui tient compte de vos contraintes ;
- 3- La constitution du portefeuille, cette étape peut prendre plus ou moins de temps et peut s'échelonner sur une période de 6 à 18 mois selon le contexte économique et les sommes à investir
- 4- La gestion du portefeuille et le rééquilibrage
- 5- Les rencontres périodiques. N'hésitez pas à poser des questions. Votre conseiller appréciera l'occasion que vous lui donnez de vous répondre.
- 6- Il peut confirmer par écrit ce qu'il fera pour vous.

Règles

- Ne jamais émettre un chèque au nom personnel du conseiller.
- Assurez-vous que les valeurs de votre portefeuille soient en garde dans une institution reconnue. Quelque soit la grosseur du cabinet financier avec lequel vous décidez faire affaire, il doit y avoir une institution indépendante qui recueillera votre argent et qui vous fait parvenir un **relevé de portefeuille distinct**.

La relation avec votre conseiller repose sur un lien de confiance mutuelle.

Colette E. Bournival, Adm.A.

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

La morale de cette histoire... plus je regarde, plus je vois

Lors d'une enquête dans un commerce, qui montrait un manque à gagner de 50 000,00\$ en moins d'un an, la propriétaire m'a encore sorti l'éternelle;

"Non, non, non, écoutez madame...mes employés et moi on est comme les doigts d'une main. On se fréquente même en dehors du travail. Ce n'est pas eux qui volent, ici, on se fait confiance."

Quelques semaines plus tard, l'enquête montra que la presque totalité des employés avait librement abusé de la confiance de la propriétaire. Démolie, elle me posa la question;

**"Pourquoi est-ce que cela m'arrive-t-il?"
À ceci, je réponds;**

Une fois que vous avez accordé votre confiance à quelqu'un, il est toujours libre de la trahir ou de la respecter. Accorder sa confiance est une responsabilité qu'un propriétaire doit comprendre et assumer.

La confiance est à la base du travail collaboratif. Celui qui veut tout dominer et tout contrôler ne peut pas travailler avec d'autres. La seule organisation qui correspond à ce schéma est celle du camp de travail totalitaire.

La confiance est une contrepartie nécessaire de la liberté et du libre arbitre au sein des sociétés et il y a une part de risque à assumer lorsque l'on choisit de faire confiance. Le monde des affaires n'échappe pas à cette nécessité humaine.

Accessoirement, il existe un énorme business fondé sur la négation de ce risque, où toutes les façons de le repousser vers autrui, de ne pas l'assumer et même de l'assurer ... C'est l'autre côté du miroir de ce que l'on appelle la crise de confiance.

Lorsque l'on fait confiance et que l'autre trahit votre confiance, vous êtes responsable de l'éventuelle part inaccomplie. Ce fait est rarement accepté et trop souvent le blâme est complètement rejeté sur la personne qui a fait le choix conscient de la trahir.

Il y a par exemple une façon d'accorder sa confiance de façon aveugle dans le seul but de ne pas être responsable et de cultiver un état de victime. «Regardez ce qui m'arrive, je lui avais fait confiance et il m'a trahie !»

Finalement, ce que je tire de cette histoire et que je me permets très humblement de partager avec vous aujourd'hui est;

La confiance en affaire est un choix qui doit être éclairé et posé et non donné par gentillesse ou par grandeur d'âme. Comme celle donnée à notre ado, elle se construit lentement, à pas de bébé et on doit en douter régulièrement, la vérifier, nous prouver que nous avons raison de la lui donner, se rassurer. Prenez aussi la responsabilité qui vient avec le geste de la donner et comme tout investissement, suivez donc son évolution.

Pour de plus amples renseignements, n'hésitez pas à communiquer avec nous au 1 800 842-1911

Cynthia Breault
Consultante Groupe Conseil VCS

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.



Lanaudière

Goûtez Lanaudière! a lancé, au début du mois de mars 2010, la deuxième édition de son Répertoire. La campagne, à laquelle participent 24 détaillants en alimentation de la région, connaît un succès toujours grandissant. Le Répertoire, tiré à 40 000 exemplaires cette année, est remis aux consommateurs afin de les amener à connaître et à choisir des produits de la région de Lanaudière à mettre dans leur panier d'épicerie.

Des affiches-bannières suspendues avec des produits d'entreprises qui participent à la campagne et d'autres avec la mention « L'achat local, ça commence ICI » ont été installées chez les détaillants participants afin de maximiser l'impact de la campagne en magasin.

De plus, des affiches « Goûtez Lanaudière! Ici » ont aussi été installées chez les détaillants de la région afin d'augmenter le nombre de points de vente identifiés à plus de 60 d'ici la fin de l'année. Les commerces de taille intermédiaire et de petite taille qui offrent des produits identifiés à la campagne de Goûtez Lanaudière! seront alors identifiés comme tel.

L'édition remaniée du site internet de la campagne www.goutezlanaudiere.ca est également disponible. Vous pouvez nous contacter aux coordonnées disponibles sur ce site.



Montréal

Depuis le lancement du projet « **Show Gourmand-Ateliers de goûts urbain** » l'automne dernier, plusieurs détaillants de l'île de Montréal nous ont ouverts leurs portes afin de permettre aux transformateurs de l'île de se faire connaître de leur clientèle et nous tenons à les en remercier. Dans cet élan, nous aimerions rappeler ci-après les grandes lignes de ce projet si particulier.

Concrètement, le « Show Gourmand » consiste à mettre sur pied, dans différentes épiceries de l'île de Montréal, des kiosques permettant aux transformateurs de l'île de faire découvrir leurs produits aux consommateurs sous formes de **dégustations et de ventes des produits**.

Pour le détaillant, rien de contraignant, mis à part de libérer de l'espace et de permettre à des produits choisis d'être présentés au consommateur sous forme de dégustation. Le CIBIM fournit le reste : kiosque, ressource humaine, accessoires de dégustation et il suggère aux épiceries participantes une liste d'entreprises susceptibles d'être présentes.

Les détaillants qui y participent se distinguent déjà en mettant de l'avant l'achat local, à l'instar de la campagne provinciale « **Mettez le Québec dans votre assiette** », et si on y ajoute la valorisation de l'emploi local, la qualité

des produits présentés et un concept novateur, ils se différencieront avec cette approche originale.

Le Show Gourmand : **mode d'emploi pour les détaillants**

- 1- **En amont** : des bannières sur pied ou sous forme d'affiches sont présentes dans les épiceries une semaine avant l'événement pour sensibiliser les consommateurs.
- 2- **Dégustation** : des kiosques personnalisés aux couleurs de l'événement et des transformateurs participants favorisent une rencontre plaisante avec les consommateurs.
- On y trouve d'ailleurs de l'information sur les produits, des dégustations ainsi qu'un concept d'animation servant le fil conducteur.
- 3- **En aval** : par le biais du Show Gourmand, le CIBIM souhaite attirer l'attention des détaillants et transformateurs potentiels qui pourraient être intéressés à se joindre à l'événement.



Île de la Madeleine

Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine lance une nouvelle étiquette : Le Savoir-Faire des Îles de la Madeleine

Le *Bon goût frais des Îles de la Madeleine* lançait le 24 février dernier une toute nouvelle appellation : le *Savoir-faire des Îles de la Madeleine*. Représentée par un logo, où l'on voit une marmite, que l'on appelle aussi fait-tout, avec un humain à l'œuvre, la nouvelle étiquette sera apposée sur plusieurs produits transformés et élaborés dans l'archipel mais à partir de matière première parvenant de l'extérieur des Îles tels que : le café moussonné en bord de mer des Cafés du Moussonneur, la vinaigrette aux framboises du Domaine du Vieux Couvent, les charcuteries des Cochons Tout ronds, la bière de la microbrasserie à l'Abri de la tempête.

Cette identification viendra s'ajouter à celle du *Bon goût frais des Îles de la Madeleine* qui désigne, elle, les produits dont la matière première provient de l'archipel. Dans les deux cas, les logos sont apposés à des produits authentiques à la région.

Le dévoilement de cette étiquette a coïncidé avec le lancement d'une campagne d'achat local en magasin s'inscrivant dans la stratégie régionale « Le Québec dans votre assiette » sous le thème « Par ici, on est servi ! » et s'échelonnant



sur tout le mois de mars, la campagne travaillée en collaboration avec les marchés d'alimentation de l'archipel a permis d'améliorer l'affichage des produits régionaux en magasin en plus d'élaborer de nouveaux outils de promotion tels que fiches recettes et kiosque de dégustation.

Le Bon goût frais des Îles de la Madeleine est fier de présenter le savoir-faire, la créativité, la profusion et la diversité des produits des entreprises madeliniennes.

Sophie Cassis, Directrice du Bon goût frais des Îles de la Madeleine, 418.986.6650

Sur la photo : Hélène Richard (Ferme Christian Poirier et fils), porte-parole de la campagne, Sophie Cassis (directrice Bon goût frais des Îles de la Madeleine), Benoit Arseneau (président BGFIM), Mélanie Bourgeois, chargée de projet.



Pour des produits bien de chez nous !

Les produits alimentaires québécois, on les aime ! En fait, on les préfère. Alors, laissez-vous guider : *Aliments du Québec* et *Aliments préparés au Québec* sont les « sceaux » d'authenticité qui certifient qu'un produit est véritablement de chez nous.

Des sceaux d'authenticité

Les produits alimentaires québécois sont appréciés, c'est vrai. Mais encore faut-il pouvoir les reconnaître et être certain de leur origine. C'est l'organisme *Aliments du Québec* qui, depuis 1999, est chargé d'authentifier les produits alimentaires québécois. Il le fait selon des critères rigoureux. Les voici :

Quel produit peut afficher le logo *Aliments du Québec* ?

Tout produit entièrement québécois ou dont les principaux ingrédients proviennent du Québec. S'il y a des activités de transformation et d'emballage, elles doivent toutes être réalisées au Québec.

Quel produit peut afficher le logo *Aliments préparés au Québec* ?

Tout produit contenant au moins 50 % d'ingrédients en provenance du Québec et dont au moins 80 % des frais de transformation et d'emballage doivent être déboursés au Québec.

Alors, il n'y a pas à s'y tromper. Quand un produit arbore l'un de ces logos, il est bien d'ici. Aujourd'hui, plus de 6 000 produits peuvent afficher *Aliments du Québec* ou *Aliments préparés au Québec*.



Le consommateur a raison de préférer les aliments du Québec

Pourquoi le consommateur québécois préfère-t-il les aliments faits au Québec ? Il y a des raisons importantes. Nous sommes attachés à nos produits parce que, d'abord, nous savons qu'ils viennent tout simplement de chez nous et que nos normes de sécurité alimentaires sont au rang des plus élevées au monde. C'est rassurant dans le contexte de mondialisation.



Et, de plus, ils sont bons ! Entre autres, nos fruits, nos légumes, nos viandes se distinguent par leur fraîcheur et leurs saveurs dont nous avons raison d'être fiers. Nos produits sont souvent aussi préparés pour répondre à nos goûts à nous. Sans oublier que le choix est grand : on trouve des produits alimentaires québécois partout en épicerie et dans les magasins d'alimentation en général.

Nous avons également un lien avec tous ces Québécois et Québécoises du secteur agroalimentaire qui contribuent à la vitalité de notre économie depuis l'Outaouais jusqu'à l'Atlantique. En fait, c'est un secteur vital qui génère plus de 450 000 emplois. C'est dire son importance pour notre richesse collective.

Faciles à trouver

Comme la plupart, vous préférez des produits alimentaires qui viennent du Québec ? Alors, il n'y a pas à hésiter : les symboles *Aliments du Québec* et *Aliments préparés au Québec* sont vos seuls guides. Ils sont faciles à reconnaître et vous les trouverez partout : à l'épicerie, chez le traiteur, à la boutique du coin, et aussi dans les circulaires.

Choisissez-les et bon appétit !

Visitez-nous à www.alimentsduquebec.com

Les aliments du Québec, les PRÉFÉRÉS DES QUÉBÉCOIS

Huit personnes sur dix affirment que, dans une épicerie, une **identification facile des produits du Québec** incite à les choisir.

(Léger Marketing, août 2001)

Lorsqu'un produit est identifié *Aliments du Québec*, sa part de marché augmente de 2,8 points de pourcentage en moyenne.

(Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke, janvier 2009)