

RADAR

Association des détaillants en alimentation du Québec

TRAÇABILITÉ DES PRODUITS DE CONSOMMATION :

Jusqu'où ira Santé Canada ?

Voir tous les détails dans le Suivi de dossiers en page 8

Budget Bachand : Tout ce qui concerne les détaillants
Page 7 ■ Gestion des matières résiduelles : quelle aide
financière pour les détaillants ? **Page 10** ■ Donnez-nous
de vos nouvelles! **Page 21** ■

NE MANQUEZ PAS LE 48^E TOURNOI DE GOLF ANNUEL DE L'A.D.A.
LE MARDI 24 MAI 2011, AU CLUB ELM RIDGE DE L'ÎLE-BIZARD! (FORMULAIRE D'INSCRIPTION À L'INTÉRIEUR)

SOMMAIRE

Mot du président du conseil	2
Mot du président-directeur général	3
Section membres-fournisseurs	4
SUIVI DE DOSSIERS :	7-13
Raymond Bachand dépose un budget sans fantaisie	7
Traçabilité des produits de consommation : La nouvelle loi de Santé Canada	8
	
Environnement : Comment financer votre nouveau bac?	10
Enjeux : Nutrition Nord fait fuir les détaillants québécois	16
Fraude : Les cartes sans contact sont arrivées au Québec	18
Évènements : Un deuxième IGA pour le duo Reid & Gadoua!	21
Chronique d'Annick : Êtes-vous crédible?	22
Ressources humaines : Un service-client pour vos employés	24

Contactez vos présidents régionaux :

ESTRIE Jean-François Frenette 450-375-0300	BAS-ST-LAURENT Frédéric D'Amours 418-868-1477	MONTRÉAL (OUEST) Enrico Lalonde 514-620-4443
OUTAOUAIS Isabelle Tassé 819-568-5545 819-923-1876	GASPÉSIE Mathieu Viens 418-364-7380	MONTRÉAL (EST) André Forget 514-493-1230
SAGUENAY-LAC-ST-JEAN/ CÔTE-NORD Caroline Bouchard 418-543-3387	CENTRE-DU-QUÉBEC Martin Auger 819-293-6937	MAURICIE Marc DeMontigny 819-376-3028
ABITIBI- TÉMISCAMINGUE/ NORD-DU-QUÉBEC Julie Pelletier 819-874-7741	QUÉBEC/ CHAUDIÈRE-APPALACHES Francis Veilleux 418-386-5744 418-390-2300	MONTRÉAL (EST) Michel Lemieux 450-658-1831



**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



Éditeur
Florent Gravel
fgravel@adaq.qc.ca
Rédactrice en chef
Marie-Hélène Giguère
mgiguere@adaq.qc.ca

Comité de rédaction
Pierre-Alexandre Blouin
pblouin@adaq.qc.ca
Marie-Hélène Giguère
mgiguere@adaq.qc.ca
Conception, infographie
IntraMédia
Hélène Ouellet
houellet@datamark.ca

Illustration
Jacques Laplante
jacques@jacqueslaplante.com

Impression
IntraMédia

CONSEIL D'ADMINISTRATION

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

Administrateurs
Caroline Bouchard
Jonathan Champagne
Marcel Clermont
Michel Dépatie
Jacques Falardeau
Yan Gladu
Ginette Reid
Mario Sauvé

PERMANENCE DE L'A.D.A.

Florent Gravel *Président-directeur général*
Pierre-Alexandre Blouin *Vice-président, Affaires publiques*
Ginette Desjardins *Adjointe au président-directeur général*
Marie-Hélène Giguère *Agente d'information et de recherche*
Louise Gravel *Responsable de la base de données*
Manon Dextras *Directrice, Finances et administration*

POINTS DE VUE



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

Président du conseil Encore le maudit sac d'emplette

À la fin janvier, le Journal de Québec et le Journal de Montréal ont publié une série d'articles sur l'impact environnemental des sacs réutilisables. Plusieurs de mes collègues l'ont trouvé choquant. Pourtant, tous les produits mis en marché ont une empreinte environnementale, même ceux voués à protéger l'environnement. C'est un rappel important pour tous, tant les consommateurs que pour nous les commerçants ainsi que nos partenaires les manufacturiers.

La série d'articles dénonçait le fait que ces sacs, auxquels les commerçants et consommateurs du Québec se sont massivement convertis depuis l'entrée en vigueur du *Code volontaire de bonnes pratiques sur l'utilisation du sac d'emplette* en 2008, seraient peut-être aussi dommageables pour l'environnement.

Fabriqués de matériaux multiples et souvent difficilement recyclables, ces sacs réutilisables finiraient par aboutir, au terme de leur vie utile, dans des sites d'enfouissement. De plus, quand je constate que des sacs réutilisables ont fait le tour du monde avant d'arriver dans mon magasin, comme bon nombre de consommateurs je me dis :

« Wow... quel bon geste pour l'environnement...! ».

Pendant ce temps, les fabricants de sacs uniservice traditionnels ont augmenté de beaucoup le taux de matière recyclée dans leurs produits, et les ventes de sacs à ordures de type « Glad » auraient augmenté de 30 % dans la dernière année. L'information est vérifiée et vérifiable.

Bien que ces articles avançaient plusieurs faits véridiques, il est bon de se rappeler qu'il y a deux ans, c'est dans les pages de ces mêmes journaux que l'on retrouvait de nombreuses tirades pro-sacs réutilisables. La pression était très forte sur les entreprises au détail afin qu'elles offrent rapidement des alternatives aux sacs uniservice devenus le symbole de l'environnement. La mémoire est une faculté qui oublie, il faut croire.

Que faut-il conclure alors ? Selon moi, nous sommes allés un peu trop vite. Et par « nous » j'entends ici les industriels, commerçants, consommateurs, autorités gouvernementales et médias. La pression de l'opinion publique avait alors beaucoup augmenté, et nous avons tous tenté de calmer la grogne le plus rapidement possible. Une seule solution parmi toutes celles disponibles s'est imposée.

Comme c'était le cas il y a deux ans, il n'y a pas de solution miracle. Nous avons suivi le courant et l'avons peut-être même un peu dirigé, nous les représentants du commerce alimentaire. Peut-être qu'il serait aussi efficace de privilégier le sac uniservice traditionnel à 5 ¢ en encourageant nos clients à l'utiliser 2, 3 ou même 15 fois jusqu'à la fin de sa vie utile et alors s'en servir comme sac à ordures ? Il n'est pas question de revivre un nouveau débat sur les sacs. Je vous invite néanmoins à tous demeurer alertes et critiques face aux solutions miracles qui nous seront à nouveau proposées.

Espérons également que les journalistes s'appuieront sur des études sérieuses et des faits vérifiables avant de mettre l'opinion publique en alerte comme ce fut le cas il y a deux ans. Environnement, salubrité, durabilité et bonne pratique : ce sont les motifs qui devraient nous diriger dans ce dossier, tant les consommateurs que l'industrie.

Christian Jasmin



Florent Gravel

Président-directeur général Épicier-archivistes ?

J'allais vous écrire de belles phrases très poétiques pour souligner l'arrivée du printemps, le retour du soleil, des oiseaux et des bourgeons!... Mais mon inspiration a soudainement changé de sujet.

Le mardi 15 mars, en tournant les pages du quotidien *Le Devoir*, mon regard s'est arrêté sur un avis de Santé Canada, qui disait ceci : « *Avis important à l'intention des fabricants, des importateurs, des distributeurs et des détaillants : La nouvelle Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation entrera en vigueur le 20 juin 2011.* » Jusque-là, pas de problème. Les détaillants en alimentation se conforment déjà à des dizaines de lois. Ce sont des *ceintures noires* des demandes de permis, des renouvellements de permis, des pratiques exemplaires de respect de l'hygiène et de salubrité, de la santé et de la sécurité au travail, et j'en passe! La santé des consommateurs est bien évidemment au cœur de nos préoccupations. Mettre la santé de nos clients en péril est une faillite assurée, on le sait! Découvrir qu'une nouvelle loi entrera bientôt en vigueur ne m'empêche donc généralement pas de dormir...

C'est lorsqu'on nous demande la tenue de nouveaux registres que ça se complique. Nous comprenons que l'objectif de cette loi est d'assurer la traçabilité de tous les biens de consommation non-alimentaires. Dans les magasins d'alimentation, on vend des piles électriques, des assiettes à tarte, des petits papiers à muffins, des bouteilles de savons à vaisselle, des fusibles, des brosses à récurer, des épingles à cheveux, des ouvre-boîtes, etc. Selon cette nouvelle loi, nous devons être en mesure de dire où nous avons acheté tous ces biens, combien nous en avons acheté, où nous les avons vendus et pendant combien de temps nous les avons eus en magasin. On s'attend également à ce que l'on conserve ces documents pour une période de six ans. Simple rappel : près de 5000 détaillants en alimentation ne disposent d'aucun ordinateur!

Nous sommes obligés de penser en termes pratiques et de poser des questions concrètes. Quel genre de logiciel serait nécessaire pour gérer ces registres ? Combien de personnel devra être dédié à cette tâche et surtout, est-ce qu'un tel système est susceptible d'engendrer des erreurs ? Plus on multiplie les opérations humaines, plus le risque d'erreur augmente, c'est bien connu!

Pour l'instant, Santé Canada procède à l'élaboration des lignes directrices de cette loi, et nous promet un guide pour le début du mois de mai. Nous suivons le dossier très rigoureusement et nous vous rendrons compte des développements dans notre prochain RADAR. En attendant, je vous invite à consulter notre section *Suivi de dossiers* pour plus de détails.

Golf annuel 2011

Un petit mot en terminant pour vous rappeler que les inscriptions au tournoi de golf annuel de l'A.D.A. sont toujours ouvertes. Vous êtes déjà très nombreux à vous être inscrits pour cette magnifique journée, qui se déroulera au club de golf Elm Ridge de l'Île-Bizard, un des plus beaux terrains du pays. Soyez des nôtres le mardi 24 mai, nous vous réservons de nombreuses et belles surprises!

Au plaisir de vous y voir!

Florent Gravel

SECTION

MEMBRES FOURNISSEURS



Daniel Fradette
La compagnie de
Brevages Pepsi

Daniel Fradette, président du Comité de direction des membres-fournisseurs

C'est avec beaucoup de plaisir que je vous convie au cocktail dînatoire organisé par le Comité de direction de la section des membres-fournisseurs de l'A.D.A. le mercredi 20 avril, de 17h00 à 19h00.¹

Cette soirée a pour but de créer une synergie entre marchands, grossistes et manufacturiers et se veut un événement de rassemblement et de réseautage. À cette occasion, nos deux invités d'honneur - Messieurs Réal Ménard président de Boulangerie Canada Bread Ltée et Pierre Sévigny vice-président principal Exploitation et développement de détail Sobeys Québec - s'adresseront à vous pour expliquer leur cheminement de carrière, ainsi que leur vision du futur de l'alimentation au détail.

Vin, bière, fromages et charcuteries seront servis sur place. Pour vous inscrire, il suffit de transmettre vos coordonnées (nom, entreprise, téléphone et courriel) à Ginette Desjardins, au 514-982-0104 # 230, ou encore en lui écrivant à gdesjardins@adaq.qc.ca.

Ceux d'entre vous qui ne pourront pas être au rendez-vous du 20 avril pourront toujours se reprendre lors du 48^e tournoi de golf annuel de l'A.D.A., qui se tiendra le mardi 24 mai au club de Golf Elm Ridge de l'Île-Bizard. Nous vous attendons avec impatience sur l'un des plus magnifiques parcours de golf du pays!

Au plaisir de vous rencontrer!

Daniel Fradette

¹ Initialement, cette rencontre devait se tenir au Salon Montréal dans le Mât du Stade Olympique, au 4545 avenue Pierre de Coubertin. Vous avez cependant été si nombreux à répondre à l'invitation que nous avons dû trouver un endroit plus grand, afin de pouvoir tous vous accueillir. Au moment de mettre le RADAR sous presse, nous n'étions pas encore en mesure de confirmer le nouvel endroit. Nous vous demandons de contacter Ginette Desjardins pour plus d'information à ce sujet.

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



**DANIEL
FRADETTE**

La compagnie de
Brevages Pepsi



**MARIE-JOSÉE
HENRI**

Les Boulangeries
surgelées Maple Leaf
(Canada Bread)



**JEAN-FRANÇOIS
COURCHESNE**

Groupe Chagall inc.



**GÉRALD
CAYOUCETTE**

Les Aliments
de consommation
Maple Leaf



**LUC
JETTÉ**

Brasserie
Sleeman Ltée



**MICHEL
A. FORTIN**

JTI-Macdonald



**MARC
SAUVAGEAU**

Acosta Canada inc.



**RICHARD
GAGNON**

Savoura



**STÉPHANE
BOUCHARD**

Distribution Régitan
Limitée



**DOMENIC J.
MANCUSO**

Saputo inc.



**ANNICK
GAZAILLE**

IGA Gazaille
Ex-présidente A.D.A.



Conseil d'administration

Président



CHRISTIAN JASMIN

MARCHÉ AU CHALET inc.
IGA Famille Jasmin
Sainte-Adèle
Laurentides

Vice-président



DANIEL CHOQUETTE

MARCHÉ D. CHOQUETTE
ET FILS (PROVIGO)
Marieville
Montréal

Vice-président



DOMINIC ARSENAULT

IGA COATICOOK inc.
Coaticook
Estrie

Trésorier



MARTIN RACICOT

SUPERMARCHÉ LUSSIER
(METRO)
Waterloo
Estrie

Secrétaire



ANDRÉ FORGET

DÉPANNEUR FORGET
(BEAU-SOIR)
Montréal
Montréal



JONATHAN CHAMPAGNE

IGA G. CHAMPAGNE
ET FILS
Verdun
Montréal



CAROLINE BOUCHARD

MARCHÉ CENTRE-VILLE
(AXEP+ et PROVIGO)
Chicoutimi
Saguenay-Lac-St-Jean



MICHEL DÉPATIE

MARCHÉ DÉPATIE INC.
(METRO)
Laval
Laval/Laurentides



JACQUES FALARDEAU

LE GROUPE SAGA inc.
(SUPER SAGAMIE)
Chicoutimi
Saguenay-Lac-St-Jean



YAN GLADU

IGA EXTRA GLADU
St-Jean-sur-Richelieu
Montréal



GINETTE REID

MARCHÉ REID & GADOUA
(IGA Extra et IGA)
Mercier, Beauharnois
Montréal



MARIO SAUVÉ

ULTRAMAR LTÉE
(DÉPANNEUR DU COIN)
Montréal
Tout le Québec



MARCEL CLERMONT

SUPERMARCHÉ
MCMASTERVILLE INC. (IGA)
McMasterville
Montréal



FLORENT GRAVEL

Président-directeur général



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

Desjardins &



**L'ASSUREUR POUR ENTREPRISES
QUI CONNAÎT VOTRE COMMERCE
DANS LES MOINDRES DÉTAILS.**

**CHOISISSEZ VOUS AUSSI UNE SOLUTION D'ASSURANCE SUR MESURE.
PARLEZ À UN EXPERT AU 1 888 AFFAIRES.**

DesjardinsAssurancesEntreprises.com/Alimentation

Desjardins & Cie

C'est tout Desjardins qui appuie les entreprises.



Desjardins
Assurances générales

SUIVI DE DOSSIERS

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

Traçabilité des produits de consommation : Que veut Santé Canada ?	8
Frais transactionnels : La surcharge aux clients ne fait pas l'unanimité.	9
Environnement : Les détaillants ont besoin de plus pour performer.	10
Alcool : Le prix minimum de la bière augmente de 0,20 \$.	11

BUDGET PROVINCIAL 2011-2012 UN BUDGET SANS SURPRISE

Le dernier budget du ministre Bachand ne passera décidément pas à l'histoire. Sans nouvelle choc, la priorité a été accordée à la Santé et à l'Éducation. L'alimentation, et plus précisément la promotion des produits du Québec, n'a reçu aucun nouveau crédit. Sur presque tous les graphiques, le MAPAQ apparaît dans la section « Autres », et son budget n'a été majoré que de 0,2 %.

Voici tout de même un aperçu des mesures qui intéresseront les détaillants en alimentation, leurs partenaires et fournisseurs. Pour plus de détails, vous pouvez consulter le plan budgétaire à www.budget.finances.gouv.qc.ca.

Contrebande du tabac

Pour une deuxième année consécutive, les revenus provenant de la taxe spécifique sur les

produits du tabac est en hausse. En effet, les pertes fiscales associées à la contrebande de tabac sont passées de 300 millions \$ en 2009 à 225 millions \$ en 2010. La contrebande représente aujourd'hui 20 % du marché. Québec poursuit donc ses efforts et engage 3 millions \$ additionnels aux corps de police pour appuyer leurs interventions contre les réseaux de contrebande de quartier. Plus concrètement, des escouades mixtes supplémentaires (réunissant les services de polices municipaux et la Sûreté du Québec) seront mises sur pied en Montérégie et à Valleyfield.



La Loi concernant l'impôt sur le tabac sera aussi modifiée pour y intégrer une mesure permettant aux municipalités d'intenter des poursuites pénales devant les cours municipales et de conserver le montant des amendes ainsi que les frais perçus, non seulement pour les infractions visant les consommateurs, mais également pour celles visant les vendeurs au détail.

Exportation

Le budget prévoit la mise sur pied de l'unité Exportation Québec, qui sera placée sous l'égide du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE). Son objectif sera de regrouper en un seul endroit l'offre de services du MDEIE relative à l'exportation, afin de faciliter l'accès aux aides gouvernementales et de promouvoir le Québec à l'étranger. Les services dispensés par Exportation Québec iront de la validation de la demande à l'implantation de l'entreprise à l'étranger en passant par la recherche de solutions de financement. Au total, près de 40 millions \$ seront consacrés à l'instauration du programme Exportation d'ici 2014, dont 10 millions \$ d'ici la fin de 2012.

Relève et transmission d'entreprises

Près de 55 000 entrepreneurs prendront leur retraite d'ici 2018. La situation est préoccupante pour l'économie québécoise, car une pénurie de nouveaux entrepreneurs pourrait fragiliser le réseau d'affaires. Le budget 2011-2012 prévoit des interventions de 210 millions \$ pour assurer la relève entrepreneuriale. Les marchands propriétaires du Québec qui songent éventuellement à la retraite et dont les enfants aimeraient reprendre le collier feront bien de jeter un coup d'œil au Fonds relève Québec, auquel 1,2 million sera consacré d'ici 2014.



Taxe de vente du Québec

La TVQ grimpera pour une deuxième année consécutive, et atteindra 9,5 % au 1^{er} janvier 2012.

La SAQ a le vent dans les voiles

La Société des Alcools du Québec a revu à la hausse ses prévisions de revenus pour l'année 2010-2011. Ceux-ci passeront donc de 182 millions \$ à 187 millions \$. La SAQ effectuera des investissements de 165 millions \$ d'ici 2013.

Crédit d'impôt pour travailleurs expérimentés

À partir du 1^{er} janvier 2012, les travailleurs âgés de 65 ans et plus pourront recevoir un nouveau crédit d'impôt. D'ici 2016, ces crédits augmenteront graduellement afin de compenser l'impôt du Québec sur le revenu de travail se situant entre 5 000 \$ et 15 000 \$, ce qui représentera ultimement une hausse de 20 % du taux horaire.

Modules d'enregistrement des ventes

L'installation des modules d'enregistrement des ventes (MEV) dans les restaurants du Québec poursuit son cours. Au 7 mars 2011, 6960 machines étaient installées, mais 37 600 doivent toujours l'être avant le 1^{er} novembre 2011. Québec accorde aux restaurateurs la chance d'obtenir une subvention pour l'installation de ces équipements, mais la demande devra être déposée avant le 31 décembre 2011. Bonne nouvelle : Québec accorde un délai supplémentaire de deux mois aux restaurateurs qui souhaitent bénéficier du montant maximum de subvention. En effet, ceux qui ne l'ont pas encore fait ont jusqu'au 31 mai pour brancher leur MEV.



ENCADREMENT LÉGISLATIF

Loi C-36 sur la sécurité des produits de consommation : qu'est-ce que Santé Canada attend des détaillants ?

La nouvelle Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation (LCSPC) a été adoptée par la Chambre des Communes le 15 décembre 2010. La ministre fédérale de la Santé, Leona Aglukkaq, avait alors affirmé que la nouvelle Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation allait « offrir une protection renforcée et plus efficace aux consommateurs canadiens et à leurs familles ». Mais à quelques semaines de son entrée en vigueur - prévue pour le 20 juin - on ignore encore l'impact que la nouvelle LCSPC aura sur le quotidien des commerces en alimentation. Si l'objectif de cette réglementation est noble, il est tout de même permis de se demander si elle n'apportera pas qu'une *impression* de sécurité supplémentaire.

Il a été très difficile d'obtenir des détails sur les modes d'application de cet article. De nombreuses questions demeurent, et Santé Canada, par la voix de ses gestionnaires régionaux, affirme ne pas avoir encore de réponses « claires » ou « officielles » à fournir pour l'instant. Voici les renseignements que l'A.D.A. a réussi à obtenir :

- À partir du 20 juin 2011, toute personne qui vend tout produit de consommation à des fins commerciales devra tenir des documents indiquant les nom et adresse de la personne de qui elle a obtenu le produit, les lieux où elle l'a vendu et la période pendant laquelle elle l'a vendu.
- Ces documents devront être présentés de manière claire et lisible, sous format électronique ou papier, en français ou en anglais. La période de conservation obligatoire de ces documents est de six années.
- Par produit de consommation, on entend tous les produits non-alimentaires qui ne sont pas déjà réglementés par une autre loi comme les médicaments, produits naturels ou cosmétiques.
- Un guide est en cours de préparation chez Santé Canada et devrait paraître au début du mois de mai. Jusqu'au 8 avril, des consultations publiques permettent aux intéressés de soumettre leurs questions et commentaires sur les lignes directrices par voie électronique.
- Santé Canada effectuera des tournées d'information à travers le pays afin de rencontrer ceux qui sont touchés par la loi.
- Aucune exemption n'est prévue, pas plus qu'une période de transition ou d'implantation progressive.

L'A.D.A. n'intervient que rarement sur des enjeux fédéraux, mais nous craignons qu'une telle mesure n'entraîne des problèmes majeurs d'opération chez les détaillants, et pas seulement dans notre secteur. Les détaillants sont mal outillés

pour répondre à une telle obligation. Il faudra dédier du personnel exclusif à cette tâche, à une période où les marges s'effritent sérieusement...

Nous ne doutons pas de la bonne volonté de la ministre Aglukkaq ni de ses équipes de professionnels, mais avaient-ils saisi toute l'ampleur de leur démarche ?

Nous avons partagé nos préoccupations au sujet de la LCSPC avec plusieurs associations, tant québécoises que nationales. Nous avons contacté Santé Canada à ce sujet, et participerons activement aux consultations électroniques actuellement en cours. Beaucoup de zones grises demeurent encore, et nous allons continuer à suivre le dossier de très près.



À SUIVRE

FRAIS TRANSACTIONNELS

La Sénatrice libérale Pierrette Ringuette revient à la charge!

Près de 13 millions \$. Selon les renseignements obtenus auprès de Travaux Publics et Services gouvernementaux Canada, c'est le montant que le receveur général du Canada a versé en frais de traitement de transactions par carte de crédit pour les ministères du gouvernement fédéral qui acceptent les paiements de produits et services par VISA, MasterCard et American Express et ce, pour l'année financière 2009-2010 seulement!

Dans un communiqué, la sénatrice a vivement dénoncé le fait qu'en plus de diminuer les revenus du gouvernement, ces frais ne sont pas uniquement imputés aux consommateurs qui choisissent d'utiliser leur carte de crédit, mais bien à tous les contribuables du pays. Mme Ringuette a par ailleurs rappelé que l'Australie a adopté il y a sept ans une loi qui limite à 0,33 % les frais de traitement facturés aux gouvernements municipaux, provinciaux et fédéral, et qu'une telle limite aurait valu au gouvernement fédéral et aux contribuables canadiens une économie de 10 millions \$, l'année dernière seulement.

L'A.D.A. espère que ces nouvelles informations éclaireront les différents comités et autorités qui étudient actuellement le fonctionnement du système de paiement canadien.

L'A.D.A. se présente devant le Groupe de travail sur l'examen du système de paiement

L'A.D.A. a fait partie, le 3 février dernier, des groupes qui se sont présentés devant le Groupe de travail sur l'examen du système de paiement, lors des consultations organisées à Montréal. Christian Jasmin (Marché Au Chalet Inc. – IGA Famille Jasmin) et Michel Dépatie (Marché Dépatie inc. – Metro) y ont vivement défendu les intérêts des détaillants en alimentation du Québec et ont insisté sur l'augmentation faramineuse des frais transactionnels qui leur sont imposés depuis les dernières années.

Lors de la rencontre, les membres du Groupe de travail se sont surtout montrés préoccupés par le retard technologique du marché canadien par rapport à ce qui se fait ailleurs dans le monde. Bien que nous soyons sensibles à l'innovation



technologique, nous avons clairement exprimé la nécessité de faire primer l'efficacité du système. Tous les détaillants québécois présents à la consultation s'entendaient sur une chose... Oui à l'innovation, mais dans la mesure où elle est profitable au commerce et qu'elle ne soit pas une occasion d'imposer des frais d'opération additionnels dans le système de paiement.

Pour rappel, ce groupe de travail a été mis sur pied en mai 2010 par le ministre fédéral des Finances Jim Flaherty. Des recommandations doivent être émises au ministre d'ici la fin de l'année.

Surcharge des frais transactionnels : Une solution qui divise les organismes représentant les consommateurs

En début d'année, de l'information avait filtré selon laquelle le Bureau de la concurrence réfléchissait à la possibilité d'imposer une surcharge au consommateur selon le mode de paiement qu'il choisit. Ainsi, les frais transactionnels abusifs liés à l'utilisation d'une carte de crédit pourraient être refacturés directement à son détenteur par les détaillants. Le 10 février, Option Consommateur (OP) a fortement dénoncé cette avenue par voie de communiqué. Selon OP, « Rien n'indique que les économies réalisées par les commerçants seront transférées aux consommateurs. Pire, les commerçants pourront vendre ce service plus cher qu'ils ne le paient ». Quelques heures plus tard, c'était au tour de l'Union des consommateurs de décrier la sortie d'OP. En effet selon l'Union : « Ces frais sont cachés puisque les commerçants n'ont pas d'autre choix que de les inclure dans le prix des biens et des services. Ce sont donc tous les consommateurs qui doivent les assumer, peu importe le mode de paiement qu'ils choisissent. Permettre aux commerçants qui le souhaitent de facturer le coût que lui occasionne le paiement par carte de crédit est un pas dans la direction de la transparence et de l'équité et contribuera à faire cesser la spirale des hausses ».

Dans la foulée de ces interventions médiatiques, l'A.D.A. et la Coalition québécoise contre la hausse des frais imposés aux marchands ont cru bon émettre un communiqué clair afin de rappeler leur position dans ce débat sur la surcharge aux clients. Le texte intégral de ce communiqué peut être lu sur le site de l'A.D.A.

Fournier persiste – Le ministre de la Justice et ministre responsable de la Loi sur la protection du consommateur, Jean-Marc Fournier, a réaffirmé son intention de se pencher sérieusement sur la question de l'offre de crédit au Québec. Le 15 janvier dernier, il a même évoqué la possibilité de légiférer en la matière. Le ministre s'est dit particulièrement interpellé par les programmes de récompenses et de primes à la consommation comme Aéroplan ou Air Miles. Pour l'instant, le ministre Fournier affirme consulter les différents intervenants du secteur. L'A.D.A. suit le dossier de très près!

RAPPEL

Terminaux cartes à puce : fin du sursis – Le secteur canadien des cartes de paiement a définitivement décidé d'adopter la technologie de la carte à puce avec NIP pour l'ensemble des cartes de débit et de crédit. Les marchands avaient jusqu'au 31 mars pour s'y conformer, sans quoi ils seront tenus responsables pour toute fraude de carte de crédit commise dans leur commerce!

Au moment de mettre sous presse, nous apprenions qu'une commerçante de la Colombie-Britannique avait déposé une demande d'autorisation de recours collectif contre Visa, Mastercard et les grandes banques canadiennes devant la Cour Suprême de la Colombie-Britannique. Deux firmes d'avocats ont saisi l'affaire et allèguent que les compagnies émettrices de cartes de crédit ont organisé une conspiration représentant plusieurs milliards de dollars, afin de fixer les prix et d'accroître ou de maintenir les frais payés par les détaillants sur les transactions par cartes de crédit. Ce type de procédure peut prendre plusieurs mois, voire années mais n'empêche que le momentum est là! Pour rappel, cette demande de recours collectif survient quelques mois après le dépôt d'une plainte du Bureau de la concurrence devant le Tribunal de la concurrence, en décembre dernier.

Autre signe que le débat sur les frais liés à l'utilisation du crédit est devenu incontournable pour le gouvernement, le chef du Nouveau Parti Démocratique (NPD) – Jack Layton – en a fait un enjeu de campagne en promettant de réduire les coûts par transaction avec carte de crédit chargés par les banques aux entreprises. **Lors de vos rencontres avec les candidats à l'élection fédérale de votre région, n'hésitez pas à aborder le sujet encore, encore et encore!**

ENVIRONNEMENT



Intégration de Recyc-Québec par le MAPAQ : mythe vs réalité

Exaspérée par les insinuations répétées de certains journalistes sur le rôle qu'aurait joué un supposé lobbying anti-consigne dans l'abolition de Recyc-Québec, l'A.D.A. a souhaité replacer les événements dans leur contexte. Par la voix de son vice-président Affaires publiques, l'Association a publié un texte d'opinion sur Cyberpresse, le 2 février dernier.

L'intégral de la lettre peut être consulté à : www.cyberpresse.ca/opinions.

Gestion des matières résiduelles (GMR)

Aide financière pour la performance des ICI: le ministère peut mieux faire

Soutenir la performance des ICI dans la gestion des matières résiduelles, voilà ce qui devrait apparaître au tableau des priorités du ministère de l'Environnement. La nouvelle Politique de gestion des matières résiduelles 2011-2015, rendue publique le 15 mars dernier, ne semble pourtant pas y accorder toute l'importance que nous souhaitons.

En août dernier, lorsque le ministre



Arcand est entré en poste, une enveloppe 30 millions \$ devait être consacrée à l'amélioration des services aux ICI (industries, commerces et institutions). C'était déjà bien peu, compte-tenu de leur nombre qui atteint 90 000, pour les commerces seulement. Mais selon le nouveau plan quinquennal, le montant a littéralement fondu : seulement 10 millions \$ seront finalement dédiés à l'amélioration des pratiques des ICI. En tenant compte du nombre de commerces que compte la province, on arrive donc à un montant moyen de 111,11 \$ par établissement...

Programmes d'aide financière gérés par Recyc-Québec

Amélioration des pratiques des ICI	10 millions \$
Performance des centres de tri	11 millions \$
Implantation de technologie et développement des marchés	20 millions \$
Économie sociale et mobilisation des collectivités	11 millions \$

Nous nous attendions à plus, car nous avons besoin de plus. L'urgence est dans les services aux ICI pour la collecte des matières résiduelles et organiques. Pour les détaillants en alimentation, le compte à rebours est déjà commencé. L'interdiction de l'enfouissement en 2020 ne pourra pas se faire toute seule. Les détaillants versent davantage à la taxe à l'élimination - la taxe à l'enfouissement vient d'augmenter de 9,50 \$ la tonne - mais n'obtiennent aucune garantie de service de leurs municipalités. Si le gouvernement demande aux commerçants de mettre la main à la poche, les instances publiques doivent mettre l'épaule à la roue.

L'A.D.A. s'inquiète aussi de ne voir pour l'instant aucune préoccupation de la part du ministère au sujet de l'évaluation des performances des municipalités en termes de gestion des services de collecte. Un article paru dans l'édition du 25 février de *La Tribune* révélait que les relations difficiles entre la ville de Sherbrooke et ses cols bleus avaient potentiellement fait exploser les coûts liés à la collecte des déchets, qui aurait temporairement été confiée à une compagnie privée. La situation aurait occasionné des dépenses supplémentaires de 750 000 \$. Une nouvelle très peu rassurante, quand on sait que les municipalités nous refileront bientôt directement la facture...

Les détaillants qui souhaitent participer au programme peuvent soumettre une demande d'aide financière à Recyc-Québec. Il suffit de se rendre sur le site de Recyc-Québec et de remplir le formulaire d'inscription. Si toutefois vous souhaitez que l'A.D.A. vous accompagne dans votre démarche, n'hésitez surtout pas à nous contacter en composant le 1-800-363-3923.

Aide financière possible du programme d'amélioration des pratiques des ICI

Volets	Projets	Proportion des dépenses admissibles	Aide financière maximale par ICI
1	Bilan et amélioration des performances	50 %	7 000 \$
2	Acquisition de contenants de récupération	70 %	5 000 \$
	Acquisition d'équipements de conditionnement de la matière en vue de son recyclage et de traitement de la matière organique	70 %	20 000 \$

* Une entreprise ou un organisme parapublic adressant une demande dans le cadre du programme pour plusieurs de ses établissements pourra obtenir une aide maximale de 200 000 \$ pour toute la durée du programme.



Prix minimum et publicité sur le prix de l'alcool

Lors de la dernière réunion du Comité Bière de l'A.D.A., le 25 février dernier, le sujet de la guerre des prix sur la caisse de 12 bouteilles a été vivement discuté. Ce format est privilégié par les microbrasseries et dans les petites surfaces, et permet aux propriétaires de rétablir l'équilibre devant les caisses de 24 bouteilles vendues à perte. Pendant le mois de février, les propriétaires ont eu un avant-goût de ce à quoi pourra ressembler la dispute que les brasseurs semblent vouloir se livrer sur ce format. C'est *Sleeman* qui a ouvert le bal, avec un prix de 11,71 \$ annoncé dans une circulaire dans la troisième semaine de février.

Ce déplacement de la guerre des prix vers la caisse de 12 bouteilles est un autre signe de l'importance de mettre un terme à l'utilisation de la bière comme produit d'appel et ce, sans tarder.

La Table pour la récupération hors foyer

Bonne nouvelle! Dans la continuité de la Politique de gestion des matières résiduelles 2011-2015, le financement de la Table pour la récupération hors foyer a été renouvelé. Une aide financière de 6 millions \$ sera versée à la Table sur les cinq prochaines années par le ministère



de l'Environnement. Éco Entreprises Québec (EEQ), membre fondateur de la Table, en fera autant de son côté. Pour chacune des trois prochaines années, EEQ versera 1,2 million \$ l'an, avec une option de prolongation du même montant annuel pour une période subséquente de deux ans. Il faut dire que cette initiative a permis d'améliorer grandement la récupération des matières recyclables dans les aires publiques,

bars, hôtels et restaurants du Québec. Trois ans après la création du fonds, plus de 2 700 établissements récupèrent toutes leurs matières recyclables.

ALCOOL

Bière

Augmentation du prix de la bière le 1^{er} avril 2011 : les détaillants continuent d'encaisser les pertes!

La Régie des alcools, des courses et jeux (RACJ) vient de réviser comme à chaque année le prix minimum de la bière. Dorénavant, pour chaque caisse de bière de 24 bouteilles vendues, il en coûtera au détaillant le montant record de 7,72 \$, c'est-à-dire 20 ¢ de plus que l'an dernier. Ajusté à 23,85 \$ par la RACJ, soit 42 ¢ de plus qu'en 2010, le prix minimum est complètement décalé de la réalité du marché. Au moment de mettre sous presse, les brasseurs venaient d'ajuster leurs prix à la hausse. En effet, la fameuse « caisse de 24 » venait de passer de 30,95 \$ à 31,57 \$.

Le prix minimum est complètement décalé de la réalité du marché!

L'A.D.A. maintient donc que la formule de calcul qui s'appuie sur l'indice des prix à la consommation est inadéquate, et ne représente aucunement la réalité du commerce brassicole.

Services de Recycan

L'Association des brasseurs du Québec (A.B.Q.) s'est engagée à faire en sorte que le conseil d'administration de Recycan se penche sérieusement sur la qualité des services aux détaillants. En prévision de la prochaine haute saison, le nécessaire sera fait afin que la fréquence des visites soit améliorée dans toutes les régions du Québec. L'A.D.A. a clairement fait part des doléances de ses membres à Molson-Coors et Labatt, co-propriétaires de Recycan.



« Ceux qui peuvent livrer la marchandise à un prix de départ le plus bas possible sont bienvenus parmi nos fournisseurs, et les autres peuvent quitter. »

WALMART

Au moins trois supercentres ouvriront cette année autour de la région de Montréal

Deux « supercentres » Walmart ouvriront cette année à Laval, et un troisième à Mascouche : l'annonce a été faite le mercredi 26 janvier. La nouvelle ne fait bien évidemment pas le bonheur des détaillants en alimentation, qui redoutent que ce concurrent ne vienne défigurer les structures de prix et même l'offre de produits alimentaires dans leur région, et anéantissent leur rentabilité.

De nombreux experts en consommation, journalistes et chroniqueurs ont aussi pointé du doigt l'impact potentiel du géant américain sur l'économie locale.

Pour l'instant, Walmart espère que ses nouvelles sections alimentaires sauront attirer les Québécois, avec des produits comme le fromage frais, les fruits et légumes, les produits de boulangerie, la viande, etc. La vice-présidente pour l'Est du Canada, Chantal Glenisson, affirme que l'objectif est qu'au moins 30 % des produits alimentaires qui se retrouveront sur ses tablettes proviennent de fournisseurs québécois. Y a-t-il vraiment de quoi se réjouir ?

Dans un article du New York Post, daté du 25 janvier, on apprenait que Walmart avait décidé de concentrer de nouveau ses efforts sur



l'offre de produits « entrée de gamme ». C'est-à-dire le moins cher possible. Épuisé de combattre son concurrent Target, qui tente d'améliorer la qualité de ses produits avec des lignes plus branchées, le détaillant a finalement décidé de revenir à ses premières amours. Les fournisseurs de prédilection de Walmart seront donc ceux qui pourront fournir un grand volume à très faible coût. En fait, c'est aux chaînes de magasins « à un dollar » que Walmart veut dorénavant s'attaquer. L'article du New York Post cite à ce sujet un partenaire de longue date de Walmart : « Ceux qui peuvent livrer la marchandise à un prix de départ le plus bas possible sont bienvenus parmi nos fournisseurs, et les autres peuvent quitter. » Est-ce ce même modèle d'approvisionnement

que l'on réserve aux fournisseurs québécois, à moyen ou long terme ?

Impossible pour l'instant de savoir combien d'autres magasins seront aussi transformés parmi les 51 autres Walmart de la province. Rappelons-nous seulement que le géant américain espère obtenir autant de succès ici qu'en Ontario, où 76 de ses 118 magasins sont devenus des « supercentres ».

Au moment de mettre sous presse, Walmart annonçait l'ouverture de trois supercentres supplémentaires dans la région de Montréal. Dès l'automne prochain, les magasins Walmart de Vaudreuil, Saint-Eustache et Saint-Jérôme seront transformés pour pouvoir offrir à la fois des marchandises générales et des produits frais.



TABAC

Le programme « Expansion » d'Imperial Tobacco fait de plus en plus de mécontents

Le programme Expansion d'Imperial Tobacco (ITCO) continue de déplaire. Le principe d'Expansion est d'offrir des prix préférentiels à certains détaillants triés sur le volet contre une promesse d'exclusivité. ITCO fixerait toutefois par contrat des prix de vente au détail de certains produits.

La *Coopérative des dépanneurs d'origine asiatique de Montréal* a d'ailleurs organisé une petite manifestation à cet effet, le 22 février. Quelque 150 propriétaires se sont rendus devant le Complexe Guy-Favreau, pour demander à Ottawa d'intervenir. Il serait toutefois étonnant que le gouvernement intervienne dans un litige commercial.



Pour l'instant, l'A.D.A. étudie toutes les options possibles et rappelle à ses membres de faire preuve de vigilance et de bien analyser les contrats avant de les signer. Une analyse comparative de l'offre Expansion d'Imperial Tobacco est disponible sur notre site Web, dans l'édition de janvier, février et mars de notre magazine RADAR.

AGROALIMENTAIRE

Traçabilité de la viande bovine

Le MAPAQ rencontre les représentants de la filière

Le MAPAQ et Agri-Traçabilité Québec procèdent actuellement à des visites en entreprises de toute la filière bovine, afin de dresser le portrait du système de traçabilité. L'A.D.A. s'est assuré que ses membres soient adéquatement représentés à cette étape-ci du projet. L'Association poursuit d'ailleurs son implication au sein du comité de travail que le MAPAQ a mis sur pied l'automne dernier à ce sujet. Les performances, réalités, contraintes et obligations des détaillants sont au cœur de nos représentations. Le MAPAQ ne démontre pas pour l'instant de volonté d'imposer un système de traçabilité particulier.

Transfert d'entreprise :

La relève d'une entreprise une affaire de continuité
ou de changement?

Pour notre bonheur!

Ce qu'on a accompli
Ce qu'on aimerait réaliser
Le futur que l'on désire
Pour l'entreprise... pour notre
famille... pour nos loisirs...

Trouver un équilibre
dans nos valeurs.

*« Chacun tourne en réalité autant
qu'il peut ses propres songes. »
Lafontaine, Fable IX, VI. « Le sta-
tuaire et la statue de Jupiter » 1678*

Préoccupations importantes du travailleur & conjoint (e)

- Pourvoir aux besoins
des survivants

- Garder l'entreprise dans la
famille
- Préserver l'harmonie familiale
- Préserver la valeur de l'entreprise
- Minimiser l'impôt au décès
- Économiser pour la retraite.

La maturité de l'entreprise

- Entreprise plus autonome
- L'achalandage relié davantage
à l'entreprise qu'à l'entrepreneur
donnant une meilleure valeur
au « Goodwill »
- Transition de pouvoir facilitée
- Absence de garanties
personnelles
- Au décès : La valeur marchande
reflète toute la plus value accu-
mulée avec impôts importants.

D'autres préoccupations un jour ou l'autre...

- Qui prendra la relève?
- Le financement : Quand
vendre? À quel prix?
Comment?
- La survie de l'entreprise en
l'absence du propriétaire?
- Sauvegarder sa valeur?
- Conserver l'influence
et le contrôle?
- Combien d'impôt à payer
avec la vente?
- Comment protéger le capital
transformé en placements???
- Importance de laisser une
succession égale, équitable?
- Éviter une situation de crise...



Normand Lafrance

Planificateur financier,
25 ans d'expertise dans le domaine

*« L'argent n'est que la fausse
monnaie du bonheur. »
E. Etj. De Goncourt, écrivain
français 1822 – 1896*

Conclusion se faire aider
Par un bon chef d'orchestre.

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

Nomination au Temple de la Renommée A.D.A. 2011



L'Association des Épiciers du Bassin Laurentien, qui réunit les détaillants de la bannière IGA, est heureuse de dévoiler son lauréat 2011 au Temple de la Renommée de l'A.D.A. D'un commun accord, les marchands IGA ont nommé M. Michel Bouchard, propriétaire de la Coopérative des consommateurs de Lorette, située dans la ville Québec. C'est avec un immense plaisir que nous vous invitons à venir célébrer cette nomination et à rendre hommage à ce grand de l'alimentation le 5 novembre prochain, lors du 56^e Congrès annuel de l'A.D.A., qui se tiendra au Fairmont Mont-Tremblant, dans les Laurentides. Nous vous attendons tous pour cette soirée de gala mémorable!

Monsieur Michel Bouchard

Propriétaire de la Coopérative des consommateurs de Lorette (Québec).

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

Le Veau de lait du Québec



48^e

TOURNOI DE GOLF ANNUEL DE L'A.D.A.

24 mai 2011

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 : 1 275 \$ (plus taxes)

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

JOUEUR INDIVIDUEL : 375 \$ (plus taxes)

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

DÉTAILLANT MEMBRE A.D.A. : 250 \$ (plus taxes)

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

SOUPER : 150 \$ (plus taxes)

comprend : cocktail et souper

Formulaire d'inscription



Compagnie

Adresse

Représentant : Nom

Courriel

Tél.

Quatuor (fournisseur)		x 1 275 \$ =	
Joueur individuel (fournisseur)		x 375 \$ =	
Détaillant Membre A.D.A.		x 250 \$ =	
Souper		x 150 \$ =	

Sous-total	
TPS (# R124888769) 5,00%	
TVQ (# 1000569344) 8,50%	
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



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

Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 16 mai 2011. Aucun remboursement après cette date.

Pour plus d'information: Louise Gravel 514-982-0104 poste 231 ou lgravel@adaq.qc.ca

Le programme Nutrition Nord Canada fait fuir ses partenaires québécois!

Selon la Presse, le prix du pot de fromage Chez Whiz disponible dans le Nord pourra atteindre 19,19 \$ dans les prochaines semaines. La liste des aliments qui deviendront ainsi inabordables ou qui ne seront carrément plus disponibles pour les habitants du Nord canadien continuera de s'allonger lors des prochains mois. C'est que depuis l'entrée en vigueur du plan Nutrition Nord Canada (NNC) en octobre dernier, des marchands propriétaires ont été contraints de laisser tomber leurs « clients d'en haut ».

Le NNC a remplacé l'ancien programme fédéral Aliments-Poste, via lequel l'envoi de denrées alimentaires était subventionné pour les communautés du Nord canadien. Le système était plutôt simple. Les « clients d'en-haut » téléphonaient à leur épicerie préféré pour passer leur commande. L'épicerie préparait les paquets, apposait les étiquettes de contenu sur les boîtes de carton et entrait l'information dans le système informatisé de Postes Canada. Ce dernier calculait automatiquement les niveaux de subvention pour chaque aliment et imprimait une facture finale, soit le montant restant que le client devait payer à l'épicerie. La marchandise était alors expédiée par avion jusqu'à destination.

Exit Postes Canada

Mais voilà qu'une étude aurait révélé, en 2008, que ce système était coûteux et inefficace. Le ministre des Affaires indiennes et du Nord canadien, John Duncan, a donc décidé qu'il vaudrait mieux verser la subvention directement aux détaillants, et libérer Postes Canada du dossier. Depuis le 1^{er} avril, il revient donc à chacun des marchands participants d'élaborer un système informatique de calcul des subventions alimentaires, d'organiser toute la logistique de transport et... de négocier les frais de transport avec les compagnies aériennes! Or, les épiciers indépendants qui participent au NNC n'ont aucun pouvoir de négociation, dans la mesure où leur volume annuel de vente se chiffre dans les

dizaines de milliers de livres, et non en tonnes de tonnes! Conclusion : les frais de transport explosent, rendent leurs produits excessivement chers et anéantissent leur compétitivité.

Les détaillants n'ont plus de marge de manoeuvre

Mais ce n'est pas tout. Les subventions sont maintenant versées directement aux détaillants...

manque à gagner pendant un trimestre complet. Encore une fois, les marchands propriétaires ont beaucoup moins de marge de manoeuvre que les grandes entreprises intégrées à ce niveau.

Depuis les dernières semaines, certains détaillants propriétaires ont ainsi choisi de ne plus participer au NNC. D'autres ont choisi de poursuivre mais ignorent encore jusqu'à quand. Il y a fort à parier que ce nouveau programme n'attirera pas de remplaçants non plus. La nouvelle



Illustration de Jacques Laplante

à tous les trois mois. Bien sûr, une estimation est effectuée en premier lieu, afin que les coûts ne soient pas entièrement supportés par les détaillants. N'empêche, ce n'est qu'au terme de 90 jours que les ajustements sont effectués. Concrètement, cela signifie qu'un détaillant qui aurait estimé à 50 000 \$ le montant de sa subvention, mais dont les ventes auraient finalement augmenté, serait obligé de supporter le

a vraisemblablement bouleversé de nombreux « clients d'en-haut » dont quelques-uns entretenaient des relations privilégiées avec leur épicerie - peut-être à 10 000 km mais néanmoins leur épicerie - depuis plus de vingt ans! Les habitants du Nord retiennent maintenant leur souffle et attendent de voir jusqu'à quel point on continuera de leur demander de payer beaucoup plus cher pour avoir beaucoup moins de choix...

UN NOUVEAU SITE INTERNET POUR ALIMENTS DU QUÉBEC

Aliments du Québec se renouvelle. Voulant toujours se rapprocher de ses membres et des consommateurs, l'organisme mettra en ligne à l'été 2011 son nouveau site Internet.

« Nous recevons à chaque semaine des demandes d'informations au sujet d'Aliments du Québec. Est-ce que vous distribuez tel ou tel produit? Pourquoi ce produit est Aliments du Québec? Quelle est la marche à suivre pour devenir membre? Ou encore, pour une entreprise membre, que faut-il faire pour ajouter des nouveaux produits à ma liste actuelle? Avec la refonte de notre site internet, il sera plus dorénavant plus facile et simple de trouver l'information recherchée », d'expliquer Madame Marie Beaudry, directrice générale d'Aliments du Québec.

Le site, plus vivant et plus convivial, aura une orientation consommateur pour aider ce dernier dans sa recherche de produits, d'entreprises ou encore pour de la recherche d'informations générales concernant Aliments du Québec. Les membres auront une section où chaque entreprise pourra, en ligne, s'inscrire, apporter des modifications à leur fiche de produits ou encore commander des étiquettes autocollantes en ligne. Un mode de paiement en ligne sera aussi instauré dans une 2^e phase, facilitant ainsi l'adhésion et le paiement pour les entreprises.

Les recherches de renseignements et de produits se feront en quelques clics. L'information pertinente sera publiée de façon attrayante. Ainsi, tous les produits seront présentés avec leur certification Aliments du Québec ou Aliments préparés au Québec. Chaque entreprise pourra, si elle désire, bonifier la présentation de chacun de ces items par une courte description et une photographie.

***« Avec ces modifications à notre site internet,
le consommateur s'y retrouvera plus facilement
et nos membres auront un accès continu à leurs
fiches produits et à l'information de leur entreprise,
facilitant la mise à jour de leur dossier. »,***

de conclure Marie Beaudry



Recherchez l'étiquette
www.alimentsduquebec.com

FRAUDE

PAYPASS

Cartes de paiement sans contact : une réelle innovation ?

Petro-Canada, Tim Hortons, Loblaws, Shopper Drug Mart, Toys R Us et Second Cup offrent à leurs clients la possibilité de payer avec PayPass, la technologie de paiement sans contact de Mastercard. Au Canada pour Mastercard seulement, 19 millions de cartes de crédit fonctionnent désormais avec Paypass, et plus de 13 000 commerces acceptent ce mode de paiement. L'équivalent – Paywave – existe aussi chez Visa.

On en parlait depuis longtemps, mais c'est cette année que la technologie appelée RFID (radio frequency identification) fera massivement son entrée sur le marché du paiement électronique. Les cartes dites « sans contact » disposent d'une puce électronique – ou étiquette – qui peut échanger de l'information avec un lecteur (ou scanner, ou interrogateur) en émettant un signal radio grâce à une antenne. La technologie est déjà bien présente dans l'émission de titres de transport ou encore la gestion des chaînes d'approvisionnement. Ce qui distingue cette technologie de celle des célèbres « codes à barre », c'est que les informations peuvent être lues sans visibilité directe, c'est-à-dire sous l'emballage du produit. Chaque objet peut également disposer d'une identification unique, même s'il fait partie d'une série d'objets identiques.

Toujours plus vite ?

Les émetteurs de cartes sans contact en vantent les bienfaits, dont le premier est la vitesse de traitement de la transaction. Les clients n'ont plus besoin de fouiller dans leurs poches ou dans leur portefeuille pour sortir leur carte et la manipuler. Il suffit simplement, même à travers un étui de plastique, de placer la carte devant le lecteur pour compléter la transaction. Pas de NIP à composer, pas de signature requise non plus.

S'il est vrai que quelques secondes peuvent ainsi être grappillées sur le temps moyen passé à la caisse par le client, il faut relativiser. Il faut se demander si ce gain de quelques secondes est véritablement payant. Dans le cas du détail en alimentation, par exemple, le client doit souvent attendre, de toute façon, que le commis termine de placer les achats dans les sacs.

Et la sécurité, elle ?

La sécurité est également un argument de vente pour MasterCard et Visa, qui expliquent que les

clients n'ont plus à donner leur carte au caissier ou à quiconque, puisqu'ils la conservent dans leur main du début à la fin de l'opération, anéantissant ainsi les risques de clonage.

Mais les questionnements sont nombreux. Tout d'abord, qu'arrive-t-il si la carte est perdue ? « C'est un peu comme laisser tomber un billet de 50 \$ par terre », explique Geneviève Bruneau, porte-parole de la Sûreté du Québec (SQ). Un mauvais esprit aurait sans doute le temps de procéder à quelques achats avant que le détenteur légitime de la carte ne constate la disparition et annule la carte. Selon Mme Bruneau, si la carte sans contact apparaît plus sécuritaire que la simple carte à bande magnétique, elle l'est quand même moins que la carte à puce.



Illustration de Jacques Laplante

Elle n'est pas la seule, par ailleurs, à émettre des réserves sur la supposée inviolabilité de cette technologie, que ses émetteurs garantissent pourtant. Aux États-Unis, plusieurs reportages ont démontré que l'information contenue dans la carte de crédit sans contact – comme le numéro de la carte, la date d'expiration ou le nom du détenteur – pouvait être transmise à des fraudeurs.^[1] Il suffit à ces malfaiteurs d'approcher discrètement un lecteur assez près de la carte, qui se trouve généralement dans une poche arrière ou un sac à main. Très habiles, les fraudeurs sévissent un peu partout : dans la rue, dans une file d'attente, dans un ascenseur bondé, dans le bus ou le métro, etc. Même une journaliste de CBC en a fait l'expérience, l'été dernier.^[2]

Devant ce risque réel, les émetteurs répondent que « Les détenteurs ne sont pas tenus responsables en cas de fraude ». Ce à quoi l'organisme Option Consommateur émet de sérieuses réserves, en précisant que les consommateurs doivent démontrer dans ces cas qu'ils n'ont pas fait preuve de négligence en utilisant ou en transportant leur carte.

Le débit s'y mettra aussi

En novembre dernier, Interac annonçait aussi que les cartes de débit sans contact entreraient sur le marché canadien dès l'été 2011. Le nouveau service, appelé Flash Interac, sera d'abord offert par la Banque Scotia et la Banque Royale du Canada. Selon Interac, les paiements en espèces de moins de 20 \$ représenteraient chaque année quelque 90 milliards \$ au pays. Pas étonnant que les émetteurs de crédit y voient une véritable manne. Avec les taux actuels imposés aux marchands, Visa et Mastercard pourraient aller chercher jusqu'à 450 millions \$ supplémentaires dans les poches des commerçants. À ces frais transactionnels, il faudra aussi ajouter plusieurs dizaines de milliers de dollars pour chaque commerce afin d'implanter les terminaux requis pour faire fonctionner cette technologie. N'oublions pas que les commerces viennent à peine d'installer les terminaux pour cartes à puce ! Mais surtout, quels seront les frais d'opération de ce système « révolutionnaire » ? Aujourd'hui, les transactions par carte de crédit « ordinaire » coûtent déjà jusqu'à 5 % du montant total du paiement au marchand. Combien les émetteurs de crédit et grandes banques exigeront-ils pour cette innovation ?

Il est vrai qu'avec seulement 415 millions \$US de bénéfice net pour le dernier trimestre de 2010, Mastercard est sans doute au bord du gouffre... Les cartes de paiement sans contact : une réelle innovation ?

A.D.A. avec La Presse Affaires et la Chaîne Argent

^[1] Pour visionner l'un de ces reportages consultez ce lien : www.wreg.com/news/wreg-electronic-pickpocketing-story,0,5636726,full.story

^[2] Pour consulter l'article de la CBC, consultez ce lien : www.cbc.ca/consumer/story/2010/05/31/f-rfid-credit-cards-security-concerns.html

PROGRAMME NATIONAL DE BOURSES 2011

CANADIAN FEDERATION OF INDEPENDENT GROCERS • FÉDÉRATION CANADIENNE DES ÉPICIERS INDÉPENDANTS



**IL Y A DES CENTAINES DE
POSSIBILITÉS DE CARRIÈRE
DANS LE DOMAINE DE
L'ALIMENTATION.
AIDEZ LES ÉTUDIANTS
DE VOTRE COMMUNAUTÉ
À LES DÉCOUVRIR!**



Encouragez les étudiants de votre communauté à s'inscrire pour
courrir la chance de gagner une des 13 BOURSES DISPONIBLES!
Chaque inscription doit être parrainé par un membre de la FCEI ou de l'A.D.A.
Pour plus d'information ou pour commander des affiches et des formulaires
d'inscriptions, contactez nous au
1.800.661.2344, poste 227 ou visitez notre site web au:

WWW.CFIG.CA.

**DATE LIMITE
31 MAI**

LE DÉVELOPPEMENT DE VOS AFFAIRES PASSE PAR ICI

SIAL & SET CANADA

**11, 12 & 13
MAI 2011**

Metro Convention Centre, Toronto

» À TORONTO

ÉVÈNEMENTS

Un deuxième IGA pour le duo Reid et Gadoua

C'est le 3 février dernier que le dynamique duo formé des épiciers propriétaires Ginette Reid et Claude Gadoua a officiellement ouvert son deuxième magasin d'alimentation, le IGA Extra de Mercier, situé sur le boulevard St-Jean-Baptiste.

Au nom de tous les membres de l'A.D.A., nous les félicitons et leurs souhaitons le meilleur des succès!



NOUVELLES

Vous avez une nouvelle à partager avec les membres de l'A.D.A.? Contactez-nous et nous vous réserverons une place dans la page *Événements* de notre prochaine édition!

Qu'il s'agisse d'une ouverture de magasin, d'une distinction que vous avez reçue ou de tout autre fait à souligner, le RADAR est là pour contribuer au rayonnement de votre réussite!

Pour plus d'info contactez-nous au 514-982-0104 ou au numéro sans frais 1-800-363-3923. Vous pouvez également écrire à info@adaq.qc.ca.

Rabais Campus

Économisez jusqu'à 89 % de rabais sur le prix de vente en kiosque de vos publications préférées!

Qu'il s'agisse de chasse et de pêche, de décoration ou de quotidiens généralistes, le nouveau partenariat entre l'A.D.A. et Rabais Campus vous offre la possibilité de vous abonner à plus de 230 titres, à des tarifs préférentiels.

Les membres de l'A.D.A. peuvent dès maintenant profiter des avantages de Rabais Campus. Il suffit de téléphoner au 1-800-265-0180 ou de visiter le www.rabaiscampus.com. N'oubliez pas d'avoir votre numéro de membre en main!



TD Assurance
Meloche Monnex

« Mes tarifs de groupe
m'ont permis d'économiser
beaucoup. »

— Chantal Lessard
Cliente satisfaite depuis 2004



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

VOUS POURRIEZ

GAGNER

**1 DES 2 VOITURES MINI COOPER
OU 30 000 \$ COMPTANT!***

Des soumissions qui font jaser.

Chez TD Assurance Meloche Monnex, nous connaissons l'importance d'économiser autant que possible. En tant que membre de l'**Association des détaillants en alimentation du Québec**, vous pourriez profiter de tarifs de groupe avantageux et d'autres privilèges exclusifs, grâce à notre partenariat avec votre association. Nous sommes convaincus que nous pouvons rendre l'assurance d'une simplicité sans égale afin que vous puissiez choisir votre protection en toute confiance.

Demandez une soumission en ligne au
www.adaq.tdassurance.com
ou téléphonez au 1-866-296-0888

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



TD Assurance Meloche Monnex est le nom d'affaires de PRIMMUM COMPAGNIE D'ASSURANCE, laquelle souscrit 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.

*Aucun achat requis. Le concours se termine le 13 janvier 2012. Chaque gagnant a le choix de son prix, entre une MINI Cooper Classique 2011 (incluant les taxes applicables et les frais de transport et de préparation) d'une valeur totale de 28 500 \$, ou un montant d'argent de 30 000 \$ canadien. 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 appartenant à tous les groupes employeurs ou de professionnels et diplômés qui ont conclu un protocole d'entente avec les organisateurs et qui, par conséquent, bénéficient d'un tarif de groupe. Le règlement complet du concours, y compris les critères d'admissibilité, est accessible sur le site www.groupe.tdassurance.com. Le prix peut différer de l'image montrée. MINI Cooper est une marque de commerce de BMW AG utilisée sous licence qui n'est pas associée à cette promotion et ne la commande d'aucune façon.

ND Le logo TD et les autres marques de commerce sont la propriété de La Banque Toronto-Dominion ou d'une filiale en propriété exclusive au Canada et/ou dans d'autres pays.

CHRONIQUE D'ANNICK

L'art d'un partenariat d'affaire crédible!

Lors du dernier Congrès annuel de l'A.D.A., en novembre 2010, j'ai eu la chance de m'entretenir avec nos fournisseurs sur le sujet « *Créons l'art d'un partenariat d'affaire* ». Car il s'agit vraiment d'un art, au centre duquel se trouve notre crédibilité. Tout, absolument tout dans le processus de développement d'un partenariat d'affaire, repose sur la crédibilité. Malheureusement, cette qualité ne s'acquiert pas seulement avec les années d'expérience, le statut hiérarchique ou le nombre de diplômes accrochés au mur.

En affaire, la crédibilité d'un partenaire se mesure selon l'engagement de soi, l'intégrité, le respect de sa parole. Quand on s'engage, on livre! Vous connaissez sans doute le dicton qui dit : « *Que les bottines suivent les babines!* ». L'image est simple, mais c'est pourtant sur ce type de comportement que l'on peut bâtir des relations d'affaire solides et durables.

Derrière les beaux discours...

Et vous? Savez-vous quelle crédibilité vous accordent vos partenaires? Pour en avoir une meilleure idée, vous pouvez vous baser sur les critères selon lesquels vous évaluez vous-mêmes la crédibilité des autres. Connaissez-vous des gens qui ont



« Et vous? Savez-vous quelle crédibilité vous accordent vos partenaires? »

Annick Gazaille

perdu leur crédibilité? Pourquoi en est-il ainsi selon vous? Êtes-vous conscient que votre crédibilité fait votre réputation?! Dans le monde des affaires, on peut mettre des années à construire sa réputation de personne « fiable », et perdre cette réputation en un claquement de doigt.

L'honnêteté n'est pas un luxe mais une nécessité. C'est la base de toutes les relations. La moutarde me monte au nez quand je constate que derrière les beaux discours, on découvre des individus prêts à laisser tomber leurs partenaires et collaborateurs à la moindre turbulence. Pour créer un partenariat d'affaire à long terme nous nous devons d'être des personnes crédibles.

Marchands, Fournisseurs, je suis très heureuse de constater l'ouverture d'esprit dont vous faites preuve en voulant nous offrir à nous, l'industrie agroalimentaire, le pouvoir de revoir nos façons de faire pour créer ensemble l'art d'un partenariat d'affaire. Il est important de questionner nos façons de faire afin de les améliorer. Il faut parfois revoir les modèles établis et ne pas hésiter à explorer de nouvelles avenues. C'est dans l'évolution de notre travail et de notre environnement que nous pourrions nous transformer nous-même et devenir meilleurs. Un prérequis essentiel afin de traverser le siècle nouveau!

Au plaisir d'en discuter avec vous lors du Vins & Fromages auquel vous invite le comité de direction des membres fournisseurs de l'A.D.A., le 20 avril prochain! J'espère vous y voir nombreux!

Annick Gazaille

IGA Gazaille Magog, ex-présidente A.D.A.

MISSION PRÉVENTION

Une faille à la « carte gérant »?

Nous avons récemment découvert une faille dans l'utilisation de la carte gérant lors d'une enquête pour fraude.

Originellement, nous croyions que le suspect avait mis la main sur une carte gérant, mais la réalité nous a tous coupé le souffle.

Le caissier avait été superviseur de caisse durant une courte période de temps. Il effectuait régulièrement des annulations de transactions durant ses quarts de travail, toujours en utilisant une carte gérant. Les responsables du commerce voyaient bien l'anomalie, vu le nombre d'annulations par rapport aux autres caissiers. Le système de caméras du commerce montrait un commis, seul à sa caisse et sans client, au moment où les annulations se faisaient.

La série numérique de la carte s'affiche à l'écran

Bref, lors de l'interrogatoire, le commis a avoué avoir trouvé comment obtenir le code numérique de la carte gérant. Le commis pouvait, à sa guise, dissimuler des fraudes en prétendant avoir obtenu l'autorisation d'un superviseur.

Lors d'une transaction erronée où le gérant doit numériser sa carte, il doit appuyer sur la touche « gérant » avant de la numériser. Si la touche gérant n'est pas activée et que la carte est numérisée, la caisse vous indiquera qu'elle n'a pas été lue correctement. Par contre, dans ce même message, la série numérique de la carte sera aussi affichée à l'écran.



Ainsi, notre suspect avait mémorisé plusieurs cartes gérants et de cette façon, il s'en donnait à cœur joie.

Cette faille est un risque majeur de fraude et doit être adressée rapidement. Nous vous demandons donc de tester vos systèmes de caisses le plus rapidement possible et d'entrer en communication avec vos représentants de caisse afin de faire corriger la situation.

Si vous croyez avoir été floué de cette façon, nous vous invitons à communiquer avec un de nos enquêteurs au 1 800 842-1911.

La finance comportementale et les marchés boursiers

La finance comportementale¹ est basée sur deux hypothèses complémentaires qui se démarquent de manière significative de l'hypothèse de l'efficience des marchés qui veut que l'investisseur soit rationnel et que le prix soit le reflet de la vraie valeur d'un titre.

La première est que les investisseurs ne sont pas pleinement rationnels et que l'offre et la demande sont alimentées par des croyances, des émotions et non purement par des fondamentaux économiques. La seconde hypothèse est que les activités d'arbitrage, qui sont faites par des investisseurs rationnels, vont ramener les prix temporairement déviants vers leur vraie valeur.

Le marché des actions, par exemple, a une tendance marquée à surréagir : la grande majorité des investisseurs réagit de manière trop optimiste aux bonnes nouvelles et de manière trop pessimiste aux mauvaises.

La peur de perdre

Les investisseurs sont plus malheureux face à une perte qu'heureux face à un gain. La perspective d'une perte réelle change la manière dont nous prenons nos décisions qu'il s'agisse d'un professionnel ou non.

L'investisseur et la décision de vendre

Imaginez la situation suivante en vous demandant ce que vous feriez :

1 Vous détenez un titre acheté au prix de 12 \$

- Valeur marchande actuelle est à 10 \$
- Probabilités : 50 % d'une hausse de 2 \$ et 50 % d'une baisse de 2 \$

Que feriez-vous ?

Vous conservez ou vous vendez ?

2 Vous détenez un titre acheté au prix de 8 \$

- Valeur marchande actuelle est à 10 \$
- Probabilités : 50 % d'une hausse de 2 \$ et 50 % d'une baisse de 2 \$

Que feriez-vous ?

Vous conservez ou vous vendez ?



Dans le scénario 1 : la majorité des investisseurs conservent le titre et vont attendre la remontée du cours au prix d'achat à 12 \$ avant de vendre. L'aversion au risque produit de l'inertie. Dans le scénario 2 : la majorité des investisseurs vont vendre parce qu'ils ne veulent pas risquer de perdre le gain actuel.

Sommes-nous rationnels ? NON et voici une démonstration

Imaginez la situation suivante :

A) On vous fait cadeau de 300 \$, voici vos choix :

- Option 1 : Un gain assuré de 100 \$
- Option 2 : Probabilités : 50 % de chance de faire un gain de 100 \$ et 50 % de chance de gagner 0 \$

B) On vous fait cadeau de 500 \$, voici vos choix :

- Option 1 : Une perte assurée de 100 \$
- Option 2 : Probabilités : 50 % de chance de perdre 200 \$ et 50 % de chance de perdre 0 \$

Voici les choix des répondants

A : 72 % option 1 et 28 % option 2 et à l'inverse

B : 36 % option 1 et 64 % option 2.

Les deux situations A et B exposent pourtant le même problème. La décision des répondants est influencée par l'encadrement du problème, A est présenté dans un contexte de gain et B dans un contexte de perte. Le résultat financier quant à lui est le même pour l'option 1 dans A et B, et le même pour l'option 2.

Face à une perspective de gain notre décision repose sur notre aversion au risque, une perte potentielle nous fait peur, ici la majorité a choisi un gain assuré.

Face à une perspective de perte potentielle notre décision repose plus sur l'espérance du gain et nous rend plus tolérants au risque.

Éviter les erreurs de comportement

- Seul le prix du titre est observable, tandis que la vraie valeur du titre échangé ne l'est pas;
- Notre perception d'un titre change plus lentement que la compagnie elle-même;
- Nous avons tendance à vendre nos gagnants trop vite et à conserver nos perdants trop longtemps;

(1) *Inefficient markets, an introduction to behavioural finance, A. Shleifer et Behavioral Investing, a practitioner's guide to applying behavioural finance, J. Montier 2007*

CHRONIQUE

RESSOURCES HUMAINES

L'humain est la ressource la plus précieuse de votre organisation.

Tout le monde s'entend sur ce principe de base.

Vous consultez la clientèle pour savoir ce qu'elle désire en matière de produit et de service mais connaissez-vous les attentes, les besoins et les désirs de vos employés? Les employés contribuent dans une large mesure au succès de votre entreprise, il est donc logique de leur laisser une place centrale.

Le Service Client envers vos employés y avez-vous pensé? Plusieurs diront que c'est une idée loufoque mais n'êtes-vous pas d'accord avec le fait qu'un employé heureux et bien dans son travail possède un sentiment d'appartenance plus élevé et qu'en conséquence ses clients bénéficient d'un meilleur service?

Adapter un Service Client à ses employés c'est entre-autre :

- Leur démontrer que vous souhaitez entretenir des relations ouvertes et constructives et que vous veillez à la préservation de leurs intérêts.
- Étudier la possibilité de répondre à leurs attentes en tenant compte bien évidemment de vos impératifs économique et organisationnel.

- Les informer de vos attentes afin de les aider à réaliser de bonnes performances.

Vous offrez des rabais et des avantages à vos clients, pourquoi ne pas faire de même pour vos employés? Cette ligne de pensée pourrait vous permettre de réduire de façon considérable votre taux de roulement, une des plus importantes problématiques du secteur du commerce de l'alimentation.

Voici quelques suggestions :

- Réduction sur achat
- Tirage de bons d'achats
- Proposer des activités sociales
- Reconnaissance des années de service

Les gestionnaires attendent de leurs équipes de travail qu'elles collaborent de façon engagées et loyales,

que la communication soit transparente et dans le respect des rapports mutuels, que la collaboration soit basée sur une confiance réciproque et orientée sur les objectifs de l'entreprise avec un sens aigu du service à la clientèle. Vos bons employés, ceux sur lesquels vous souhaitez vous appuyer, attendent exactement le même engagement de votre part!

En résumé, une organisation consciente des besoins de ses ressources humaines qui se donne les moyens d'implanter des outils et procédures efficaces améliore le niveau de satisfaction de ses employés et par le fait même leur productivité.

Nadine Moranville, Chargée de projets
CSMOCA



Optez pour une formation par **COMPAGNONNAGE** qui **S'ADAPTE** à la culture de **VOTRE ENTREPRISE !**



AVANTAGES :

- Offre des crédits d'impôt qui couvrent une partie du salaire tant de l'apprenti que du compagnon
- Assure gains de compétitivité (meilleur service à la clientèle, moins de plaintes, moins d'erreurs, etc.)
- Mobilise la main-d'œuvre par une reconnaissance officielle
- Favorise la rétention du personnel
- Complémentaire à la formation-maison
- Forme une relève compétente
- Améliore la sécurité au travail



★ Lors de votre adhésion, **un guide** vous sera remis **GRATUITEMENT**.

CSMOCA 
Comité sectoriel de main-d'œuvre
du commerce de l'alimentation

Pour en savoir plus, commander la trousse
d'information au **www.csmoca.org**
Ou contacter l'équipe du **CSMOCA** au **514 499-1598**





Fondation Tirelire

Un site Internet à votre service

La Fondation Tirelire a renouvelé son site Internet afin d'offrir un espace de recherche plus interactif, plus coloré et plus dynamique. En vous rendant au www.fondationtirelire.com, vous aurez accès à une multitude d'informations sur ses activités de financement, sur les organismes bénéficiaires dans votre région et bien plus encore. Ainsi, tout ce qui concerne la Fondation Tirelire est accessible en un seul clic. De plus, une nouvelle fonctionnalité a été ajoutée à ce site Internet permettant de faire un don en ligne via PAYPAL. Cette amélioration facilite aussi l'inscription aux différentes activités de la Fondation Tirelire et assure une sécurité des transactions effectuées. Pour être à l'affût des derniers développements de la Fondation Tirelire, vous pouvez aussi vous abonner à sa nouvelle Infolettre revampée qui offre un contenu des plus vivant.

Cette réalisation est possible grâce à la Fédération des producteurs de porcs du Québec qui a intégré le site Internet de la Fondation Tirelire dans son nouveau portail Web au www.leporcduquebec.com. En plus d'être informés sur la Fondation, les visiteurs auront accès à une foule de recettes alléchantes, à un jeu 3D pour les jeunes, à une section santé, à des informations sur la production porcine et plus encore.

Ce site Internet, un plus pour votre entreprise!

Il est important pour une entreprise de s'associer à une cause humanitaire afin de démontrer son implication dans la communauté. À plusieurs reprises, il a été prouvé que la population québécoise est encline à encourager les entreprises qui font leur part envers la société. Ainsi, en démontrant vos bonnes actions à votre clientèle, vous accumulez du capital de sympathie et vous favorisez le développement de votre entreprise. En soutenant la Fondation Tirelire, vous associez votre entreprise à une solide cause philanthropique qui rejoint directement votre clientèle. En effet, la Fondation Tirelire agit dans le même secteur que vous, soit l'alimentation au Québec. Avec plus de 20 000 visiteurs uniques par mois et plus de 13 000 pages vues, le site Internet de la Fondation Tirelire, associée au portail de la Fédération des producteurs de porcs du Québec, est un site achalandé qui offre une superbe visibilité. En devenant partenaire de la Fondation Tirelire ou en plaçant des annonces sur ce site Internet, votre entreprise augmentera son capital social et vous ferez en même temps sa promotion auprès de votre clientèle.

S'associer à la Fondation Tirelire, c'est soulager la faim au Québec tout en favorisant le développement de votre entreprise.

Toujours à la même adresse www.fondationtirelire.com

Venez nous visiter sur Facebook/Fondation Tirelire



TCAQ

TABLES DE CONCERTATION AGROALIMENTAIRE DU QUÉBEC

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.



Chaudière-Appalaches

Avec l'évolution des tendances alimentaires, le défi de tout entrepreneur agroalimentaire se situe au niveau du développement de sa mise en marché, de l'éducation des consommateurs et de la différenciation de son produit aux yeux de ceux-ci. Ses tâches incluent également la nécessité d'aller chercher de l'information sur les consommateurs, leurs besoins, leurs caractéristiques et leurs attentes dans le but d'adapter continuellement ses produits. C'est dans cette optique que le Marché Public de Lévis élabore

des activités afin d'augmenter les occasions de mieux connaître ses clients. Ainsi est né le Marché de Noël.

C'est du 10 au 12 ainsi que du 17 au 19 décembre dernier que s'est tenue la deuxième édition du Marché de Noël extérieur de Lévis. Outre la Table agroalimentaire de Chaudière-Appalaches (TACA) et la Ville de Lévis, partenaire logistique du Marché de Noël, le projet a été rendu possible grâce à l'implication financière du MAPAQ (programme *Mettez le Québec dans votre assiette*), la Chambre de commerce de Lévis, Desjardins, la Corporation de développement du Vieux-Lévis, RONA, Tourisme Chaudière-Appalaches, le CLD de Montmagny ainsi que le CLD de Lotbinière. L'objectif du projet était de proposer un lieu animé, un point de rassemblement pour la population et ainsi promouvoir le savoir-faire des entreprises locales.

Cette année, l'événement a eu lieu sur la terrasse de Lévis qui se démarque par une vue 360 degrés sur le Vieux-Lévis, le fleuve Saint-Laurent, la ville de Québec et le paysage montagneux. La chorale Chœur du monde a contribué grandement à l'atmosphère magique du marché. Plus de 3 000 lévisiennes et lévisiens ont pu profiter de cet événement pour rencontrer les 16 entreprises présentes et goûter les produits de nos terroirs. On estime le volume d'affaires supérieur à 40 000 \$.

Cette activité deviendra une attraction unique et fera de ce lieu une destination hivernale pour tous.

Source : Pascale Beauregard, Agente de projets Table agroalimentaire de Chaudière-Appalaches

Lanaudière

La campagne Goûtez Lanaudière!, du Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière (CDBL), publie, pour une troisième année d'affilée, son Répertoire.

Cette publication de 64 pages regroupe 28 producteurs et transformateurs et 29 détaillants qui ont à cœur d'offrir des produits de la région à leur clientèle. Le Répertoire Goûtez Lanaudière! est distribué dans toute la région de Lanaudière à 40 000 exemplaires chez les détaillants en alimentation de même que chez les producteurs.

Si vous souhaitez en recevoir une copie, communiquez avec nous à info@goutezlanaudiere.ca



▲ Monsieur Pierre-Philippe Tremblay du Domaine le Cageot

Saguenay-Lac-St-Jean

Par Simon-Pierre Murdock, conseiller en développement agroalimentaire à la Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-Saint-Jean

L'un des plus grands défis pour les entreprises en transformation agroalimentaire est de rivaliser avec la grande entreprise, d'être en mesure d'assurer une représentation constante et de réaliser des activités de promotion incessantes à l'extérieur la région afin d'intégrer de nouveaux canaux de distribution spécialisés, d'élargir leur réseau de clients au Québec et de consolider le lien avec leur client actuel. De ce fait, les activités de représentation et de promotion constituent des occupations quotidiennes où les répercussions ne sont pas nécessairement immédiates et où l'implication financière est parfois considérable. Cependant, l'effet de levier peut être majeur pour stimuler les ventes et créer un impératif chez le consommateur.

Dans cette optique, la Table agroalimentaire du Saguenay-Lac-St-Jean a menée au début du mois de février une mission commerciale dans le but de rassembler des acteurs importants de l'industrie agroalimentaire à l'échelle provinciale afin de pallier directement à cette difficulté rencontrée par nos entreprises. L'événement qui a eu lieu les 4, 5 et 6 février derniers a permis à **six compagnies ayant pignon sur rue dans la région montréalaise** de venir à la découverte de produits du terroir régional et de se laisser carrément charmer. La délégation d'invités était principalement formée de distributeurs, de grossistes, de chefs reconnus, de représentants de marchés publics et de journalistes évoluant dans le domaine de la gastronomie. Dans ce cadre d'activités de maillage et d'ateliers, quelque **25 petites et moyennes entreprises du Saguenay-Lac-Saint-Jean** ont pu faire valoir leurs produits.

L'événement a été un rendu possible grâce à des partenaires tels que Promotion Saguenay, Cégep de Saint-Félicien, Défi Suzuki Chicoutimi, Tourisme Alma et l'Association touristique régionale du Saguenay-Lac-St-Jean.

L'Escouade jeunesse, un service **GRATUIT** très **PAYANT** !



LA SÉCURITÉ AU TRAVAIL, ÇA S'ENSEIGNE, ÇA S'APPREND.

www.jeunesautravail.com

escouade.jeunesse@csst.qc.ca

1 866 302-CSST (2778)