

RADAR

Association des détaillants en alimentation du Québec

■ juin - juillet - août 2010

La section des membres-fournisseurs C'est parti !

M. Daniel Fradette, société de
Groupe d'embouteillage Pepsi,
président du comité de direction
des membres-fournisseurs

PLACEMENT

Les femmes et les hommes
ont-ils la même perception ?

MISSION PRÉVENTION

Le vol interne :
civil ou criminel ?

55^e congrès
annuel de l'A.D.A.

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

Sommaire

Mot du président	03
Mot du président-directeur général	03
Section membres-fournisseurs	04
Ressources Humaines : Parlons formation	07



08	47 ^e Tournoi de golf A.D.A.
10	Temple de la renommée A.D.A. 2010 : Pat Toppetta
11	Inscription congrès A.D.A. 2010
12	Suivi des dossiers

Placement : Perception des hommes et des femmes	19
Ouverture du Nouveau Pasquier	23
Mission prévention : Le Vol interne	25
Table de concertation agroalimentaire du Québec	27



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
Vice-président, 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



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

Mot du président du conseil

Je vous salue chers confrères, chères consoeurs,
À tous les jours dans nos opérations quotidiennes, un de nos plus grands défis est «la communication». S'assurer que nos attentes sont bien comprises, voir à ce que tous nos gestionnaires soient à l'écoute de ces attentes et à leur tour relever le défi de la communication, soit bien véhiculer leurs attentes envers le personnel, bien véhiculer les projets qui sont en marche, bien véhiculer les informations qui s'ensuivent et corriger au besoin... WOW tout un défi!

Mais ce défi, nous le surmontons chaque jour et l'ajustons au besoin.

Et bien, voici un ajustement que l'A.D.A. accomplit afin de s'assurer d'une communication horizontale avec nos partenaires manufacturiers, fournisseurs et distributeurs par la relance du Comité fournisseurs où vous aurez une tribune bien à vous pour mieux rejoindre vos détaillants, mieux véhiculer vos besoins, vos attentes et vos revendications; des activités pour mieux réseauter seront développées et au congrès 2010, un forum de discussions pour vous, membres-fournisseurs. La balle vous appartient, maintenant à vous de saisir l'opportunité.

Je suis extrêmement fier de cette réalisation et de l'implication de certains d'entre vous. Un conseil a été formé et il est présidé par Daniel Fradette, assisté d'un exécutif et de toute l'équipe de directeurs : Marie-Josée Henri, Jean-François Courchesne, Gérard Cayouette, Hubert Descroix, Richard Gagnon, Domenic J. Mancuso, Marc Sauvageau, Val D'Amours et Annick Gazeille représentant les détaillants.

Merci à tous pour votre implication!

Du côté de la permanence, Florent et son équipe profiteront de l'été pour étoffer nos argumentaires et préparer un automne qui s'annonce très chargé de dossiers, de comités et de représentations, tels que :

- consigne et lois environnementales (projet de loi 88) – Éco Entreprises Québec
- contrebande de tabac
- frais des cartes de débit-crédit
- dossier bière et boissons alcooliques
- dossier du lait
- dossier des périodiques
- hygiène et salubrité
- Aliments du Québec
- valorisation de la main-d'oeuvre (CSMOCA)
- SIAL Canada
- et tant d'autres...

Bon été à tous,
Bonnes vacances!

Merci de votre support indispensable.

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	MONTRÉRIE Michel Lemieux 450-658-1831



Florent Gravel

Mot du président-directeur général

Lors du congrès du CTAC (Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation) tenu du 26 au 28 mars dernier au Mont Tremblant, nous avons assisté à un changement de garde. Je voudrais saluer le départ de Jacques Légaré qui en a été le PDG pendant plusieurs années et avec qui nous avons eu le plaisir de travailler.

Nous lui souhaitons du bon temps malgré le fait que nous l'ayons déjà recyclé à Éco- Entreprises en le nommant Président du conseil d'administration.

Nous saluons avec beaucoup d'enthousiasme la nomination et la promotion de Sylvie Cloutier au sein du CTAC au poste de PDG. Elle saura relever avec brio ce défi d'autant plus qu'elle a recruté récemment une ancienne de l'A.D.A., Carole Fortin. Sylvie, a pendant les quatre dernières années assuré de belle façon la présidence du conseil d'administration du CPAQ (Conseil de la Promotion agroalimentaire québécois) mieux connu sous le vocable Aliments du Québec. Je leur souhaite à toutes les deux bonne chance dans leurs nouvelles fonctions.

Lors de l'assemblée annuelle du CPAQ, le conseil d'administration m'a élu au poste de président en remplacement de Sylvie Cloutier qui terminait un mandat de quatre ans. Je voudrais profiter de cette tribune pour remercier les membres du CA de la confiance qu'ils m'ont témoignée en me confiant ce poste. Cet honneur rejailit sur notre association.

Je voudrais remercier Lyne Gagné pour toutes ces années passées à la tête d'Aliments du Québec. Elle nous a quittés en février pour rejoindre l'équipe de Cintech. Merci Lyne pour ta présence lors de nos événements ainsi que pour ton implication lors de notre Salon Sial Montréal et nous sommes assurés de ton entière amitié à notre égard.

Bienvenue à Marie Beaudry qui prend la place de Lyne en tant que directrice générale du CPAQ. Nous sommes convaincus que Marie, qui a déjà travaillé avec notre ami André Coutu du Groupe Export agroalimentaire, amènera la notoriété de notre marque de commerce encore un peu plus haut.

Nous avons rencontré dernièrement Mme Dominique Fortin, sous-ministre au MAPAQ et nous lui avons fait part de nos nombreux dossiers. Son enthousiasme, son écoute, ainsi que les échanges que nous avons eus avec elle, nous stimulent au plus haut point. Mme Fortin, nous avons besoin des connaissances que vous avez de l'industrie et surtout de votre vision de notre secteur afin de faire avancer les nombreux dossiers qui nous préoccupent. Bon succès dans tout ce que vous entreprenez.

Les 14-15-16 juin, nous avons fait 4 réunions en Bas-St-Laurent/Gaspésie, soit Rimouski, Gaspé, Carleton-sur-mer et Rivière-du-Loup. Merci à ceux qui sont venus nous rencontrer. Notre prochaine sortie aura lieu en Abitibi, dates à confirmer.

Notre tournoi de golf, qui a eu lieu le 25 mai sur un nouveau terrain, le Elm Ridge situé sur l'île Bizard a vu plus de 300 golfeurs s'en donner à cœur joie lors de cette magnifique journée. Le ramasse-balle que nous avons donné en cadeau a servi à plusieurs de nos moins jeunes golfeurs à ramasser leur balles sans avoir à sortir de la voiturette et protégeant ainsi quelques clavicules. En soirée, le président de la section des membres fournisseurs, Daniel Fradette de Pepsi, en a profité pour s'adresser à nos convives.

N'oubliez pas notre prochain congrès qui aura lieu cette année du 12 au 14 novembre au Fairmont Reine Elizabeth. Un bon mélange de détaillants et de fournisseurs est une formule gagnante.

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

À bientôt,



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

Voilà, c'est parti!

Les membres du Comité et moi-même poursuivons nos efforts afin d'établir une structure efficace permettant à cette belle tribune de vous servir pour le mieux, membres-fournisseurs.

Nous étions présents au tournoi de golf du 25 mai dernier afin d'accueillir les participants et la journée a été magnifique. Je tiens à remercier chaleureusement les participants pour leur présence et un **merci particulier aux entreprises qui ont supporté l'événement**. Ce fut très agréable de partager cette journée en votre compagnie.

Comme je le soulignais lors du souper, beaucoup de projets sont envisagés et la collaboration de tous les fournisseurs de l'alimentation est souhaitée, car c'est ce qui nous permettra de réaliser des événements d'une telle qualité et d'autre part, de **se réunir afin d'identifier et relever les défis qui nous attendent**.

D'autre part, chers membres-fournisseurs, vous aurez sûrement reçu votre facture de cotisation pour l'année à venir avec les détails. C'est à la suite d'une concertation des membres du Comité qu'une majoration des cotisations a été décidée, à compter du 1er juillet 2010, soit :

- chiffre d'affaires de moins de 5,000,000 \$: 600\$ (auparavant 550 \$)
- chiffre d'affaires de plus de 5,000,000 \$: 800\$ (auparavant 750 \$)

Cette majoration est minime et en honorant votre paiement avant le 1^{er} août, vous n'aurez pas à payer la majoration! Ce rabais accordé vous assure donc le même tarif qu'en 2009-2010. Votre cotisation permet le réseautage et le soutien d'actions concertées. **Nous voulons que vous soyez satisfaits et nous voulons aussi créer une Section forte et dynamique!**

Les membres du Comité, qui vous représentent, veulent développer une synergie accrue avec les détaillants et les autres partenaires de l'industrie. La tribune qu'offre l'A.D.A. permettra d'aller de l'avant et d'adresser des enjeux, en partenariat.

Vous serez informés des actions entreprises. D'ailleurs, une assemblée annuelle des membres-fournisseurs est prévue dans le cadre du prochain congrès. Un avis de convocation vous sera transmis cet été avec les pochettes du congrès.

Nous vous remercions sincèrement pour votre appui constant. Je puis vous dire que nous avons très à cœur votre bien-être en tant que membre et soyez assuré de notre aide, alors n'hésitez pas à nous faire part de vos préoccupations. Vous pouvez le faire en écrivant à Ginette Desjardins : gdesjardins@adaq.qc.ca.

Le prochain rendez-vous donc : le congrès de l'A.D.A., les 12-13-14 novembre au Fairmont Reine-Élizabeth de Montréal!

Bien cordialement,

Daniel Fradette

Membres-fournisseurs

A. Lassonde Inc.	Café Nelligan / Les Services Adaptés Transit	Fédération des Producteurs de Porcs du Québec	Oeufs Ovale s.e.c (Les)	S.C. Johnson Canada Limitée
Acosta Canada Inc.	Canada Bread Frozen Bakery Limited / Division Maison Cousin	Ferme Burnbrae Saint-Zotique Limitée	Lesage Inc.	Saputo Produits Laitiers Canada s.e.n.c
ADS (Versacold Atlas Distribution Services)	Cari-All Products Inc.	Flexmédia	Loto-Québec	Savoura / Les Serres du Saint-Laurent
AgroExpert	Centre de coupons Berco National Inc.	GE Capital Solutions Financement de Franchises	Ludik Distribution Inc.	Services Techniques Intégral Inc.
Agropur	Clark Drouin Lefebvre Inc.	Gestion Bi-Eau Pure Inc.	Maison des Futaies s.e.c	Sleeman Unibroue Inc.
Aliments Clic (Les)	Climatore Inc.	Groupe Chagall Design Inc.	Messageries de Presse Benjamin Inc. (Les)	Sobeys Québec Inc.
Aliments de Consommation Maple Leaf Inc.(Les)	Colabor s.e.c	Groupe de Courtage Omni Limitée	Metro Inc.	Société Canadienne de Sel Limitée (La)
Aliments G Dion (Les)	Commensal	Groupe d'embouteillage Pepsi-Cola	Multi-Marques Inc.	Société des Alcools du Québec / SAQ
Aliments McCain (Les)	Compagnie Clorox du Canada Limitée (La)	Groupe Tabac Scandinave (Canada)	Nestlé Purina Soins des animaux Familiers	Alimentation
Aliments Ultima Inc. (Yoplait)	Compagnie d'embouteillage Coca-Cola	Hydro-Québec Distribution	Nestlé Waters Canada	Sojolie Inc.
Arneg Canada Inc.	Compagnie H.J. Heinz du Canada Limitée	I F I Réfrigération Inc.	Nutri-Oeuf	Statopex
Association des Brasseurs du Québec	Compagnie Meilleures Marques Limitée (La)	Imdica Inc.	Olymel	Systèmes Énergie TST Inc.
Assurances Séguin Services Financiers Inc.	Corporation Général Mills Canada	Impérial Tobacco Canada Limitée	Pareto-Marchandisage Inc.	Systèmes Tomra Inc. (Les)
Blackburn G Tétreault et Associés	Croustilles Yum Yum & Aliments Krispy Kernels (Les)	Jacques Boisvert Communications Inc. JL Inc.	Parmalat Canada Inc.	TD Assurance Meloche Monnex
Bolduc Solution	Danone Inc.	JTI-MacDonald Corporation	Paysanne (La)	Habitation et Auto
Boulangerie Saint-Méthode	Distribution Jean-Paul Beaudry Limitée	Kellogg's Canada Inc.	Pied Mont Dora Inc.	Tetra Pak Canada
Boulangerie Weston Gadoua Inc.	Distribution Régitan Limitée	Kraft Canada Inc.	Procter & Gamble Inc.	Trente9 Groupe Communications Inc.
Boulangerie Weston Québec Inc.	Drakkar Groupe Conseil	Lacroix Gascon Avocats	Produits Kruger Limitée	Unisource Canada Inc.
Brasserie Labatt Limitée (La)	Étalex Inc.	Laiterie de Coaticook	Promotions C.D. Inc.	Van de Water-Raymond Limitée
Brasserie Mc Auslan		Laiterie des Trois-Vallées Inc.	Provigo / Membre du groupe Loblaw	VCS Groupe Conseil
Brasserie Molson (La)		Landy Morin Inc.	Réfrigération Actair Inc.	Vergers Leahy Inc. (Les)
Brasseurs du Nord Inc. (Les)		Maître Saladier (Le)	Réfrigération S. Dubé Inc.	Vesta Plus Inc.
			Roland & Frères Limitée	Vincor Québec Inc.
			Rothmans Benson & Hedges Inc.	Wood Wyant Inc.
				Wrigley Canada Inc.

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



**DANIEL
FRADETTE**
Société du Groupe
d'embouteillage
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



**HUBERT
DESCROIX**
Meilleures Marques,
division du Groupe
St-Hubert inc.



**MARC
SAUVAGEAU**
Acosta Canada inc.



**RICHARD
GAGNON**
Savoura



**VAL
D'AMOURS**
Unisource Canada inc.



**DOMENIC J.
MANCUSO**
Saputo inc.



**ANNICK
GAZAILLE**
IGA Gazaille
Ex-présidente A.D.A.

La responsabilité des clients

Comme plusieurs, vous avez entendu dans les dernières années à quelques reprises (le conseiller a fauché ses clients pour des milliers de dollars) ex. Earl Jones

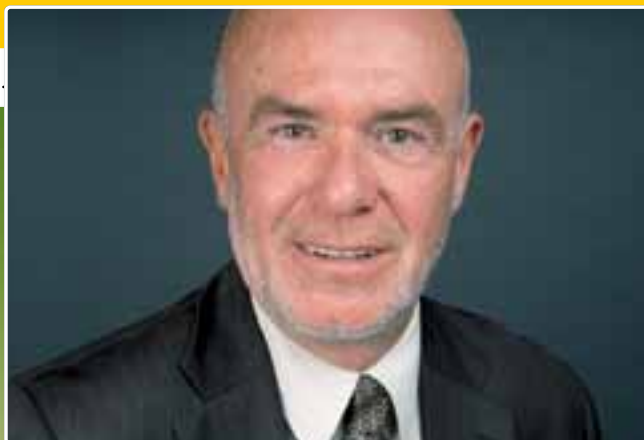
Prenons-lui pour commencer, ce n'est pas et je le répète ce n'est pas un conseiller. IL n'avait pas de permis. Donc c'était un fraudeur, un escroc, un bandit, ou tout ce que vous voudrez mais pas un conseiller; on appelle un chat, un chat, un chien, un chien et non pas un conseiller.

En janvier dernier j'ai demandé, lors d'un colloque au complexe Desjardins, à monsieur Vézina journaliste financier du journal des affaires, d'arrêter d'utiliser le mot conseiller dans ses articles, qu'il entretenait une fausse perception parmi le public.

En 2009 j'ai envoyé un courriel à mes clients leur demandant à quel moment, dans le processus de vente, ils avaient demandé à voir mes permis, **AUCUN ne l'avait fait.**

Monsieur Jones faisait libeller les chèques à son nom, aucun (Brend Name) à la porte de son bureau, que son nom.

Oui il y a des conseillers qui font les coins ronds mais pas plus que dans les autres professions.



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

L'année dernière les avocats ont eu plus de (4) quatre fois plus de plaintes que les conseillers, les notaires plus de (5) fois plus, et les comptables agréés presque autant de plaintes que les conseillers. Mais d'eux on n'en parle pas ou presque...

Qu'en est-il de la responsabilité de l'investisseur qui se ferme les yeux attiré par l'appât du gain. Vincent Lacroix n'était pas lui non plus un conseiller. Il était gestionnaire et propriétaire de ses fonds Norbourg.

Arrêtons de se fier aux apparences tout ce qui brille n'est pas en or. L'investisseur à le devoir de savoir avec qui il fait affaire et doit se méfier si par exemple un présumé conseiller lui offre un rendement de 5% par mois.

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



*Étant soucieux de la satisfaction de votre clientèle,
cette dernière mérite ce qu'il y a de mieux.*

*C'est pourquoi les 250 producteurs de veaux de lait du Québec
prodiguent quotidiennement les soins nécessaires
afin de produire le meilleur veau qui soit.*

*Depuis longtemps, le Veau de lait du Québec
est reconnu pour sa qualité, sa constance et son uniformité.
Sa viande rosée, tendre et raffinée
est hautement appréciée par les consommateurs les plus exigeants.*

*Acheter du Veau de lait du Québec,
c'est encourager les producteurs d'ici!*

www.veaudelait.com



**HYDRO-QUÉBEC REND HOMMAGE
À SIMON BÉRUBÉ, QUI REÇOIT LE PRIX
SPÉCIAL DU CONCOURS EXCELLENCE
MIEUX CONSOMMER 2009.**



SIMON BÉRUBÉ
Directeur principal de l'aménagement
commercial, Sobeys

Excellence **MIEUX
CONSOMMER**

Directeur principal de l'aménagement commercial chez Sobeys, Simon Bérubé compte à son actif un nombre impressionnant de réalisations en matière de réduction de la consommation d'énergie, y compris la création du premier supermarché certifié LEED au Canada et l'application de technologies hautement performantes dans les magasins et les entrepôts de la chaîne d'alimentation.

Mais, ce qu'Hydro-Québec a surtout voulu souligner par cet hommage, c'est le leadership de M. Bérubé, qui a su par ses solides convictions et son enthousiasme mobiliser les plus hautes instances de son entreprise, ses collègues et ses fournisseurs dans un effort concerté ciblant l'excellence sur le plan de l'efficacité énergétique.

**L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE, UN CHOIX D'AFFAIRES
RENTABLE ET RESPONSABLE.**



Parlons formation

Dans une société en constante évolution, il est inconcevable de stagner. Que nous le voulions ou non, les choses changent très rapidement, et notre secteur suit le rythme. Il est donc impératif de savoir s'adapter aux réalités actuelles et aux exigences de demain. En effet, le secteur du commerce de l'alimentation participe pleinement à la course à la modernité. Les clients en veulent pour leur argent, leur goût se raffine et, nous le savons tous, les habitudes alimentaires changent.

Pour demeurer dans la course, il est primordial de miser sur votre main-d'œuvre. **Cibler le potentiel des employés de vos magasins est d'une importance capitale.**

Il est maintenant possible d'offrir des formations adaptées tant aux besoins qu'aux capacités physiques et économiques des magasins d'alimentation du Québec. La tendance actuelle est à la formation en ligne, une forme d'apprentissage qui permet d'offrir des notions de base aux employés qui débutent ou qui souhaitent simplement acqué-

rir de nouvelles connaissances. Ce mode de formation permet également d'évaluer vos employés afin de mettre en évidence les connaissances acquises et le chemin qui reste à parcourir.

En plus de mettre sur pied des formations en ligne, le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation (CSMOCA) travaille à la création d'outils de reconnaissance des compétences qui offriront aux employés souhaitant progresser au sein d'un métier spécialisé ou en apprendre les rudiments la possibilité d'obtenir une reconnaissance de leurs compétences. Les métiers concernés par ce programme sont les suivants :

- boucher;
- poissonnier;
- boulanger;
- pâtissier.

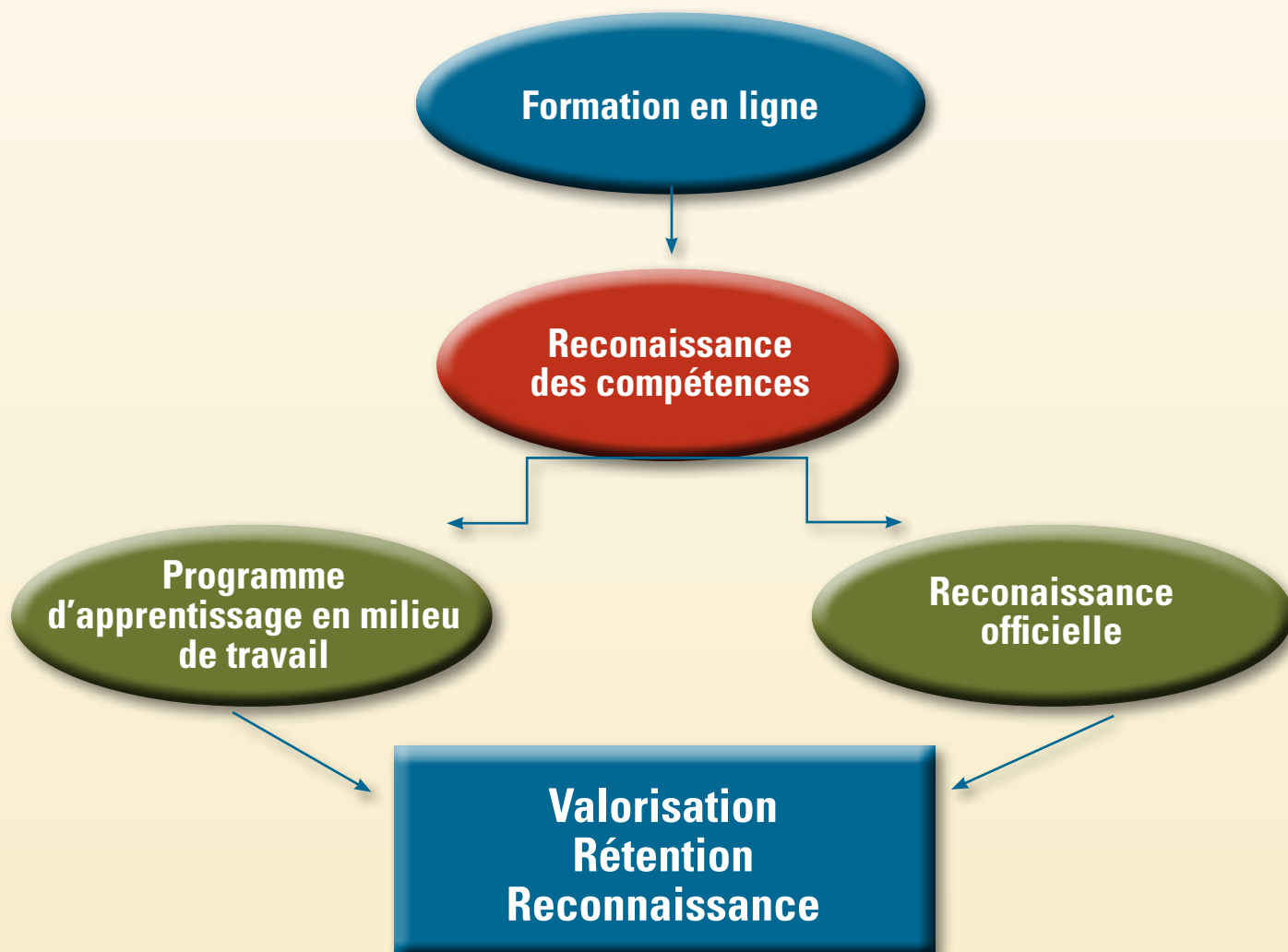
Ces outils permettront d'évaluer et de reconnaître officiellement les compétences acquises grâce à des expériences de vie et de travail.

Pour les cas où certaines compétences doivent être acquises en tout ou en partie, le CSMOCA propose également le **Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT)**, une formation adaptée à la réalité de chacun des métiers et offerte sous forme de compagnonnage, où une personne d'expérience transmet ses connaissances à un apprenti. Comme le nom du programme l'indique, ce mode de formation permet de faire l'apprentissage d'un métier en milieu de travail.

Voilà donc une suite logique d'acquisition et de reconnaissance des compétences. Le CSMOCA travaille de concert avec l'industrie dans le but de vous permettre de former vos employés gratuitement et adéquatement.

Vous avez des questions? L'équipe du CSMOCA est là pour vous aider. N'hésitez pas à communiquer avec nous au 514-499-1598.

Une tonne d'information est également disponible sur notre site Web : www.csmoca.org.





47^e

tournoi de golf annuel de l'A.D.A. 2010

Quelle journée magnifique nous avons eue le mardi 25 mai dernier!

Il faut dire que tous les ingrédients y étaient : température idéale, endroit privilégié qu'est le Club Elm Ridge et la bonne humeur des participants, qui ont fait de cet événement un beau succès.

Nos détaillants ainsi que nos précieux partenaires, ont eu tout à loisir de parcourir un des plus prestigieux club de golf au Canada. À voir le sourire de nos joueurs à leur arrivée au 19^e trou, force est d'admettre que cette journée a été un franc succès. Une journée qui permet à toutes et à tous de réaliser combien il est agréable de faire des affaires en plein air.

Encore mille mercis à notre commanditaire principal Parmalat et aux autres généreux commanditaires

À l'an prochain !





47^e tournoi de golf annuel de l'A.D.A.

Merçi à nos commanditaires

Commanditaire principal:

Collaborateurs:

Commanditaires Or:

Commanditaires Argent:

Commanditaires Bronze:

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



L'Association des Épicier du Bassin
Laurentien réunissant les détaillants de
la Bannière IGA a arrêté son choix. C'est
d'un commun accord que les marchands
IGA ont nommé M. Pat Toppetta au
Temple de la renommée A.D.A. 2010

C'est avec un immense plaisir que nous
vous invitons à lui rendre hommage le
13 novembre prochain au Fairmont Le
Reine Élisabeth lors de notre 55^e congrès
annuel.

Nous vous attendons tous pour cette soi-
rée de gala mémorable.



M. Pat Toppetta accompagnée de ses deux fils
Jason et Éric.

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

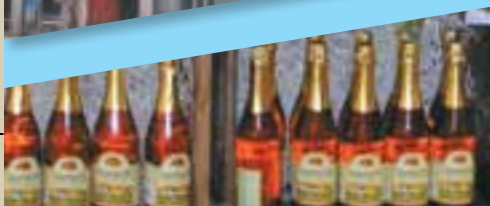
PAR LA POSTE

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.

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.



Tabac

Iniquité régionale dans la lutte à la contrebande, alors que le projet VITAL donne des résultats probants !

C'est avec beaucoup d'enthousiasme que l'A.D.A. a appuyé les démarches du ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS) pour casser la contrebande de rue, d'abord par l'entremise d'un projet pilote à Laval (VITAL : Vente illégale du tabac à Laval), puis dans l'établissement d'escouades spécifiquement dédiées à la contrebande de rue dans les villes de Laval, de Saint-Jérôme et de Montréal. Nous considérons toujours que c'est la principale solution pour atteindre la demande de ces produits illicites, sachant très bien qu'intervenir sur l'offre est, pour des raisons évidentes, une tâche beaucoup plus complexe.

Actuellement, seules la région métropolitaine de Montréal et sa couronne nord peuvent compter sur une escouade dédiée à enrayer la contrebande de rue. D'ailleurs, **nos membres dans ces régions couvertes nous rapportent un retour graduel et significatif de leurs ventes de tabac (de plus de 15 % à 40 % par rapport à 2009)**; c'est probablement le résultat d'un ensemble de facteurs, mais ce n'est certainement pas étranger à la pression accrue sur les réseaux de distribution illégaux et les fumeurs plus sensibles. Ces résultats très encourageants tranchent pourtant avec l'opinion généralement négative véhiculée dans les médias par des groupes de pression, qui ne sont peut-être pas au fait de cette évolution.

Certaines régions ne bénéficient malheureusement pas de pareilles hausses. En Estrie, dans la Capitale-Nationale, dans Chaudière-Appalaches et au Saguenay-Lac-Saint-Jean, après quelques mois plutôt positifs au début de 2009, on observe maintenant les signes d'un retour de niveaux alarmants de contrebande. Si par le passé le problème de contrebande se concentrait autour des réserves des premières nations, il faut comprendre qu'aujourd'hui les réseaux de distribution sont beaucoup plus efficaces et arrivent sans problème à approvisionner l'ensemble des régions en cigarettes illicites.

Nos membres de partout au Québec manifestent de l'intérêt pour le programme et souhaitent l'établissement d'ententes similaires avec les corps policiers de leur localité, ou du moins de leur région. La législation actuelle et le travail des corps policiers de la province



n'arrivent tout simplement pas à faire fléchir l'inquiétante impunité des trafiquants et l'insouciance des fumeurs québécois face au tabac de contrebande. Le modèle de VITAL semble y arriver.

Il est important que la portée du projet VITAL soit étendue à d'autres villes, alors que la situation devient critique à plusieurs endroits dans la province. Nous croyons que le gouvernement québécois devrait cibler de façon prioritaire les agglomérations de Québec, Saguenay et Sherbrooke, particulièrement touchées par le phénomène, étant à la fois populeuses et pouvant compter sur la présence de corps policiers municipaux.

Nous souhaiterions bien sûr que l'ensemble du Québec puisse être couvert par l'entremise de tous les corps policiers municipaux et de la Sûreté du Québec, mais nous sommes réalistes et persuadés qu'en s'attaquant de façon sérieuse aux principaux pôles régionaux, nous aurions certainement un rayonnement positif, à la fois sur la demande et l'offre de cigarettes illicites dans les localités environnantes.

L'argent est évidemment le nerf de la guerre. Le plus récent budget du ministre Bachand prévoyait d'ailleurs des sommes importantes pour la lutte à la contrebande; ne reste plus selon nous qu'à les canaliser de façon optimale.

Tabac



Le fédéral annonce son escouade

28 mai 2010 — Le ministre fédéral de la Sécurité publique Vic Toews a annoncé un investissement de 7 M \$ sur 3 ans pour mettre sur pied une unité spéciale de la GRC pour lutter contre la contrebande des produits du tabac ciblant principale-

ment la section frontalière Québec — Ontario. Toute nouvelle annonce est une bonne nouvelle pour les commerçants, mais peu de détails sont disponibles pour le moment sur la portée de cette escouade. Que le fédéral décide d'interve-

nir sur l'offre du tabac va de soi; ne reste alors plus qu'au provincial d'étendre la portée de son propre programme intervenant sur la demande de tabac illicite.

Frais transactionnels

Le code Flaherty est adopté. Qu'est-ce que ça change ?

Sans surprise, toute l'industrie du paiement électronique a adopté le code de bonnes pratiques. C'est ce qu'annonçait le cabinet du ministre des Finances le 18 mai dernier. Le contraire aurait été bien surprenant, puisque ce code n'engage pas les banques et entreprises de crédit à grand-chose, n'imposant aucune limite aux augmentations des taux chargés aux marchands.

La Coalition québécoise sur la hausse des frais de carte de crédit et de débit, dont l'A.D.A. fait partie, avait proposé des mesures en ce sens, mais elles n'ont malheureusement pas été retenues. Rien n'empêche donc la situation de se dégrader davantage, malgré la supposée victoire, telle que revendiquée par des groupes comme la Fédération canadienne des entreprises indépendantes (FCEI).

« Il s'agit d'un grand pas en avant pour les commerçants et les consommateurs, a déclaré le ministre Flaherty. Je suis très heureux que nous ayons pu obtenir la collaboration active des membres de l'industrie, qui ont adopté le Code volontairement et ainsi évité qu'on impose un fardeau réglementaire supplémentaire aux entreprises. »

Il semble évident que le ministre ne souhaitait pas envisager la voie réglementaire. Il faut reconnaître qu'il a fait preuve d'ouverture en s'attaquant à ce dossier complexe, mais nous ne pouvons partager son enthousiasme, puisqu'à notre avis, il ne s'est arrêté qu'à mi-chemin avec son code. Bien qu'ayant des visées bien intentionnées, le code ne peut pas corriger la situation préoccupante des commerçants.

Il est par exemple illusoire de penser qu'un commerçant peut simplement et rapidement mettre fin à un contrat avec un acquéreur. La concurrence est pratiquement inexistante, puisque les tarifs et l'offre de service sont pour ainsi dire uniformes sur le marché.

Il faut fixer des limites à la gourmandise des banques et des compagnies de crédit pour un mode de paiement sensé faciliter les opérations des consommateurs et commerçants. Comme il semble que le code n'y parviendra pas, il faudra envisager d'autres avenues, réglementaires s'il le faut. D'ailleurs, le projet de loi privé S-201 de la



sénatrice Pierrette Ringuette, intitulé Loi modifiant la Loi sur le Bureau du surintendant des institutions financières (cartes de crédit et de débit), qui a commencé à être étudié le 16 juin dernier, pourrait être une bonne entrée en matière. Les travaux sur S-201 continueront à l'automne, et la Coalition québécoise doit être au nombre des groupes entendus.

Alcool

Interdiction de publicité de prix : la solution à envisager !

L'écart entre les prix minimums et coûtants de la bière continue de se creuser, pour atteindre une perte jusqu'ici inégalée de - 9,63 \$ la caisse de 24 bouteilles (4 % a/v), la guerre de prix perdue, pour être devenue la norme 52 semaines par année. Comme si ce n'était pas suffisant, la catégorie semble en perte de vitesse par rapport à la consommation d'autres types de boissons alcoolisées.

Comment renverser la vapeur et relancer une catégorie, alors que les consommateurs n'achètent plus une bière en fonction de ses caractéristiques spécifiques ou son goût, mais plutôt selon un prix uniforme dans le marché ? Ils n'achètent plus une bière « premium » ou une bière économique; tous les produits, et même les nouveaux produits, se retrouvent dans un vacuum appelé prix minimum. Même les microbrasseries sont obligées de s'approcher des prix minimums, pourtant totalement déconnectés de leur réalité.

Ils ne sont pas dénués de logique : comment convaincre un consommateur de choisir une caisse de 12 bouteilles à 18, 19 ou 20 \$, alors qu'une caisse de 24 bouteilles peut coûter aussi peu que 21,38 \$?

Tant que l'utilisation de la publicité agressive de prix sera permise, la catégorie de la bière, sous le règne du dumping de volume, deviendra de plus en plus moribonde, sans variété, sans vision ni rentabilité pour les commerçants.

Comme c'est de l'alcool, il n'y a pas que les enjeux économiques, il y a une tout autre dimension, liée à sa consommation socialement responsable. Est-il socialement responsable d'inciter à grand renfort de publicité de l'alcool à des prix ridiculement bas, ou si ce n'est pas « au plus bas prix permis par la loi » ? Bien que la réponse nous semble évidente, notre sensibilisation des différents acteurs n'est pas terminée, mais notre objectif est plus clair que jamais.



Les ventes des microbrasseries en évolution



Bien que le marché global de la bière soit stable, le marché pour les produits de spécialité est en hausse. Selon l'Association des microbrasseries du Québec (AMBQ), en 2009, la part de marché des microbrasseries aurait augmenté de 12 %, et les bières importées de 6 %. Les microbrasseries détiennent maintenant 6,7 % du marché de la bière au Québec (toujours devancées par les importées à 16,4 %). On peut estimer que près de 10 % de la bière consommée dans les bars et restaurants est une bière de microbrasserie.

Parties du point zéro en 1985, on compte en 2010 environ 45 microbrasseries opérant sous permis industriel (les brasseurs peuvent vendre à l'intérieur et à l'extérieur de leur établissement). L'AMBQ regroupe 30 membres responsables de plus de 90 % de la production des micros. On compte également 28 permis de brasseurs artisans (broue pubs, qui peuvent vendre seulement dans leur établissement).

En rapport avec les données émises récemment par Statistique Canada sur l'évolution du marché de la bière et du vin, la présidente de l'AMBQ, Laura Urtnowski, ajoute que « *les segments qui sont en augmentation sont ceux qui attirent la même classe de consommateurs que le vin. Les gens recherchent une expérience gustative; ils aiment la créativité dont font preuve nos brasseurs. Ce sont les microbrasseries qui assurent le dynamisme de toute la catégorie bière* ».

Bien que les microbrasseurs québécois soient encore loin de pouvoir faire une concurrence réelle aux deux grands leaders du marché québécois de la bière, de plus en plus nombreux sont les détaillants qui se laissent convaincre par la variété, la qualité et les marges qu'offrent les microbrasseries d'ici.

Environnement

Le projet de loi 88 ne sera pas adopté avant l'automne

Le projet de loi 88 n'a malheureusement pu être entériné avant la fin de la dernière session parlementaire. Les travaux entourant la Loi modifiant la Loi sur la qualité de l'environnement concernant la gestion des matières résiduelles et modifiant le Règlement sur la compensation pour les services municipaux fournis en vue d'assurer la récupération et la valorisation de matières résiduelles devraient donc reprendre lors de la rentrée parlementaire automnale.



Les consultations particulières se sont tenues à Québec les 13 et 14 avril et, depuis, malgré plusieurs séances de travail, tous les amendements n'ont pu être adoptés à temps par les membres de la Commission des Transports et de l'Environnement.

Plusieurs parties du projet de loi ont été adoptées, notamment les principes, dont la hiérarchisation des 3RV-E (Réduction à la source, réemploi, recyclage, valorisation et élimination), mais le principal sujet de litige semble toujours causer problème, soit le niveau et les modalités de compensation pour les services municipaux de recyclage. Nous espérons toujours que le projet de loi saura assurer une certaine forme de partage des responsabilités entre les entreprises appelées à financer les services et les municipalités.

Pour plus de détails, consultez le site officiel de l'Assemblée nationale du Québec, projet de loi no 88 : <http://www.assnat.qc.ca/fr/travaux-parlementaires/projets-loi/projet-loi-88-39-1.html>.



Comment réagir au bannissement de l'enfouissement ?

Avec le bannissement prochain de l'enfouissement du papier et du carton d'ici à 2013, puis celui des matières organiques d'ici à 2020, les détaillants en alimentation sont dans une position très inconfortable. D'accord, la très grande majorité d'entre eux gèrent depuis de nombreuses années le papier et le carton, par contre l'offre de service de collecte des matières organiques, elle, est embryonnaire et très loin d'être adéquate sur la quasi-totalité du territoire québécois.

Pour corriger cette situation, les demandes de financement de projets de biométhanisation et de compostage entrent en grand nombre au ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs. Les détaillants sont néanmoins à la merci des projets qui seront ou non développés dans leur région. Rien n'assure non plus que des coûts additionnels ne seront pas chargés aux commerçants pour les services qu'ils recevront, alors qu'ils financent ces installations par leurs cotisations à la taxe à l'élimination. N'hésitez pas à parler de vos besoins de recyclage et/ou compostage à vos élus municipaux. Autrement, ils risquent de prendre des décisions qui ne tiennent pas compte de vos besoins !

De plus en plus de détaillants sont intéressés par des initiatives de gestion des matières organiques à même leur commerce, mais ce n'est pas nécessairement plus simple. Une installation de compostage peut être coûteuse, mais également difficile à opérer, surtout en l'absence de lignes directrices à jour, puisqu'elles sont en révision depuis plus de deux ans. Nous avons néanmoins obtenu quelques détails encourageants au sujet des installations de faible envergure telles qu'utilisées dans des commerces alimentaires, mais la maturation du compost causerait toujours quelques maux de tête. La révision des lignes directrices devrait être terminée à l'automne 2010.

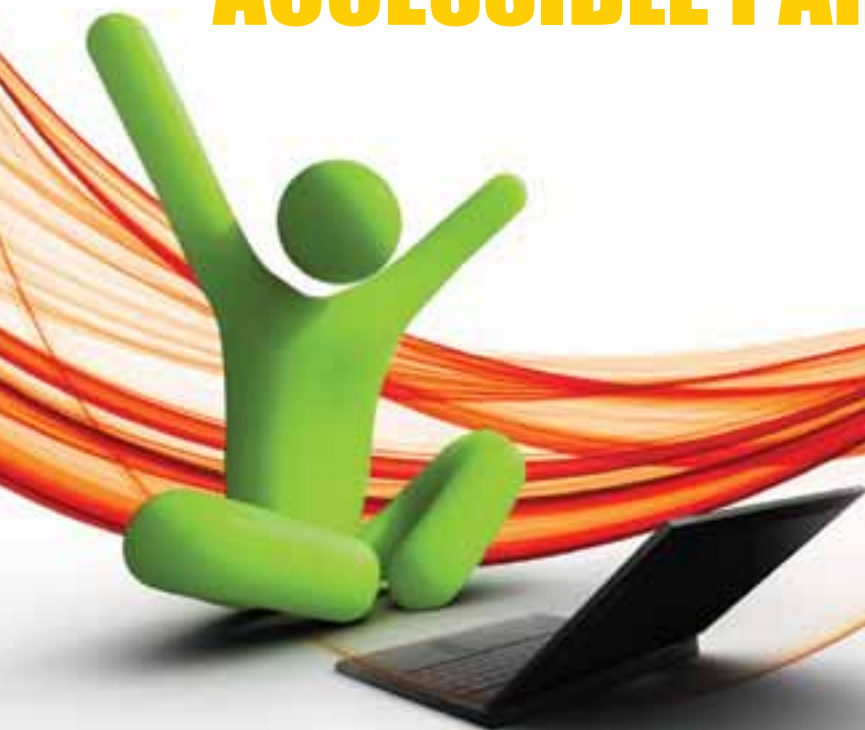
Si le sujet vous intéresse et que vous souhaitez obtenir plus d'information, n'hésitez pas à contacter Pierre-Alexandre Blouin à la permanence de l'A.D.A.





FORMER VOS **COMMIS** C'EST POSSIBLE!

UNE FORMATION **GRATUITE** SUR LES FRUITS ET LÉGUMES **ACCESSIBLE PAR INTERNET**



**« AMÉLIOREZ VOTRE
SERVICE CLIENTÈLE ET
FIDÉLISEZ VOS EMPLOYÉS!
VOUS AVEZ TOUT À GAGNER
EN INSCRIVANT VOS COMMIS
À CETTE FORMATION UNIQUE »»**

POUR INFORMATIONS CONTACTEZ-NOUS AU

514 499-1598



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





À la mémoire de **Pierre Chasles** 1946-2010

C'est avec tristesse que nous avons appris le décès de M. Pierre Chasles, 9 avril dernier à l'âge de 64 ans.

Pierre Chasles était président de G.V. Bergeron inc et 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.Chasles.

Félicitations à **André Forget**

M. Forget s'est mérité lors de sa visite à SIAL Canada de Montréal le 23 avril dernier, deux billets d'avion et 3 nuits d'hôtel pour assister à SIAL Paris du 17 au 21 octobre 2010. L'A.D.A. en collaboration avec SIAL Canada lui souhaitent bon voyage.



SIAL 2010
The Global Food Marketplace

SIAL Paris
17 - 21 OCTOBRE 2010
PARIS
www.sial.fr



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 : kesequin@assurancesseguin.com



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



La perception des femmes et des hommes face à la gestion de leurs avoirs

Cette étude commandée par GenSpring Family Offices (É.U.), explore la relation unique qu'entretiennent les femmes et les hommes avec leur patrimoine.

Le groupe cible était composé d'adultes de 18 ans et plus. L'âge moyen des femmes 51 ans et celui des hommes 57 ans. Quatre-vingt-douze pourcent des femmes avaient une valeur nette d'au moins 1 million de dollars dont 67% avaient une valeur nette de plus de 5 millions. Quatre-vingt-dix-sept pourcent des hommes avaient une valeur nette d'au moins 1 million de dollars dont 63% avaient une valeur nette de plus de 10 millions.

Voici en 6 points les résultats de cette étude qui souligne les similarités et les différences et par conséquent influence le processus décisionnel de chacun.

1) CONNAISSANCE ET IMPORTANCE DES ASPECTS FINANCIERS DE LA GESTION DU PATRIMOINE.

	FEMMES	HOMMES	ÉCART F H
GOUVERNANCE	55%	59%	-3
DONS DE CHARITÉ/PHILANTHROPIE	58%	63%	-5
PLANIFICATION SUCCESSORALE	77%	85%	-8
TESTAMENT	50%	65%	-15
GESTION DES INVESTISSEMENTS	50%	78%	-28
ASSURANCES	30%	59%	-29
PLANIFICATION FINANCIÈRE	57%	88%	-31
FISCALITÉ	36%	72%	-36

En général, les hommes se disent plus confiants que les femmes quant à leur connaissance de tous ces aspects et en particulier ils se disent avoir de meilleures connaissances en ce qui a trait au domaine des assurances et de la fiscalité. Les trois domaines que les femmes disent avoir les meilleures connaissances sont la planification de succession (77%), la philanthropie (58%) et la planification financière (57%).

2) CONTROLE, IMPLICATION ET PRISE DE DECISION

Environ 80% des hommes ont indiqué se sentir impliqués de façon active dans la gestion de leur patrimoine par rapport à 53% chez les femmes.

	FEMMES	HOMMES	ÉCART F H
LE COUPLE PREND LES DÉCISIONS RELATIVEMENT À LA GESTION DU PATRIMOINE	68%	65%	-3
JE M'EN REMETS À LA DÉCISION D'UN CONSEILLER EXPERT	70%	50%	-20
JE PRENDS TOUTES LES DÉCISIONS	38%	76%	-38
MON CONJOINT/MA CONJOINTE PREND PLUS DE DÉCISIONS QUE MOI	44%	9%	-35
JE PRENDS LA MAJORITÉ DES DÉCISIONS FINANCIÈRES QUOTIDIENNES	65%	61%	-4

3) CHOIX DES CONSEILLERS ET CRITERES DE SELECTION

Les hommes et les femmes sont très différents sur ce point. L'étude montre que 1 homme sur 4 choisit son conseiller avec sa conjointe alors que ce pourcentage est de 45% pour les femmes. Les hommes communiquent plus fréquemment avec leur conseiller environ 12 fois durant l'année par rapport à 10 fois pour les femmes. Ils sont aussi plus nombreux à consulter les relevés de portefeuille sur une base mensuelle (70% des hommes versus 45% des femmes)

4) PHILANTHROPIE

La philanthropie prend plusieurs formes, incluant donner du temps, faire des contributions monétaires individuellement, en famille ou à travers une fondation. La perception des participants est qu'ils donnent plus que la génération de leurs parents.

5) ATTITUDE, POUVOIR, FIERTÉ ET IDENTITÉ

Il est clair que plus d'hommes (81%) que de femmes (46%) ressentent la fierté face à la manière dont ils ont acquis leur patrimoine. Lorsqu'on demande aux femmes si elles sont fières de la manière dont leur famille a acquis leurs avoirs, le pourcentage augmente (66%) et baisse légèrement pour les hommes (77%).

Cependant, la majorité d'hommes (62%) et de femmes (63%) préfèrent que les gens ne sachent pas qu'ils sont fortunés. Hommes et femmes préfèrent se faire respecter pour ce qu'ils sont plutôt que pour ce qu'ils possèdent.

6) TRANSMISSION DU PATRIMOINE AUX ENFANTS

La majorité souhaite laisser une part significative de leurs avoirs à leurs enfants. Environ la moitié des hommes et des femmes (44% et 56% respectivement) croient que leurs enfants sont bien préparés à recevoir cet héritage. En revanche, environ la moitié (56% hommes et 43% femmes) sont préoccupés par l'habileté de leurs enfants à faire une bonne gestion du patrimoine. Le mentorat est perçu comme une bonne façon de développer les habiletés de la gestion et de la préservation du patrimoine.

	FEMMES	HOMMES	ÉCART F H
ASSURER UN MENTORAT À MES HÉRITIERS	78%	90%	-12
QUE LES ENFANTS ATTEIGNENT LEUR INDÉPENDANCE FINANCIÈRE	95%	90%	-5
QUE LEURS ENFANTS BÂTISSSENT LEUR PATRIMOINE PAR EUX-MEMES	83%	81%	-2
AVOIR DES DISCUSSIONS CONCERNANT LES VALEURS FAMILIALES ET L'HÉRITAGE ÉVENTUEL	58%	46%	-12

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

Salon des vins et tentations du terroir, une deuxième édition réussie

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

La Fondation Tirelire amasse 35 000 \$ pour soulager la faim au Québec

La Fondation Tirelire remercie l'A.D.A.
pour son accueil chaleureux lors de son tournoi
de golf annuel. Grâce à la générosité des gens,
près de 1 500 \$ ont été amassés pour soulager
la faim au Québec. Merci!



Christian Jasmin, président de l'A.D.A., André A. Coutu, président-directeur général du Groupe Export Agroalimentaire, Alain Thibaut, directeur général de la Fondation Tirelire et Florent Gravel, président-directeur général de l'A.D.A.

Le 14 avril dernier, la Fondation Tirelire tenait la deuxième édition de son Salon des vins et tentations du terroir dans le cadre de l'Expo-Congrès du porc. Cette soirée-bénéfice, sous la présidence d'honneur de l'homme d'affaires Maskoutain, M. Claude Corbeil, a dépassé ses objectifs en amassant près de 10 000 \$ de plus que l'an dernier, soit 35 000 \$ pour lutter contre l'insécurité alimentaire. Les sommes seront distribuées à des organismes qui apportent des solutions novatrices pour soulager la faim à travers le Québec.

Au cours de la soirée, près de 700 convives ont eu la chance de se délecter à la hauteur de leur appétit. Les saveurs présentées étaient à la fois diversifiées et explosives en bouche. Qu'il s'agisse de vins, de cidres, de bières, de fromages, de terrines, de bouchées ou bien de canapés, tout le monde trouvait de quoi faire délirer leurs papilles. Pour ceux qui avaient le goût de développer leurs connaissances en matière de vin, un atelier Accords mets et vins donné par Mme Hélène Dion, sommelière conseil et chroniqueuse vins, était également offert.

Cette réussite a été possible grâce à l'implication de tous. « Nous tenons à remercier tous nos partenaires qui ont contribué à la mise en place de ce Salon ainsi que tous les bénévoles qui ont donné de leur temps afin que cette soirée soit un succès », a commenté Alain Thibaut, directeur général de la Fondation Tirelire.



Plus de 700 personnes ont participé à ce 2^e Salon des vins et tentations du terroir organisé par la Fondation Tirelire.



Nicolas Morissette, président de l'Association du Congrès du porc du Québec, Jean-Paul Roulin, président de la Fondation Tirelire, Donald Lefebvre, gagnant d'un panier-cadeau, de Jygan Technologies, Claude Corbeil, président d'honneur du Salon, Alain Thibaut, directeur général de la Fondation Tirelire.

Hélène Dion, sommelière conseil et chroniqueuse, était sur place pour animer un atelier sur les accords mets et vins.

Vous voulez du concret sur le marché du travail dans l'alimentation au Canada?



1. Il vous suffit de nous rendre visite en ligne à :
<http://www.cgihrc.ca/fr/employeurs/recherches-et-publications>
2. Cliquer sur « Rapports d'information sur le marché du travail » pour consulter nos rapports de recherche gratuits dans ce domaine.



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

Cultiver une main-d'œuvre passionnée et des carrières gratifiantes

Canada

Ce site Internet est financé par le gouvernement du Canada
par le truchement de programme des conseils sectoriels.

Former et superviser les jeunes travailleurs, c'est **PAYANT** !



La CSST peut vous aider. Faites appel à
l'ESCOUADE JEUNESSE pour sensibiliser
vos jeunes à la sécurité du travail.

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

www.jeunesautravail.com

escouade.jeunesse@csst.qc.ca

1 866 302-CSST (2778)

A VOS MARQUES! PRÊTS?

PARTEZ!

INNOVATIONS ALIMENTAIRES CANADA

TORONTO CONGRESS CENTRE | 25 & 26 OCTOBRE



TORONTO CONGRESS CENTRE

IAC  **2010**

25 & 26 OCTOBRE

Félicitation à la famille Paquette

PASQUIER
tout en fraîcheur!

Le nouveau Pasquier est grand ouvert

Après deux années de patience et plusieurs millions de dollars de rénovation, la famille Paquette a officiellement inauguré le Nouveau Pasquier, le plus grand magasin d'alimentation indépendant au Québec sinon au Canada.

La création du Nouveau Pasquier de Saint-Jean-sur-Richelieu, c'est plus de 100 nouveaux emplois pour les gens de la région et un nouveau tremplin économique.



De gauche à droite : Simon Paquette (fils de Robert, relève), Daniel Paquette (Frère, directeur des achats et R&D pour Viandes Paquette), Robert Paquette (propriétaire), Annie Paquette (fille de Robert, relève), Rita Smith (mère), Guy Paquette (propriétaire), Mario Paquette (propriétaire)



& Desjardins

L'ASSUREUR N° 1 ASSURE AUSSI
VOTRE COMMERCE

Desjardins Assurances générales vous offre
une protection adaptée à votre secteur d'activité.

DEMANDEZ UNE SOUMISSION :

1 888 AFFAIRES

(1 8 8 8 2 3 3 - 2 4 7 3)

Desjardins & Cie

C'est tout Desjardins qui appuie les entreprises

Desjardins Assurances générales désigne Desjardins Assurances générales inc.



Desjardins
Assurances générales



SIAL 2010

The Global Food Marketplace

17 > 21 Oct. 2010

**NOUVELLES TENDANCES :
Gardez une longueur
d'avance !***

Commandez votre badge d'entrée sur www.sial.fr

**Plus d'infos,
demande
de badge...**

Pour lire le QR Code,
téléchargez l'application
compatible avec
votre Smartphone



Porter Novelli

Paris 17 – 21 October 2010

Paris Nord Villepinte France

www.sial.fr

*** New Trends: Catch them all!**

COMEXPOSIUM CANADA

Tel : +1 866-281-7425 - Fax : + 1 514 289 1034

Email : Tamar.kantarjian@comexposium.com

An event by
comexposium

SIAL a subsidiary of Comexposium Group



Lors de vol interne, dois-je me tourner vers le civil ou le criminel?

Nous sommes, trop souvent, témoins de commerçants qui ont été victimes de vol interne et qui deviennent par la suite victimes du système judiciaire québécois. Les laissant, la plupart du temps, amers de leurs expériences. C'est durant ces moments que nous entendons dire **le système protège les voleurs!** En fait, si vous prenez le bon chemin, justice devrait être rendue sans trop de frustrations.

Il faut d'abord comprendre la différence entre les deux systèmes :

Civil : (monsieur X contre l'accusé)

- Ceci sera utilisé afin de récupérer les sommes volées, de tenter de se faire rembourser les frais inhérents au vol (enquêtes, surtemps, etc.) et de lever des saisies, toujours dans le but de récupérer l'argent perdu.
- Dans ce système, nous n'avons pas besoin de preuve hors de tout doute. Une prépondérance de preuve est suffisante. (L'accusé est vu sur les caméras à voler les dépôts à trois reprises. Par contre, il y a eu 10 dépôts volés de la même façon en tout, alors que ce même individu était responsable de la clé du coffre durant la période où chacun des dépôts a été volé.) Ainsi, la prépondérance de preuve pourrait être suffisante pour inculper l'accusé dans tous ces vols.

Criminel : (la Reine contre l'accusé)

- Ceci sera utilisé par un citoyen qui veut faire son devoir de bon citoyen et déclarer un vol. Par contre, si l'accusé est trouvé coupable et est condamné à payer une somme d'argent, celle-ci sera versée à **La Reine** c'est-à-dire, au gouvernement et non à la victime.
- De plus, en cour criminelle, il faut une preuve hors de tout doute. Si nous prenons le même scénario des 10 dépôts volés, la cour criminelle ne tiendra compte que des 3 dépôts dont nous pouvons identifier le sujet sur le système de caméras. Les 7 autres dépôts ne seront probablement pas retenus par manque de preuve.

Il est important pour un commerçant victime de vol de bien identifier son objectif premier lors d'un recours :

- Est-ce que je veux récupérer l'argent perdu?
- Est-ce que je veux faire mon devoir de bon citoyen en déclarant le vol?
- Ai-je suffisamment de preuves hors de tout doute?

Vous avez toujours la possibilité de déclarer le vol autant au civil qu'au criminel et ce, au même moment.

Prenez aussi le temps de vérifier votre clause **Malhonnêteté d'employé** dans votre police d'assurance et assurez-vous, premièrement, d'être couvert et deuxièmement, que le montant assuré soit suffisant. Trop souvent, les commerçants font descendre ce montant afin de réduire les primes... c'est une erreur.

Comme dit l'annonce... Être victime de vol c'est frustrant, mais être victime du système c'est enrageant!

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

Cynthia Breault
Consultante Groupe Conseil VCS





RECYC-QUÉBEC,
au cœur de l'action
avec l'Association des détaillants
en alimentation (ADA).

Merci de votre engagement!

Pour tout savoir sur la gestion responsable
des matières résiduelles, consultez le :
www.RECYC-QUEBEC.gouv.qc.ca

RECYC-QUÉBEC
Québec 



Tables de concertation agroalimentaire du Québec

Présentation des TCAQ

Les tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ) ont pour mission la coordination des efforts de développement du secteur bioalimentaire régional du Québec.

Les 15 TCAQ sont régies par des conseils d'administration dont les membres proviennent des différents maillons de la filière agroalimentaire régionale et des organismes de développement bioalimentaire oeuvrant sur les plans local et régional.

Les TCAQ ont doté la plupart des régions du Québec d'une planification stratégique régionale pour le développement du secteur bioalimentaire. Ces plans ont permis de stimuler une dynamique concertée pour le développement agroalimentaire régional.



Estrie

Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est

Le 18 mai dernier, le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) tenait une assemblée de consultation réunissant une quarantaine d'acteurs du secteur bioalimentaire afin de statuer sur une nouvelle marque identitaire destinée aux produits de la région.

C'est ainsi qu'une nouvelle image, sous l'appellation régionale « **Créateurs de Saveurs - Cantons de l'Est** » remplacera désormais « Goûtez les Cantons ».

Les consommateurs sensibles à la notion de provenance verront apparaître graduellement, au cours des prochains mois, ce nouveau logo sur les produits de notre région et sur les outils promotionnels et de communication orchestré par le CIBLE.

Source : Vicky Villeneuve
819-346-8905, poste 121

Gaspésie

Le 10 juin dernier avait lieu à Gaspé le lancement de la dernière édition du Guide-Magazine Gaspésie Gourmande.

Depuis cinq ans, l'Association, qui fait la promotion des produits gaspésiens, publie à chaque année cet outil indispensable pour le touriste gourmand de passage en Gaspésie. Agrémenté d'articles et de recettes, le guide-magazine présente le Tour gourmand, répertoire exhaustif des meilleures adresses de visites à la ferme, boutiques, restos et gîtes, qui mettent en valeur les nombreux produits du terroir de la région.

Pour le cinquième anniversaire de la publication, Gaspésie Gourmande s'offre une édition de 72 pages, tirée à 50 000 exemplaires, complètement revampée par sa nouvelle équipe. On y retrouve entre autres des entrevues avec Josée di Stasio et Laure Waridel, ainsi que des escapades gourmandes présentées par des artistes gaspésiens, des recettes exclusives et d'autres articles tout aussi intéressants les uns que les autres, qui témoignent du dynamisme et de l'ouverture de l'Association.

Le Guide-Magazine est disponible au Québec au coût de 5,50 \$ (réservez auprès de votre agent-



distributeur des Messageries De Presse Benjamin au (450) 621-8167, pour avoir des copies dans votre épicerie !). Il est par ailleurs distribué gratuitement sur tout le territoire gaspésien.

Lanaudière

Goûtez Lanaudière! sera encore plus présente chez les détaillants de la région. En effet, les détaillants qui participent à la campagne de promotion des produits de la région de Lanaudière ont généreusement accepté de placer, dans leurs magasins, des affiches faisant la promotion d'entreprises.

Les affiches, suspendues au plafond au-dessus de l'endroit où l'on retrouve les produits, comportent une photo du produit, un slogan qui contient le mot ICI et une indication de la ville dans laquelle est fabriqué le produit.





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*.



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)

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