



Agences SAQ : un irritant de trop?

En décidant de mettre fin abruptement aux paiements par carte de crédit des commandes effectuées par les exploitants d'agence SAQ, la société d'État en a choqué plus d'un. Pour plusieurs, c'était la goutte qui a fait déborder la bouteille.

Détails en page 6



CARTE DE CRÉDIT

Walmart
s'entend
avec Visa

P.10



HAUSSE DU SALAIRE MINIMUM

Un outil parmi
d'autres

P.10



SACS DE PLASTIQUE

Retour
sur le
bannissement

P.11

RÉFLEXIONS SUR LE SALAIRE MINIMUM ET LES CARTES DE CRÉDIT

Étant propriétaire de 2^e génération d'une épicerie offrant du travail à une cinquantaine d'employés, j'écoute attentivement ce qui se dit dans les médias au sujet d'une hausse éventuelle du salaire minimum à 15 \$/l'heure. Quand j'entends certains intervenants affirmer qu'il est inacceptable que des travailleurs à temps plein vivent sous le seuil de la pauvreté, je ne peux qu'être d'accord. Par contre, j'ai de sérieux doutes sur la solution proposée, soit nous refiler un important rattrapage du salaire minimum.

Sans compter l'effet que pourrait avoir une telle hausse sur mes employés dont le salaire horaire oscille déjà autour de 15 \$, j'évalue à plus de 30 000 \$ la charge additionnelle qu'une telle hausse représenterait sur ma masse salariale. Mais où suis-je sensé trouver cette somme considérable?

Certains diront que nous n'avons qu'à augmenter le prix des aliments, mais ce n'est pas si simple. Je ne peux quand même pas payer mes employés avec ma carte de crédit!

Parlant de crédit, je viens d'apprendre la conclusion d'une entente entre Visa et Walmart concernant les frais de carte de crédit (voir page 10). Quelle mauvaise nouvelle pour l'ensemble des petits commerçants qui devront maintenant assumer les importants rabais accordés aux multinationales que sont Walmart et Costco! L'an passé, le ministre des Finances du Canada a choisi de ne pas donner suite, du moins pour l'instant, au projet de loi de la députée Linda Lapointe qui aurait permis de plafonner les frais de carte de crédit. En effet, il a préféré annoncer la mise en place d'une commission chargée d'analyser les frais qui nous

sont chargés. Or, en attendant les conclusions de ce processus, les géants du crédit saisissent chaque occasion pour renflouer leurs coffres. Espérons que le gouvernement du Canada ne tardera pas trop avant d'agir... La survie de plusieurs entreprises en dépend!


Daniel Choquette
Président

ENFIN VOICI VENUE 2017

Je suis donc bien content que 2016 soit derrière moi! Avec mon épouse qui a combattu un cancer du sein et qui s'est fait changer les deux genoux, j'ai dû m'adapter à un nouveau rôle, car vous savez, le service personnalisé, ça, ça nous connaît. Mais la cerise sur le sundae est arrivée suite à l'accouchement de ma fille Pascale. Celle-ci s'est retrouvée avec la bactérie mangeuse de chair dans l'utérus. Merci au docteur qui l'a reçue à l'urgence, car sans son expertise et sa prise de décision rapide, Pascale ne serait plus de ce monde aujourd'hui. Dieu merci, elle s'en sort sans aucune séquelle.

Un nouveau dossier a surgi sur mon bureau : celui de près de 500 marchands propriétaires qui détiennent une agence SAQ. Comme pour nous, le dossier des cartes de crédit, qui n'a pas beaucoup évolué en 2016, frappe la SAQ de plein fouet et celle-ci a décidé de ne plus autoriser de paiement par carte de crédit pour ses agences.

Jamais un dossier n'a soulevé autant de réactions de la part de nos marchands. Une rencontre a eu lieu entre nous et une autre avec les gens de la SAQ. Nous espérons qu'en 2017, la mentalité des gens de la SAQ changera vis-à-vis de nos marchands. Il est plus que temps que le dialogue en soit un de partenaires d'affaires. Oui, la SAQ a un monopole, mais non, nous ne sommes pas ses esclaves. Nous connaissons les marges de profit avec lesquelles travaille la SAQ; comment ses dirigeants peuvent-ils dormir le soir en vous laissant une marge de 5% de profit sur la vente des spiritueux? Scandaleux! Si vous trouvez que ce mot est un peu fort, allons-y pour le mot abusif.

J'espère que lors de nos prochaines discussions où nous déposerons nos attentes, les gens de la SAQ traiteront ce dossier comme une occasion d'affaires équitable pour les deux parties.

Prix du lait

Dans le dossier du lait, une autre étape importante a été franchie cette année, soit le règlement concernant le lait à valeur ajoutée où la Régie se questionnait sur la possibilité d'imposer un prix maximum de vente. Quelle catastrophe financière serait arrivée si la Régie avait posé un tel geste! Une dernière étape est sur la table pour 2017, soit la recherche du juste prix du lait. Des études seront déposées à la Régie vers la fin janvier. Une décision sera prise d'ici la mi-année par la Régie sur le prix du lait régulier, qui représente près de 70% des ventes de cette catégorie. Encore là, une autre décision importante est attendue. Plusieurs dollars sont ici en jeu.

Consigne

Quant au dossier de la consigne, plusieurs discussions, rencontres, etc. ont encore eu lieu en 2016. Serons-nous branchés une fois pour toutes en 2017? Les mois qui viennent nous le diront. Merci à tous ceux qui ont discuté de ce dossier avec leur député. Continuez cette bonne habitude. Parler avec votre député lui permet d'être au courant de ce que vous vivez en tant qu'entrepreneur. Fort de votre information, il pourra mieux comprendre les enjeux lors des débats que les députés ont à l'Assemblée nationale.

Finalement, comme pourrez le lire dans cette édition du RADAR, notre congrès a encore une fois atteint ses objectifs. Félicitations à Louise et à son équipe. Pour ceux qui étaient absents, vous avez manqué quelque chose.

Continuez de lire les différents dossiers que nous défendons pour vous. Il est important que vous soyez au courant de ce qui se trame dans notre industrie. Vous pouvez aussi consulter notre site Internet et communiquer avec nous. Ce sera un plaisir pour nous de vous aider, car tout comme vous dans chacun de vos magasins, le service à la clientèle est une priorité.

De la part du personnel de l'ADA, Ginette, Louise, Manon, Pierre-Alexandre, Mathieu et moi-même, nous vous souhaitons une année 2017 à la hauteur de vos attentes! Que votre panier d'épicerie soit rempli de plein de bonnes choses!

Merci de la confiance que vous nous témoignez.


Florent Gravel
Président-directeur général

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

Toute traduction, reproduction ou adaptation des textes, illustrations et photos par quelque procédé que ce soit du présent ouvrage, est strictement interdite sans l'autorisation écrite de l'éditeur. Les opinions émises dans les articles publiés dans le RADAR n'engagent que la responsabilité de leurs auteurs.

Téléphone : (514) 982-0104 ▶ 1 (800) 363-3923
Télécopieur : (514) 849-3021 ▶ info@adaq.qc.ca
2120, rue Sherbrooke Est, bureau 900,
Montréal (Québec) H2K 1C3

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

ÉDITEUR

Florent Gravel
info@adaq.qc.ca

COMITÉ DE RÉDACTION

Mathieu Fraser
mfraser@adaq.qc.ca

Pierre-Alexandre Blouin
pblouin@adaq.qc.ca

DESIGN + DIRECTION ARTISTIQUE

Sylvain Toulouse
sylvaintoulouse.com

RÉVISION LINGUISTIQUE

Gabriel Doré
gabriel.dore@gmail.com

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

Daniel Choquette **André Forget**
Président Vice-président

Michel Dépatie **Guillaume Laroche**
Trésorier Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Jean-Philippe Beaudry **Jean-François Marcoux**
Marc Bougie **Bruno Ménard**
Marcel Clermont **Michel Milot**
Bruno Desrochers **Sophie Provencher**
Marie-Josée Drouin **Romy Reid-Boursier**
Jasen Gaouette

SECTION MEMBRES-FOURNISSEURS (SMF)

COMITÉ EXÉCUTIF

Pierre Larue **Gérald Cayouette**
Président Vice-président

Jean-François Courchesne **Christian Bérubé**
Trésorier Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Éric Cardin **Martin Provost**
Sophie Gadbois **Annie Rochefort**
Philippe Gadoua **Marc Sauvageau**
Élise Grondin **Patrick Simard**

SOMMAIRE

SECTION MEMBRES-FOURNISSEURS	4
SUIVI DE DOSSIERS	
ALCOOL	
Agences SAQ : un irritant de trop?	6
Alcool du Québec en épicerie : c'est parti!	6
Modernisation de la RACJ : l'ADA fait ses commentaires	7
AGROALIMENTAIRE	
Fruits et légumes frais : bientôt un nouveau règlement	8
Boissons gazeuses : consommation en baisse au Québec	9
Sommet sur l'alimentation : en quête de pertinence	9
PAIEMENT	
Carte de crédit : Walmart s'entend avec Visa	10
MAIN-D'OEUVRE	
Hausse du salaire minimum : un outil parmi d'autres	10
ENVIRONNEMENT	
Bannissement des sacs de plastique : un pas en avant ou en arrière?	11
UNE DISTINCTION IMPORTANTE!	11
CONGRÈS ANNUEL 2016	12
FORMULAIRE D'ADHÉSION	18
REVUE DE L'ANNÉE 2016	
Environnement	22
Agroalimentaire	24
Paiement	28
Tabac	29
Alcools	30
Dossiers divers	31
CHRONIQUES	
La prévention des pertes...	34
Gestionnaire performant	35
ACTUALITÉ DES TCBQ	36
INSCRIPTION 54^e TOURNOI DE GOLF DE L'ADA	38

SMF

SECTION MEMBRES- FOURNISSEURS

VOUS SERVIR FUT UN PLAISIR!

Chers collègues de l'industrie,

Il va sans dire que les 3 dernières années à la tête de la section des membres-fournisseurs (SMF) furent agréables et empreintes de moments mémorables. En effet, lors du dernier congrès, j'ai annoncé que je ne renouvelais pas mon mandat à titre de président de la SMF, préférant passer le flambeau à une personne qui sera en mesure de consacrer davantage de temps à cette tâche et de mener la SMF à une autre étape. Nul besoin de vous dire que d'écrire ces quelques lignes me fait un pincement au cœur.

Je profite de cette dernière tribune qui m'est offerte pour saluer la venue de Pierre Larue à titre de président de la SMF. Fort d'une brillante carrière, Pierre œuvre, depuis les vingt dernières années, dans le secteur de la sûreté et de la sécurité. Il est aujourd'hui vice-président, développement des affaires, ventes et marketing pour le Groupe Conseil VCS, spécialiste en prévention des pertes et sécurité. C'est avec grand plaisir et détermination qu'il a accepté de relever cet important défi qui se dresse devant lui. Nul doute qu'il saura relever celui-ci avec brio, secondé par un comité de direction des plus dynamiques.

Je saisis aussi cette occasion pour remercier très sincèrement et chaleureusement Daniel Choquette, Florent Gravel, Ginette Desjardins et les 12 membres de notre comité de direction pour leur appui indéfectible au cours de ces 3 dernières années. Je peux sans contredit affirmer que sans leur support, la SMF ne serait pas l'ombre de ce qu'elle est aujourd'hui!

Je suis excessivement fier des progrès que nous avons réalisés sous ma gouverne, mais soyez sans crainte, il reste beaucoup de travail à accomplir. D'ailleurs, je me permets d'affirmer que la SMF est en excellente santé et que les relations avec le conseil d'administration de l'ADA sont très saines et cordiales.

En terminant, bien que je ne siégerai plus à titre de président, je demeurerai au sein du comité de direction. Ceci contribuera assurément à faciliter l'intégration de notre nouveau président et me permettra de poursuivre le travail vivement amorcé il y a maintenant plus de 3 ans. Vous servir fut un réel plaisir et j'espère bien vous revoir aux prochaines activités de l'ADA en 2017.

Merci à tous et à bientôt.


Marc Sauvageau

 **LA FORCE
D'UN
RÉSEAU**

La section membres-fournisseurs (SMF) de l'ADA, c'est plus de 120 entreprises, petites et grandes, ayant décidé d'unir leur voix afin d'adresser les vrais enjeux de l'industrie. Œuvrant dans divers domaines, elles ont en commun d'offrir des services ou des produits aux détaillants en alimentation. Voici quelques-unes d'entre elles.

HED Courtier en
Assurance
Inc.
ASSURANCE ET GESTION DE RISQUES

 **SLEEMAN**

 **AGROPUR**
Coopérative laitière

UN QUESTIONNEMENT ÉNERGIQUE

D'entrée de jeu, j'aimerais souhaiter à tous nos membres et à ceux en devenir une très, très bonne année 2017.

Au nom de mes collègues du Comité de direction de la section des membres-fournisseurs et en mon nom personnel, je tiens à remercier le président sortant, Monsieur Marc Sauvageau, pour son implication au cours des dernières années. Monsieur Sauvageau demeure toutefois au sein du Conseil pour nous appuyer dans cette étape de transition. Nous ne pouvons que saluer cette initiative et le support qu'il nous apporte.

En tant que nouveau président, j'entends, en collaboration avec mes collègues administrateurs, soumettre un questionnaire énergique sur notre position actuelle pour ainsi s'assurer du rôle que nous tiendrons auprès des fournisseurs, et ce, en étroite collaboration avec l'Association.

Fortement consciente des enjeux qui nous attendent, notre section entend redéfinir certains aspects de son approche en commençant par une catégorisation des membres-fournisseurs.

CETTE CATÉGORISATION SERA DÉFINIE COMME SUIV :

- Catégorie **Fournisseurs** convoitant des activités de réseautage, d'intéressement et de sensibilisation auprès des **maisons-mères**.
- Catégorie **Fournisseurs** convoitant des activités de réseautage, d'intéressement et de sensibilisation auprès des **détaillants**.
- Catégorie **Fournisseurs** en période de **démarrage** souhaitant se sensibiliser aux rouages de l'industrie.

Concrètement, nous pourrons cibler les besoins respectifs de chacune d'entre elles et conséquemment les appuyer plus efficacement.

NOS PREMIÈRES ACTIONS SE TRADUIRONT AINSI :

- Intégrer notre marché en identifiant de nouveaux leviers de croissance.
- Se rapprocher des membres actuels et futurs en animant substantiellement notre réseau.
- Confirmer notre rôle comme levier majeur entre les structures et les organisations concernées.
- Optimiser nos performances pour fidéliser nos membres.

Cette volonté engage notre responsabilité en tant qu'administrateurs pour concrétiser nos objectifs.

Nous vous invitons donc à suivre de très près le calendrier qui vous sera livré au cours des prochaines semaines dans la section des membres-fournisseurs.

À tous, nous vous souhaitons une année prospère.



Pierre Larue
Président SMF



Pour consulter la
liste complète des
membres SMF ou pour
en devenir membre, visitez :
adaq.qc.ca/membre-fournisseur





SUIVI DE DOSSIERS

Cette section fait état de l'avancement des dossiers que nous menons. On y présente également l'actualité reliée au secteur du détail en alimentation. N'hésitez pas à nous contacter pour obtenir des informations supplémentaires ou encore pour nous transmettre des renseignements afin de mieux documenter nos dossiers.

ALCOOL

AGENCES SAQ : UN IRRITANT DE TROP? ▼

Le 1^{er} novembre dernier, la Société des alcools du Québec (SAQ) a acheminé une lettre à l'ensemble des détenteurs d'agence SAQ afin de les aviser que, à compter du 9 janvier 2017, les paiements par carte de crédit ne seraient plus acceptés afin de régler leur commande. Nous avons reçu de nombreux appels de détaillants critiquant la décision unilatérale de la SAQ et nous mentionnant que c'était la goutte qui a fait déborder le vase. Le vin tourne au vinaigre avec la société d'État.

Nous avons donc mis sur pied un comité regroupant les détaillants en alimentation exploitant une agence SAQ de toutes tailles et affiliations. Cela nous a permis d'identifier rapidement l'éventail de leurs irritants. Parmi les éléments soulevés, mentionnons la faible rentabilité offerte aux détaillants, les problématiques liées à l'autoapprovisionnement, le sentiment d'iniquité entre les secteurs de la restauration et celui du détail, l'obligation d'appliquer des planogrammes provinciaux, la gestion des promotions par bulletins, etc.

Par la suite, une rencontre regroupant des détaillants ainsi que les représentants de la SAQ a eu lieu. Loin de tout régler, cette rencontre a plutôt servi à établir un canal de communication.

Quelques jours plus tard, la SAQ a proposé aux détenteurs d'agences deux possibilités de modification aux modes de paiement et leur a demandé de se prononcer en faveur de l'une d'elles. La SAQ a expliqué que cette démarche n'était pas une réponse à notre rencontre. La SAQ disait souhaiter sonder ses partenaires quant à de nouvelles façons de faire envisageables.

À l'ADA, nous espérons que les administrateurs de la SAQ feront preuve d'ouverture dans ce dossier. Le modèle des agences permet à la SAQ de gagner et/ou de maintenir des parts de marché tout en engageant peu de frais, voire aucun. Les détaillants font un excellent travail de mise en marché pour le plus grand plaisir des consommateurs, mais avec des marges de profits dérisoires. Depuis longtemps, les exploitants d'agences ont l'impression de ne pas être traités comme de réels partenaires d'affaires de la SAQ. La situation ne doit pas être prise à la légère par les administrateurs de la société d'État. À la lumière des discussions que nous avons eues avec plusieurs détaillants, sans une écoute attentive et des actions concrètes, il sera difficile pour la SAQ de simplement mettre un couvercle sur la marmite.

ALCOOL DU QUÉBEC EN ÉPICERIE : C'EST PARTI! ▼

Le 14 décembre dernier, le gouvernement provincial a enfin adopté les règlements permettant l'entrée en vigueur de la Loi sur le développement de l'industrie des boissons alcooliques artisanales.

Vous étiez nombreux à espérer pouvoir offrir les alcools du Québec à votre clientèle à temps pour Noël, mais l'entrée en vigueur tardive des règlements a grandement compliqué la tâche de plusieurs afin d'être approvisionnés à temps. Certains y sont quand même parvenus, mais une chose est certaine... vous serez nombreux dans les prochains mois.

Après plus de 15 ans de démarches, la vente des alcools artisanaux du Québec est enfin autorisée dans le réseau des dépanneurs et des épiceries. L'approvisionnement en vente directe est le modèle privilégié et l'affichage des cépages et millésimes est permis pour tous les vins (industriels et artisanaux). Il s'agit d'une avancée majeure pour tous : producteurs, détaillants et consommateurs.

Maintenant que le cadre légal est en place, il ne reste plus qu'à faire ce que vous savez le mieux faire, c'est-à-dire mettre en marché les produits d'ici. N'hésitez pas à prendre contact avec les producteurs de votre région; il y a de belles opportunités d'affaires à saisir!



MODERNISATION DE LA RACJ : L'ADA FAIT SES COMMENTAIRES ▼

En novembre dernier, l'ADA a pris part aux consultations menées par le député André Drolet visant à moderniser la Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ). Guillaume Laroche (Secrétaire de l'ADA et propriétaire du Metro Laroche situé à Lévis) ainsi que Pierre-Alexandre Blouin (V-P, Affaires publiques de l'ADA) se sont déplacés à Québec pour l'occasion. Loin de vouloir tout changer, ces derniers ont plutôt souhaité faire la démonstration que le système québécois est, à l'échelle mondiale, un équilibre relativement juste entre la disponibilité accrue de produits alcooliques et une mise en marché ordonnée. Toutefois, nous n'avons pas manqué de souligner les principaux éléments problématiques avec lesquels les détaillants doivent composer au quotidien, par exemple : le non-respect des prix minimums, l'iniquité entre les secteurs d'activités, la mécanique d'inspection, la vente en ligne, etc. Voici un court résumé de quelques-uns des éléments abordés :

51 % ALIMENTAIRE	PRIX MINIMUM	ÉQUITÉ CAD-CSP	HEURES DE VENTE	DÉGUSTATIONS
Évidemment, nous avons insisté sur l'importance de maintenir une prédominance alimentaire dans l'octroi de permis de vente d'alcool au détail. Le Québec a décidé de ne pas avoir de «liquor stores» privés et se faisant, pour obtenir un permis, il faut démontrer avoir 51% de denrées alimentaires en inventaire. Avec 8 000 points de vente privés, les Québécois sont loin d'être en manque de disponibilité d'offres d'alcool dans la province. De plus, aucune raison ne justifie l'abandon de cette mesure au cœur du permis de vente privée. Nul doute qu'il s'agit d'une mesure qui joue bien son rôle. Avec leur offre variée d'aliments combinée à l'alcool, les épiceries et les dépanneurs sont les mieux adaptés pour offrir une complémentarité et des conseils. Cependant, un meilleur suivi après l'octroi du permis est, selon nous, un incontournable puisque beaucoup de commerces ne respectent plus cette mesure une fois le permis octroyé.	Nous avons également fait part aux élus du problème majeur que représente le non-respect des prix minimums. En effet, devant la tolérance de la RACJ, l'industrie teste toutes les façons d'attirer le consommateur en contournant les prix minimums de la bière (promotions croisées). Le processus d'indexation des prix minimums de la bière est problématique depuis longtemps, ce qui a favorisé l'établissement de la bière comme « loss leader » par excellence. Les plus petits commerçants n'arrivent plus à demeurer concurrentiels, ce qui les pousse à s'approvisionner illégalement chez leurs concurrents comme Costco.	Au Québec, vendre de l'alcool est un privilège. Bien que les détaillants apprécient pouvoir offrir ce service à leurs clients, ils déplorent que, pour diverses raisons, des avantages déloyaux soient accordés au secteur de la consommation sur place (CSP) et pas à celui de la consommation à domicile (CAD). En plus d'avoir droit à une plus grande sélection d'alcool dans chacune des catégories (spiritueux, vins et bières en fût, importations privées, etc.), le secteur CSP a droit à des heures de vente étendues. Il y a un an à peine, à la recherche «d'équité», le ministre Leitão a abaissé les taxes spécifiques de l'alcool du réseau CAD au même niveau que le CAD. Il serait temps que l'équité fonctionne à double sens.	Les détenteurs de permis CAD intéressés devraient pouvoir élargir leurs heures de vente comme leurs concurrents CSP. L'obligation de masquer et de cadenasser les espaces contenant les produits alcooliques après 23h est également jugée désuète par les détaillants. En 2016, en plus de l'apposition d'affichettes explicatives sur les heures de vente, il existe un ensemble de mécanismes permettant d'empêcher la conclusion d'une transaction, sans verrous et tout aussi efficace (p. ex. un système de caisse bloque toute transaction d'alcool après les heures permises).	Finalement, les dégustations sont extrêmement appréciées des consommateurs et permettent à ces derniers de découvrir de nouveaux produits. Par contre, actuellement, les règles entourant les dégustations en magasin sont trop restrictives. Une simplification des règles entourant la tenue de dégustations (lorsque réalisées par du personnel dûment formé) seraient très appréciées des détaillants, des producteurs d'alcool et des consommateurs.



AGROALIMENTAIRE

FRUITS ET LÉGUMES FRAIS : BIENTÔT UN NOUVEAU RÈGLEMENT ▼

Après l'imbroglio entourant l'abolition du Règlement sur les fruits et légumes frais dont nous vous avons parlé dans l'édition précédente du RADAR, le ministre Pierre Paradis du MAPAQ a rapidement admis l'erreur et a fait en sorte qu'un nouveau règlement soit publié. Ainsi est né le Règlement sur l'indication de l'origine des fruits et légumes frais.

En résumé, ce règlement prévoit l'ajout de la mention « Produit du Québec » à tous les fruits et légumes frais cultivés ici et mis en marché sur le territoire québécois (voir tableau pour plus de détails). Au moment d'écrire ces lignes, le MAPAQ terminait l'analyse des commentaires reçus, dont ceux de l'ADA, et prévoyait une mise en application en 2017.

Bien que nous sommes en accord avec le nouveau règlement, nous croyons que le gouvernement devrait également considéré les produits identifiés par un des logos d'Aliments du Québec comme étant « conforme ». En effet, Aliments du Québec est dépositaire d'une marque incontournable indiquant la provenance des produits d'ici et l'industrie redouble d'effort pour fédérer et pour regrouper l'ensemble des entreprises et leurs produits sous sa marque ombrelle. C'est pourquoi nous croyons que le projet de règlement ne peut pas passer à côté d'Aliments du Québec.

Il serait très contreproductif qu'un détaillant ou qu'une entreprise ait l'obligation de dupliquer l'information en apposant deux indications d'origine, comme un pléonasme sur un même produit. Qui plus est, la surface des produits est restreinte et en modifier l'emballage engendre des coûts significatifs. Dans l'étalage, les informations destinées aux clients sont innombrables. Le petit logo ovale directement sur le produit simplifie tellement de choses.

À l'heure actuelle, Aliments du Québec compte 870 produits dûment certifiés dans la catégorie des fruits et légumes frais. Nous sommes conscients qu'il reste du travail à faire, certaines entreprises privilégient plutôt une forme ou une autre d'autoproclamation locale. Le consommateur peut-il réellement s'y fier? Parfois oui, parfois rien n'est moins sûr. Espérons que le gouvernement entende notre message.

CE QUE DIT LE NOUVEAU RÈGLEMENT :

1. **Chaque colis de fruits ou de légumes frais conditionnés en vue de la vente doit porter à l'extérieur, en caractères apparents et indélébiles, les indications suivantes :**
 - a. dans le cas de fruits ou de légumes cultivés au Québec, l'expression « Produit du Québec »;
 - b. dans le cas de fruits ou de légumes provenant de l'extérieur du Québec, le nom du pays d'origine ou, s'il s'agit de fruits ou de légumes provenant d'une province canadienne, le mot « Canada » ou le nom de la province d'origine.

Toutefois, dans le cas de fruits ou de légumes frais vendus au détail non préalablement emballés, ces indications doivent apparaître bien en vue au-dessus de ceux-ci.
2. **Les annonces, réclames ou autres moyens de publicité doivent mentionner les indications suivantes :**
 - a. dans le cas de fruits ou de légumes frais cultivés au Québec, l'expression « Produit du Québec »;
 - b. dans le cas de fruits ou de légumes frais provenant de l'extérieur du Québec, le nom du pays d'origine ou, s'il s'agit de fruits ou de légumes provenant d'une province canadienne, le mot « Canada » ou le nom de la province d'origine.



BOISSONS GAZEUSES : CONSOMMATION EN BAISSÉ AU QUÉBEC ▼

Une étude de l'Institut national de santé publique (INSPQ) a révélé que la consommation de boissons gazeuses a chuté de 18 % entre 2010 et 2014. Il s'agit de la catégorie de boisson dont la consommation a le plus diminué parmi celles que l'on retrouve à l'épicerie. À l'inverse, la consommation d'eau a augmenté de 21 % durant la même période.

Voilà une bonne nouvelle! Ces résultats démontrent que le travail de sensibilisation et le temps qui passe font bien les choses. Les habitudes des consommateurs évoluent, comme en témoignent leurs comportements d'achat.

Parmi les mesures qui se retrouvent dans la nouvelle politique gouvernementale de prévention en santé figure justement la réalisation d'une étude entourant la possibilité d'imposer une surtaxe aux boissons sucrées.

Or, l'étude de l'INSPQ – un organisme que l'on ne peut accuser d'être à la solde de l'industrie des boissons gazeuses – milite pourtant contre l'implantation de mesures coercitives. Nul besoin d'alourdir le fardeau fiscal des Québécois (en taxant deux fois certains produits) afin de les inciter à adopter de saines habitudes alimentaires.

Nous saluons la sagesse des élus qui, jusqu'à présent, ont résisté à la tentation d'imposer une taxe pensant que cela réglerait le problème. Nous sommes conscients qu'il reste encore du chemin à parcourir pour que l'ensemble des Québécois développent des habitudes alimentaires plus équilibrées. Bien que les pro-taxes affirment que le portefeuille des consommateurs peut se le permettre, l'élasticité des prix des denrées alimentaires est limitée et il ne manque pas d'articles de journaux pour en témoigner.

SOMMET SUR L'ALIMENTATION : EN QUÊTE DE PERTINENCE ▼

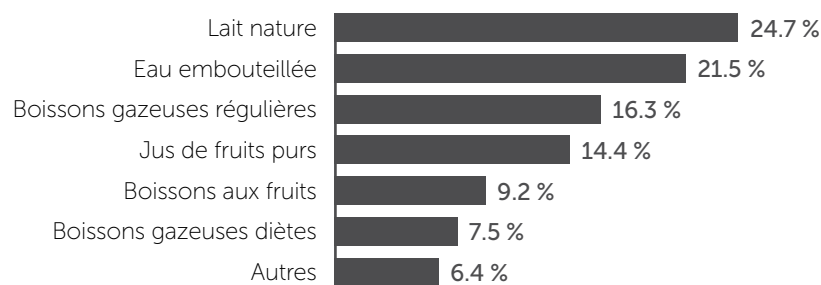
En octobre dernier avait lieu la 1^{re} rencontre du Sommet sur l'alimentation du MAPAQ. Évidemment, l'ADA y a participé et nos impressions sur cette rencontre, dont le thème était « les consommateurs », sont plutôt partagées. Nous apprécions avoir eu la chance de nous exprimer sur les façons d'aider et de bonifier le monde alimentaire. Il faut dire que les occasions de faire part au ministre du MAPAQ des préoccupations des détaillants en alimentation sont plutôt rares.

Comme nous l'écrivions dans le dernier RADAR, il s'agit de la 9^e consultation en 8 ans. Résultat, les propos tenus par les participants lors des ateliers étaient, pour la plupart, déjà largement connus. D'ailleurs, nous ne nous sommes pas gênés pour mentionner que les consommateurs, tout comme les acteurs de l'industrie, attendent des gestes concrets, pas une énième consultation.

Le MAPAQ prévoit accoucher de sa nouvelle politique bioalimentaire en 2018, soit en même temps que le Cadre stratégique agricole fédéral. C'est long! Néanmoins, nous espérons que le ministre mobilise l'ensemble des acteurs de l'industrie afin de prendre part à un processus dont la finalité ira au-delà des paramètres décrits dans une éventuelle entente fédérale-provinciale.

En terminant, la prochaine rencontre aura lieu en février 2017 et après les consommateurs, ce sera au tour des détaillants et des transformateurs alimentaires. Pour l'occasion, le thème sera « Le développement du potentiel de l'industrie alimentaire québécoise sur les marchés d'ici et d'ailleurs ». Comptez sur nous pour y faire valoir le point de vue des détaillants.

BOISSONS ACHETÉES EN SUPERMARCHÉ 2013-2014 (% LITRES)



Source : Institut national de santé publique du Québec

RICARDO AU DIAPASON AVEC LES DÉTAILLANTS

Durant la première rencontre du Sommet sur l'alimentation, nous avons beaucoup apprécié la fraîcheur du discours d'ouverture du conférencier d'honneur Ricardo Larrivée portant sur les besoins et les attentes des consommateurs. Il a notamment mentionné que les détaillants sont à l'écoute des consommateurs et que, s'ils souhaitent un produit spécifique, il leur suffirait de le demander à leur épicerie.

Ricardo a aussi surpris l'assistance en affirmant qu'il doute de l'efficacité d'une taxe sur les boissons sucrées et que, à son avis, pour générer les résultats escomptés, l'État devrait plutôt favoriser l'éducation, ce qui permettrait aux Québécois d'adopter eux-mêmes de meilleures habitudes alimentaires et, surtout, de cesser de juger les comportements des gens.



PAIEMENT

CARTE DE CRÉDIT : WALMART S’ENTEND AVEC VISA ▼

Après quelques mois d’hostilité, la guerre est maintenant terminée entre Visa et Walmart. En effet, l’annonce d’une entente a été confirmée par les deux entreprises sans pour autant diffuser de détails sur la nature du compromis réalisé. S’il s’agit d’une bonne nouvelle pour les consommateurs canadiens qui pourront à nouveau utiliser leur carte Visa dans les magasins Walmart du Manitoba ainsi qu’à Thunder Bay en Ontario, il en est tout autre pour les petits commerçants qui, eux, n’auront pas droit au taux très avantageux consenti à Walmart Canada.

Alors que les consommateurs étaient nombreux à se réjouir de la nouvelle sur les médias sociaux, les petits commerçants, eux, étaient tout aussi nombreux à craindre une éventuelle hausse des taux qui leur sont chargés pour accepter les paiements par carte de crédit. En effet, le gouvernement du Canada n’a toujours pas accepté de plafonner les taux chargés aux commerçants. La seule obligation des compagnies de crédit consiste à maintenir un taux moyen de 1,5 %. Concrètement, cela veut dire que, pour maintenir une moyenne de 1,5 %, Visa devra faire payer d’autres commerçants afin de compenser l’important rabais accordé à Walmart Canada.

Dans le contexte actuel, les traitements de faveur accordés aux géants que sont Walmart et Costco nuisent grandement à la rentabilité des petits commerçants. Plus que jamais, il est temps que le gouvernement fédéral intervienne pour régulariser la situation. La vitalité de l’économie canadienne est directement reliée à la bonne santé financière de ses entreprises petites et grandes. Avant qu’il ne soit trop tard, il est temps que le gouvernement fédéral sonne la fin de la récréation.

MAIN-D’OEUVRE

HAUSSE DU SALAIRE MINIMUM : UN OUTIL PARMi D’AUTRES ▼

Peu après Noël, la ministre du Travail, Dominique Vien, a annoncé une hausse du salaire minimum de 50 cents effective en date du 1^{er} mai prochain. Résultat, le salaire minimum sera dorénavant de 11,25 \$ de l’heure. Il s’agit certes d’une hausse considérable, mais qui demeure bien en deçà du 15 \$ de l’heure ayant défrayé les manchettes en 2016. D’ailleurs, le sujet ne manquera pas de revenir dans les médias en 2017.

Dans ce dossier, nous espérons que le gouvernement saura faire la part des choses. Personne n’est contre la vertu et les détaillants en alimentation aimeraient bien offrir de meilleurs salaires à l’ensemble de leurs employés. Toutefois, malgré la bonne volonté, une telle hausse risque d’avoir des répercussions telles que les inconvénients surpasseraient les avantages. C’est pourquoi nous invitons le gouvernement à étudier les différentes alternatives (ex. programme de soutien du revenu). Le salaire minimum est loin d’être le seul outil à la disposition du gouvernement pour influencer sur le revenu disponible des ménages.

La rentabilité d’un commerce alimentaire repose sur un équilibre précaire entre les coûts d’approvisionnement et d’opérations (qui ne cessent de croître) ainsi que les ventes. Or, dans un contexte où la concurrence est de plus en plus féroce

et où les consommateurs sont de moins en moins friands à se procurer leurs produits à prix régulier, rentabiliser un commerce alimentaire relève de l’exploit.

Certains avancent que les avantages d’une hausse du salaire minimum à 15 \$ (ex. l’incitation à la dépense) compenseront les inconvénients (ex. une hausse du prix des denrées). Permettez-nous d’en douter! Certains ont aussi tendance à minimiser l’effet d’entraînement que peut causer une telle hausse sur l’ensemble de la masse salariale. Or, croire que les employés ayant plus de responsabilités et dont le taux horaire est actuelle-

ment proche de 15 \$ ne revendiqueront pas eux aussi un réajustement salarial, c’est se mettre la tête dans le sable.

Peu avant Noël, l’ADA a rencontré des représentants du cabinet de la ministre du Travail afin de lui faire part de nos préoccupations en la matière. Nous avons profité de l’occasion pour inviter le gouvernement à être prudent dans son approche. La récente annonce de la ministre Vien démontre que notre intervention a porté ses fruits. Le sort des travailleurs au bas de l’échelle est une préoccupation pour laquelle nous devons collectivement trouver une solution, mais il faut éviter de se tirer dans le pied.

« Alors que les prix des aliments ne cessent de faire les manchettes, les détaillants en alimentation ne voient tout simplement pas comment ils pourront maintenir l’équilibre si le gouvernement allait de l’avant avec une hausse aussi substantielle du salaire minimum. »

*Pierre-Alexandre Blouin,
V-P Affaires publiques ADA*



Xavier Poncin entouré de son équipe et des représentants de l'ADA lors de la cérémonie.

De gauche à droite : Marie-Christine Sivière (SIAL Canada), Julie Pilet (SIAL Canada), Louise Gravel (ADA), Stefan Guignard (SIAL Canada), Florent Gravel (ADA), Magalie Moreau (SIAL Canada), Xavier Poncin (SIAL Canada), Daniel Choquette (ADA), Aurélie Pedreira (SIAL Canada).

ENVIRONNEMENT

BANNISSEMENT DES SACS DE PLASTIQUE : UN PAS EN AVANT OU EN ARRIÈRE? ▼

Deux mois après l'entrée en vigueur du bannissement des sacs de plastique à Brossard, La Presse s'est entretenue avec 38 commerçants du secteur afin de voir les solutions mises de l'avant. Comme nous l'avions soulevé lors des audiences organisées par la Ville de Montréal, les résultats du coup de sonde de La Presse démontrent que beaucoup de commerçants ont opté pour une alternative dont l'empreinte environnementale est potentiellement plus grande que les sacs de plastique légers utilisés en épicerie. Si tel est le cas, est-ce un pas en avant ou en arrière?

Sur la totalité des commerçants sondés, 45 % ne donnent plus de sacs, 37 % donnent des sacs en papier et 11 % donnent des sacs en plastique aux allures de tissu. Ils sont également 3 % à vendre des sacs en papier, 8 % à vendre des sacs en plastique épais et un autre 8 % à vendre des sacs en plastique aux allures de tissu. Notez que le total ne donne pas 100 % puisque certains détaillants entrent dans plus d'une catégorie. Or, d'un point de vue environnemental, il est loin d'être certain que les nouveaux comportements des commerçants sont meilleurs, en fait ils sont potentiellement pires.

Répondant à l'appel du maire de Montréal (Denis Coderre), les élus de quelques municipalités québécoises se sont empressés de bannir les sacs de plastique légers de leur territoire. Toutefois, les municipalités auraient dû attendre de prendre connaissance des conclusions de l'analyse de cycle de vie des sacs d'emplettes commandée par Recyc-Québec avant d'adopter une telle résolution. D'ailleurs, les conclusions devraient être rendues publiques sous peu.

Cela aurait permis aux municipalités de mieux informer les commerçants sur les meilleures alternatives à mettre en place afin d'atteindre leur objectif, c'est-à-dire améliorer leur bilan environnemental. Or, rien de cela n'a été fait et, dans l'emportement, plusieurs commerçants ont modifié leur pratique, afin d'éviter de payer l'amende oscillant entre 2000 \$ et 4000 \$, sans pour autant diminuer leur empreinte environnementale.

À l'ADA, nous espérons que les autres villes souhaitant adopter une mesure en ce sens attendent la publication des résultats d'une analyse de cycle de vie commandée par Recyc-Québec. Comme le disait le maire de Vaudreuil, alors que la ville a refusé de bannir les sacs de plastique et qu'elle a plutôt opté en faveur d'une tarification incitative : « on ne peut pas être contre la vertu, mais nous voulons mettre nos efforts là où nous aurons le plus de résultats et surtout là où les résultats sont garantis ».

UNE DISTINCTION IMPORTANTE!

Nous tenons à féliciter M. Xavier Poncin, directeur général du SIAL Canada, qui s'est vu remettre les insignes de Chevalier dans l'Ordre national du Mérite agricole.

Il s'agit d'une importante distinction créée en 1883 et qui vise à souligner l'apport important d'acteurs de différents horizons dans la mise en valeur du savoir-faire français dans le secteur agroalimentaire.

Les insignes de Chevalier ont été remis à M. Poncin par la Consule générale de France à Montréal, M^{me} Catherine Feuillet, dans le cadre d'une cérémonie haute en émotions. Encore une fois, toutes nos félicitations!

CONGRÈS ANNUEL 2016

MERCI À NOS
PARTENAIRES

ar-neg
CANADA

 **Provigo**^{MC}


Labatt

metro

sobey's 

UN CONGRÈS RÉUSSI DANS UN DÉCOR ENCHANTEUR

En 2016, le congrès annuel de l'ADA a eu lieu au Fairmont Manoir Richelieu situé dans la belle région de Charlevoix. Une fois de plus, le décor a charmé les nombreux participants qui s'étaient déplacés pour l'occasion.

En plus d'assister à des séances d'informations portant sur les différents enjeux de l'heure, détaillants et fournisseurs ont pu assister à des soirées gala hautes en couleurs ainsi qu'en émotions. Voici quelques photos de ce congrès des plus réussis.





TEMPLE DE LA RENOMMÉE ADA 2016

DÉTAILLANTS



De gauche à droite : Michel Poirier (intronisé 2016 et ex-propiétaire des IGA Poirier et fils situé à Hudson et St-Lazare), Wilfrid Collin (intronisé 2016 et propriétaire du Metro Collin situé à Chambly), Céline Trotter-Girard (épouse de feu Norman Girard, intronisé 2016 et ex-propiétaire du Provigo Girard situé à Laval), Louise Boulianne et Alain Sureau (intronisés 2016 et propriétaire du Dépanneur Saint-Félix situé à Saint-Félix-de-Valois).



ATTENTION À CE QU'ON DIT SUR SCÈNE

Parfois, ce qu'on pensait affirmer à la blague peut se matérialiser! C'est ce qui est arrivé à l'animatrice de la soirée, Mélanie Maynard, qui a exprimé son souhait d'avoir enfin une rangée d'épicerie à son nom après toutes ces années à la barre du gala TDR de l'ADA. Comme le dit le vieil adage : demandez et vous recevrez!



Le Temple de la renommée de l'ADA vise à reconnaître les individus qui, au fil du temps, se sont démarqués au sein de l'industrie alimentaire québécoise. Les lauréats sont sélectionnés par leurs pairs pour leur sens aigu des affaires, leur capacité d'innover et leurs normes de qualité supérieure.



De gauche à droite : Florent Gravel (ADA), Christian Bérubé (Groupe St-Hubert), Alain Chabot (Groupe St-Hubert), Alain Poudrier (Groupe St-Hubert), Gille Corriveau (Groupe St-Hubert), Jean-Pierre Léger (intrônisé 2016, ancien président du Conseil et chef de la direction du Groupe St-Hubert), Pierre Rivard (Groupe St-Hubert), Marc Sauvageau (SMF et Acosta Ventes & Marketing), Daniel Choquette (ADA)



DE LA MUSIQUE PLEIN LES OREILLES

Que ce soit le vendredi soir avec le groupe **Lady'5** ou le samedi avec le légendaire **Boogie Wonder Band**, les congressistes en ont eu plein les oreilles.



À LA DÉCOUVERTE D'ENTREPRISES EN DÉMARRAGE

Chaque année, l'ADA organise une activité de mentorat et de réseautage avec des entreprises agroalimentaires en démarrage situées à proximité du lieu où se tient notre congrès. Il s'agit d'une occasion en or pour celles-ci de présenter leurs produits et de bénéficier des judicieux conseils de nos membres détaillants et fournisseurs réunis pour l'occasion. Voici les participants de l'édition 2016.



Microbrasserie St. Pancrace



Épicéa



Douceur et Caprices



Les Patates des Champs d'Or



Chocolaterie Cynthia



Herbamiel

LES 25 ANS D'OLYMEL

Reconnaissant l'apport des détaillants en alimentation du Québec dans leur succès, Olymel et ses représentants ont choisi la tribune qu'est le congrès annuel de l'ADA pour souligner leurs 25 ans d'existence. Sur les photos ci-dessous, on retrouve les représentants d'Olymel dont Alain Hérault (durant son allocution) ainsi que Sylvio Vallée, Mathieu Turcotte et Christian Bernier en compagnie de Florent Gravel lors de la remise d'un cadre commémoratif.



VAUT MIEUX EN RIRE !

L'humoriste **Simon Leblanc** en a fait rire plus d'un le dimanche matin avec ses histoires peu banales! En effet, plusieurs sont repartis les larmes aux yeux à force d'avoir trop ri.



PLACE À LA DISCUSSION

Le samedi avant midi, les congressistes ont pris part à des ateliers visant à les sensibiliser sur les différents enjeux de l'heure.



Marc Sauvageau (Président sortant de la SMF et DG d'Acostat Vente & Marketing) a fait le point sur quelques-uns des dossiers chauds qui préoccupent les fournisseurs de l'industrie agroalimentaire.



Laurence Zert (Directrice générale du CSMOCA) a permis à certains détaillants présents d'en apprendre un peu plus sur le type de gestionnaire qu'ils sont dans le cadre d'une présentation de la formation « Gérant performant » offerte par le CSMOCA.



André Forget (Vice-président de l'ADA et propriétaire de dépanneur dans l'Est de Montréal) s'adressant à la conférencière Laurence Zert.



Sophie Gadbois (SAQ), **Pierre Larue** (VCS), **Patrick Simard** (Tantrum) et **Annie Rochefort** (Agropur) écoutent attentivement l'allocution de Marc Sauvageau.



Pierre-Alexandre Blouin (Vice-président, Affaires publiques de l'ADA) fait le point avec les détaillants sur les différents dossiers politiques que mènent l'ADA.



Bruno Lambert (Propriétaire de supermarchés situés en Montérégie) partage son point de vue sur un dossier.



CUISINER POUR UNE BONNE CAUSE

Les plus grands comme les plus petits ont eu l'occasion de mettre la main à la pâte dans le cadre d'une activité organisée par la Tablee des chefs. En plus d'apprendre ou de peaufiner certaines techniques culinaires, les participants ont fait œuvre utile en produisant de nombreux plats dont ont bénéficié des gens dans le besoin.



MEMBRE-DÉTAILLANT

Formulaire d'adhésion

Retournez ce formulaire par courriel à lgravel@adaq.qc.ca ou par télécopieur au 514 849-3021.

À la réception du formulaire, un représentant vous contactera.

INFORMATIONS GÉNÉRALES

RAISON SOCIALE

ADRESSE

PROVINCE

VILLE

CODE POSTAL

NOM(S) DU (DES) PROPRIÉTAIRE(S)

PROPRIÉTAIRE DEPUIS (ANNÉE)

MAGASIN OUVERT DEPUIS (ANNÉE)

TÉLÉPHONE

CELLULAIRE

TÉLÉCOPIEUR

COURRIEL

AUTRE CONTACT (FACULTATIF)

TITRE

BANNIÈRE

DISTRIBUTEUR

N° DE MAGASIN

NOMBRE D'EMPLOYÉS

Temps plein

Temps partiel

Saisonnier

SURFACE DE VENTE (PI²)

CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL

STATION-SERVICE

☐ Oui ☐ Non

BANNIÈRE (STATION-SERVICE)

COTISATION ANNUELLE

- ☐ Dépanneur — 120\$ + tx.
- ☐ Magasin spécialisé — 120\$ + tx.
- ☐ Épicerie (moins de 6000 pi²) — 400\$ + tx.
- ☐ Épicerie (plus de 6000 pi²) — 550\$ + tx.

FACTURATION

JE DÉSIRE ACQUITTER MON ADHÉSION DE LA FAÇON SUIVANTE :

- ☐ Chèque ci-joint
- ☐ Facturez-moi
- ☐ Versement via mon distributeur
- ☐ Carte de crédit / Visa ou Mastercard

☐ Visa ☐ Mastercard

NOM DU DÉTENTEUR

N° DE CARTE

DATE D'EXPIRATION

Je, sousigné, autorise mon distributeur à facturer à mon compte le montant de ma cotisation annuelle à l'ADA plus les taxes applicables.

Signature

SIGNÉ, CE (JOUR, MOIS, ANNÉE)

QUESTIONS, PRÉCISIONS ?

Louise Gravel
514-982-0104 poste 231
lgravel@adaq.qc.ca

COORDONNÉES

2120, rue Sherbrooke Est
Bureau 900
Montréal (Québec) H2K 1C3



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

ADAQ.QC.CA



RABAIS DU PATRON

Devenez membre-détaillant pour seulement

10\$ par mois*

Être membre de l'ADA ce n'est pas une dépense, c'est un investissement dans l'avenir de votre commerce. Défendre vos intérêts pendant que vous continuez d'opérer votre magasin en toute quiétude, voilà notre travail!

Pour plus de détails, visitez : adaq.qc.ca



ENVIRONNEMENT P.22



AGROALIMENTAIRE P.24



PAIEMENT P.28

REVUE DE L'ANNÉE 2016



TABAC P.29



ALCOOLS P.30



DOSSIERS DIVERS P.31

CONSIGNE PUBLIQUE ET PRIVÉE

Nul doute que l'élargissement de la consigne aux bouteilles d'eau et de vin fait partie des plans du ministre de l'Environnement (David Heurtel), et ce, malgré qu'il tienne des propos plus nuancés en public. Depuis 2015, Recyc-Québec (R-Q) s'active sur le terrain afin de rencontrer tous les intervenants du système de consigne. D'ailleurs, l'ADA a eu plusieurs rencontres avec les représentants de R-Q. Il y a eu des visites en magasin, mais aussi des présentations de différents équipements servant à la collecte de contenants consignés.

Dans ce dossier, les propositions vont dans tous les sens et aucune piste de solution ne semble écartée, tant que la consigne demeure la pièce maîtresse de récupération des contenants de breuvages! Imaginez, on nous promet même l'implantation d'un réseau de super gobeuses à verre dans les stationnements des détaillants.

PRINTEMPS 2016

L'ADA débute des travaux exploratoires avec des organisations de l'industrie directement impliquées dans le système de consigne afin de développer une proposition capable de rallier l'ensemble de l'industrie. Il s'agit d'un objectif ambitieux, mais c'est ce qu'il faut dans ce dossier!

JUIN 2016

De plus en plus de détaillants nous contactent afin de se plaindre des problèmes qu'ils éprouvent avec la gestion des contenants consignés à remplissages multiples (CRM), principalement ceux des micro-brasseries. Immédiatement, nous entamons des démarches auprès de l'Association des microbrasseries du Québec (AMBQ) afin de résoudre ces problématiques. Rapidement, nous identifions que le processus d'accréditation des CRM est l'un des facteurs qui influe grandement sur les problématiques vécues sur le terrain.

SEPTEMBRE 2016

Conjointement avec l'AMBQ, nous acheminons une lettre à Recyc-Québec (R-Q) afin de lui demander d'adresser le problème entourant l'accréditation des contenants à remplissages multiples (CRM).

À la mi-septembre, l'industrie se rapproche d'un consensus sur la consigne publique et est prête à soumettre les fruits de son travail à Recyc-Québec et au ministre de l'Environnement. Sans analyse de notre proposition, une semaine plus tard, R-Q fait fi des travaux de l'industrie et présente, sous embargo, son propre plan de match consistant à moderniser, mais surtout à élargir la consigne.

OCTOBRE 2016

Le projet de R-Q est rapidement soumis aux administrateurs de l'ADA dans le cadre d'un Conseil d'administration spécial. Bien que certains éléments, pris individuellement, semblent intéressants, c'est à l'unanimité que la proposition de R-Q est rejetée. Les détaillants en alimentation sont clairement les grands perdants dans ce projet et, une fois l'embargo levé, ils comptent le faire savoir à leurs élus.

Le 18 octobre, bien que l'information soit toujours sous embargo, un article de Denis Lessard (La Presse) dresse les grandes lignes de la proposition de R-Q qui nous avait été présentée. Difficile d'identifier la source de cette fuite, mais peu importe, nous sommes dans l'obligation de diffuser l'information à nos membres. La réaction ne se fait pas attendre : les détaillants sont nombreux à nous partager leurs frustrations face au manque de considération par rapport à leur rôle!

NOVEMBRE 2016

En guise de suivi par rapport aux rencontres de 2015, les détaillants en alimentation d'un peu partout au Québec ont repris contact avec leur député afin d'exprimer leur mécontentement au sujet de la proposition de R-Q. Plusieurs élus influents sont rencontrés et nous constatons qu'il y a notamment de la grogne dans la députation libérale concernant la façon de procéder de leur collègue David Heurtel (ministre de l'Environnement) dans ce dossier. L'issue est toujours incertaine, mais tant qu'il y a dialogue et qu'aucune entente n'est signée, il y a de l'espoir.

Parallèlement, sur un tout autre ton, nous sommes convoqués à une rencontre avec Recyc-Québec qui a accepté d'adresser l'enjeu de l'accréditation des contenants à remplissages multiples (CRM). Peu après, dans le cadre du congrès de l'Association des microbrasseries du Québec, l'ADA participe (en tant que conférencier) à deux ateliers portant sur les contenants qu'ils utilisent. Grosso modo, notre message consistait à informer les microbrasseurs des irritants que vivent les détaillants dans la collecte des CRM des microbrasseries. Nous avons également réitéré notre engagement à continuer de récupérer les CRM tant qu'ils seront réutilisés, indépendamment de notre position sur les CRU ou de l'avenir de la consigne publique.

À SUIVRE ▼

Tout porte à croire qu'une décision dans le dossier de la consigne est imminente et nous espérons que les élus auront la sagesse de s'élever au-dessus de la mêlée. Il est donc important de continuer de les sensibiliser sur la réalité avec laquelle doivent composer les détaillants en alimentation. Pour ce faire, les rencontres en magasins dans chaque comté sont très importantes. Nous vous encourageons donc à saisir chaque occasion de sensibiliser votre député au sujet de vos inquiétudes de voir le gouvernement apporter des modifications au système de consigne qui affecteraient vos opérations.

Il s'agit d'un enjeu complexe ayant de multiples implications que peuvent difficilement comprendre les gens qui n'opèrent pas un commerce sur une base quotidienne. La décision rendue devra être celle qui permet une meilleure gestion des matières recyclables dans une perspective de développement durable et d'une saine gestion financière. La consigne n'est pas un système visant à générer des fonds à réinvestir ailleurs, c'est un des modes de collecte des matières recyclables.

SACS DE PLASTIQUE ET BOUTEILLES D'EAU

DÉCEMBRE 2015

Suite aux consultations de mai 2015, auxquelles l'ADA a pris part, la Commission sur l'eau, l'environnement, le développement durable et les grands parcs de Montréal a étonnamment recommandé de bannir les sacs de plastique dont l'épaisseur est inférieure à 50 microns. Peu après, les 82 municipalités siégeant à la CMM ont adopté une résolution qui propose le bannissement intégral de tous les sacs de plastique.

La position de l'ADA est on ne peut plus claire : si l'objectif des villes est de réduire l'empreinte environnementale des sacs de plastique, pourquoi bannir les sacs plus minces et permettre des sacs dont l'épaisseur est supérieure à 50 microns? À terme, les consommateurs utiliseront peut-être moins d'unités, mais risquent de générer plus de plastique résiduel, notamment en achetant davantage de sacs à déchets. Nous déplorons également qu'aucune étude analysant le comportement des consommateurs n'ait été réalisée.

JANVIER 2016

Le débat public fait rage et les arguments pour ou contre le bannissement des sacs légers fusent de toute part. L'ADA intervient lorsque requis afin de rectifier certains faits notamment afin de défaire certains mythes voraces concernant les méchants sacs d'épicerie que plusieurs appellent à tort « sacs à usage unique ».

FÉVRIER 2016

Après quelques auditions et aucune analyse des flux de sacs de plastique légers sur son territoire, le maire de Montréal annonce que la Ville ira de l'avant avec le bannissement des sacs de plastique léger. La mesure entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2018. Les réactions sont nombreuses et vont dans toutes les directions. Alors que l'opinion des consommateurs est divisée, l'industrie du plastique et du détail alimentaire s'explique mal cette décision qui, de toute évidence, n'est basée que sur l'intention de la Ville de s'attaquer au symbole de pollution qu'est devenu le vilain sac d'épicerie. À l'ADA, nous sommes persuadés que le bannissement proposé par la Ville n'améliorera pas son bilan environnemental.

Au moment d'annoncer le bannissement des sacs de plastique légers, le maire de Montréal a également annoncé sa volonté d'étudier l'interdiction des bouteilles d'eau. Nous sommes sidérés! Encourager l'usage de l'eau courante, multiplier les fontaines publiques et l'usage de bouteilles réutilisables, c'est une chose, mais de là à interdire les bouteilles d'eau... il y a toute une différence!

AVRIL 2016

Après Montréal, c'est au tour de la ville de Brossard d'annoncer le bannissement unilatéral des sacs de plastique sur son territoire. Heureusement, Recyc-Québec a finalement pris le bâton de pèlerin et a entamé des discussions avec les villes qui planifient un bannissement. Recyc-Québec a aussi diffusé le document « Informations à l'intention des municipalités du Québec qui envisagent un bannissement des sacs d'emplètes à usage unique » par l'entremise des associations municipales.

Dans un second temps, elle a mandaté le CIRAIG pour réaliser, d'ici l'automne 2016, une analyse du cycle de vie des sacs d'emplètes au Québec. Voilà une bonne nouvelle permettant d'espérer qu'au final on ne changera pas quatre trente sous pour une piastre. Parallèlement, le maire de Montréal réaffirme sa volonté d'étudier l'interdiction des bouteilles d'eau.

NOVEMBRE 2016

Deux mois après l'entrée en vigueur du bannissement des sacs de plastique à Brossard, La Presse s'est entretenue avec 38 commerçants du secteur afin de voir les solutions mises de l'avant. D'ailleurs, comme nous l'avions soulevé lors des audiences de la Commission chargée d'étudier la question à Montréal, beaucoup de commerçants (37 %) se sont tournés vers les sacs de papier. Il s'agit pourtant d'une alternative dont l'empreinte environnementale est plus grande que les sacs de plastique légers.

À SUIVRE ▾

À l'ADA, nous sommes persuadés que les autorités devraient miser sur la sensibilisation afin d'inciter les commerçants et les consommateurs à poser le bon geste, c'est-à-dire privilégier la réduction à la source des sacs de plastique légers et, au besoin, utiliser des sacs recyclés et recyclables.

Concernant le bannissement des bouteilles d'eau, le secteur municipal peut tout à fait encourager la consommation d'eau courante plutôt que l'eau embouteillée, mais cette dernière est loin d'être le mal incarné. Au moment où les autorités de santé publique font des pieds et des mains pour diminuer la consommation de boissons sucrées, bannir la principale alternative nous apparaît contreproductif, voire complètement déconnecté des comportements des consommateurs.

AGRO- ALIMENTAIRE



OGM, SAINES ALIMENTATION, INSPECTION DES ALIMENTS ET ACHAT LOCAL

FÉVRIER 2016

Nous remettons au MAPAQ notre bilan de l'édition 2015 du concours Les Aliments du Québec dans mon panier. Du même coup, nous demandons au MAPAQ d'embarquer dans une 4^e édition qui aurait lieu durant l'été 2016. Le MAPAQ démontre de l'intérêt surtout pour le volet proposant des maillages entre détaillants et fournisseurs.

MARS 2016

Le Comité sénatorial des affaires sociales a rendu public un rapport contenant 21 recommandations, dont une visant à augmenter de 10 % la taxe prélevée sur les boissons sucrées. Si seulement les autorités étaient honnêtes et expliquaient avec franchise que leur objectif est de collecter des fonds. Pendant que le fédéral songe à augmenter la taxe sur les boissons sucrées, à Montréal, la Ville songe à bannir les bouteilles d'eau.

AVRIL 2016

Lors d'une conférence de presse, le maire Labeaume déclare : « je me vois avec la présidente de l'UPA [régionale] et deux ou trois maires rentrer chez Loblaw avec des caméras [à la recherche de produits locaux] ». Interpelée par les médias, l'ADA s'est empressée de rectifier certains faits. Jour après jour, les épiciers propriétaires situés aux quatre coins du Québec déploient des efforts considérables afin de mettre en marché les produits d'ici. Soutenir les producteurs et les transformateurs locaux est naturel pour les détaillants propriétaires. Peut-être que le maire devrait aller faire son épicerie plus souvent.

MAI 2016

Le ministre du MAPAQ, Pierre Paradis, annonce travailler sur un projet de loi portant sur l'étiquetage des OGM qu'il entend élaborer en harmonie avec l'Ontario. Il veut aussi s'inspirer beaucoup du modèle développé au Vermont. D'ailleurs, l'ADA s'est rendue au Vermont et c'est bien beau, mais est-ce que quelqu'un a pensé analyser les impacts qu'aurait le modèle vermontois sur notre production agricole, sur notre transformation alimentaire et sur nos commerces de détail? Bien qu'elle ne soit pas nécessairement contre l'étiquetage, l'industrie préférerait d'abord pouvoir connaître les objectifs du ministre et évaluer les impacts du projet éventuel, surtout si le Québec allait cavalierement de l'avant sans les autres provinces.

JUIN 2016

Dans l'attente de la participation financière du MAPAQ, les inscriptions au concours Les Aliments du Québec dans mon panier commencent à entrer. Nous jugeons important de laisser un certain temps aux participants pour s'inscrire et préparer leur projet.

JUILLET 2016

Au Vermont, la Loi concernant l'étiquetage des aliments issus du génie génétique a finalement été adoptée. Peu après, le président Obama autorise la mise en application d'une loi fédérale portant sur l'identification des OGM aux États-Unis. Le ministre du MAPAQ, Pierre Paradis, a participé aux célébrations entourant l'entrée en vigueur de la nouvelle Loi au Vermont. Il a profité de l'occasion pour s'informer du processus entourant l'adoption d'une telle loi ainsi que sur les embûches rencontrées durant sa mise en application.

Nous sommes contraints d'annuler la 4^e édition du concours Les Aliments du Québec dans mon panier dont les inscriptions devaient se terminer à la fin du mois. En effet, n'ayant toujours pas de nouvelles du MAPAQ concernant son apport financier au projet et considérant que les inscriptions n'étaient vraiment pas à la hauteur, la décision s'impose d'elle-même. Plusieurs participants nous informent qu'ils entendent néanmoins réaliser leur projet de marchandisage qu'ils avaient préparé avec enthousiasme avec leur partenaire.

AOÛT 2016

Au provincial, dans un tout autre sujet, le MAPAQ fait preuve d'une grande maladresse en abolissant intégralement le Règlement sur les fruits et légumes frais dont l'une des particularités était d'obliger les détaillants à identifier les produits du Québec. Bien que l'intention de départ fut noble – faciliter la mise en marché des fruits et légumes moches –, la décision d'abolir purement et simplement le Règlement témoigne malheureusement d'une mauvaise compréhension de notre secteur d'activité. Nous espérons que les gens concernés tireront des leçons de cet épisode.

Au fédéral, il semble que le gouvernement jongle une fois de plus avec l'idée d'imposer une surtaxe aux boissons sucrées.

SEPTEMBRE 2016

Moins d'une semaine après avoir reçu la convocation de l'UPA, du CTAQ et de l'ADA à prendre part à un Rendez-vous des décideurs agroalimentaires, le ministre du MAPAQ, Pierre Paradis, annonce la tenue du Sommet sur l'alimentation qui mènera à l'élaboration de la future Politique bioalimentaire du Québec au printemps 2018. À l'ADA, nous partageons la volonté du ministre de doter le Québec d'une politique bioalimentaire. Toutefois, nous déplorons que le gouvernement convoque une grande messe (pour une neuvième fois en huit ans) qui s'échelonne sur plus d'un an, alors que les enjeux sont connus et que les consommateurs attendent des gestes concrets.

OCTOBRE 2016

Un nouveau groupe est mis sur pied : le Regroupement pour un Québec en santé est fondé. Celui-ci milite en faveur de différentes mesures comme l'implantation d'une taxe sur les boissons sucrées, la bonification d'une offre alimentaire nutritive et abordable, plus de parcs de jeux actifs, etc.

La première rencontre du Sommet sur l'alimentation du MAPAQ a lieu et la thématique porte sur les consommateurs. Pour l'occasion, le MAPAQ a convoqué et a donné la parole à plusieurs organismes communautaires ou de santé publique affirmant parler au nom des consommateurs. Qui plus est, les conclusions semblent écrites à l'avance! En effet, les rapports d'ateliers présentés par les porte-paroles (nommés par le MAPAQ) étaient pour la plupart très peu représentatifs des débats qui ont eu lieu durant les ateliers.

Finalement, nous avons beaucoup apprécié la fraîcheur du discours d'ouverture de Ricardo Larrivée portant sur les besoins et les attentes des consommateurs. Il a notamment mentionné que les détaillants sont à l'écoute des consommateurs et que, si on souhaite un produit spécifique, il suffit de le demander. Ricardo a aussi surpris l'assistance en affirmant qu'il doute de l'efficacité d'une taxe sur les boissons sucrées et que, à son avis, pour générer les résultats escomptés, l'État devrait plutôt favoriser l'éducation permettant d'inculquer de saines habitudes alimentaires et mettre de côté le jugement des comportements.

À SUIVRE ▾

La prochaine rencontre dans le cadre du Sommet sur l'alimentation du MAPAQ aura lieu en février 2017. Pour l'occasion, la thématique portera sur le développement du plein potentiel de l'industrie sur les marchés d'ici et d'ailleurs et réunira les transformateurs, les distributeurs et les restaurateurs. Comptez sur nous pour partager votre réalité en espérant que cette fois les commentaires des ateliers soient colligés et rapportés avec plus de justesse.

L'ADA est persuadée que le gouvernement ferait fausse route en implantant une surtaxe sur les boissons sucrées. On croit que cette mesure n'aurait que très peu d'impact sur le fond du problème, c'est-à-dire l'absence de saines habitudes alimentaires dans certaines franges de la population. C'est pourquoi nous espérons que le gouvernement résistera à la tentation d'utiliser une surtaxe sur les boissons sucrées afin de lever des fonds en ciblant les clientèles à risque. Nous comprenons qu'il peut être extrêmement tentant d'implanter une mesure générant près de 1,8 milliard\$ par année au Fédéral. Bien que les promoteurs d'une telle mesure soutiennent que les revenus générés serviraient à financer des initiatives faisant la promotion de saines habitudes alimentaires, permettez-nous d'en douter. Les exemples de mauvaise gestion des fonds recueillis par des mesures de taxations similaires sont malheureusement trop nombreux.



Pour le déneigement des toitures, vous avez la responsabilité de vous assurer que les méthodes de travail respectent les règles de sécurité.

Chute de hauteur, ensevelissement sous la neige, malaise causé par l'effort physique intense ou le froid : si vos travailleurs ne prennent pas les mesures de sécurité appropriées lorsqu'ils procèdent au déneigement d'un toit, ils s'exposent à des dangers certains ! La Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST) vous rappelle quelques méthodes à appliquer pour que tout se passe bien cet hiver.

Ne laissez pas la neige s'accumuler !

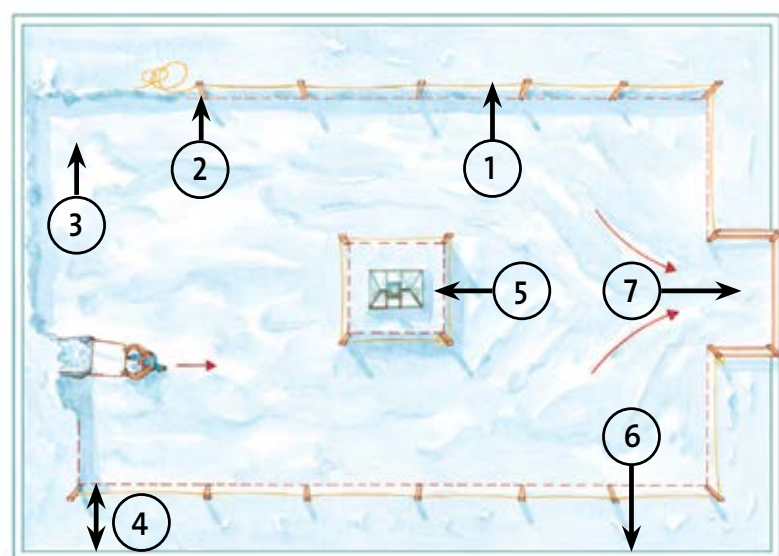
Voici trois règles à suivre :

- Pelletez le plus vite possible après une précipitation abondante de neige ;
- Vérifiez régulièrement l'épaisseur de neige sur le toit ;
- Enlevez la neige dès qu'il y a une accumulation d'environ 70 cm (28 po)*.

* Il n'est pas nécessaire d'enlever toute la neige : vous pouvez en laisser jusqu'à 15 cm sur le toit, sans problème.

Déneigement sécuritaire d'un toit plat

Il est important d'inspecter le toit avant de commencer le déneigement. Dès que les travailleurs sont exposés à une chute d'une hauteur de plus de 3 m (10 pi), ils doivent être protégés contre les chutes par des garde-corps ou un autre dispositif de sécurité. De plus, il faut déterminer une ou plusieurs zones de déversement et délimiter des zones tampons où les travailleurs n'auront pas à circuler à moins de 2 m du bord du toit, comme le montre le schéma suivant.



- | | |
|---|------------------------|
| 1. Corde de délimitation | 4. Zone tampon (2 m) |
| 2. Poteaux temporaires | 5. Puits de lumière |
| 3. Enlèvement de la zone tampon si nécessaire | 6. Parapet |
| | 7. Zone de déversement |

Déneigement sécuritaire d'un toit en pente

La CNESST vous recommande de déneiger le toit à partir du sol avec un râteau de toit muni d'un long manche. Très souvent, le déneigement à l'aide de cet outil s'avère suffisant. S'il faut monter sur le toit, les travailleurs doivent porter un équipement de protection individuelle contre les chutes composé d'un harnais de sécurité, d'un cordon d'assujettissement et d'un absorbeur d'énergie fixé à un point d'ancrage.

Pour plus d'informations à ce sujet ou pour visionner la vidéo *Comment déneiger un toit plat de façon sécuritaire?*, consultez la page Web suivante : cnesst.gouv.qc.ca/deneigement.

VANCOUVER CONVENTION CENTRE
ÉDIFICE EST
LES 20 ET 21 MARS 2017



**DE L'ACCUEIL DE LA CLIENTÈLE AUX SERVICES ADMINISTRATIFS –
 L'EXPOSITION DU SECTEUR DE L'ÉPICERIE QUI RÉUNIT TOUT SOUS LE MÊME TOIT!**



www.GSFShow.com
#GSFSHOW17

**MAGASIN
CENTRAL**

**VINS ET
BIÈRES**

GROCERANT

**RGS ET
SERVICES
ALIMENTAIRES**

**SANTÉ ET
BIEN-ÊTRE**

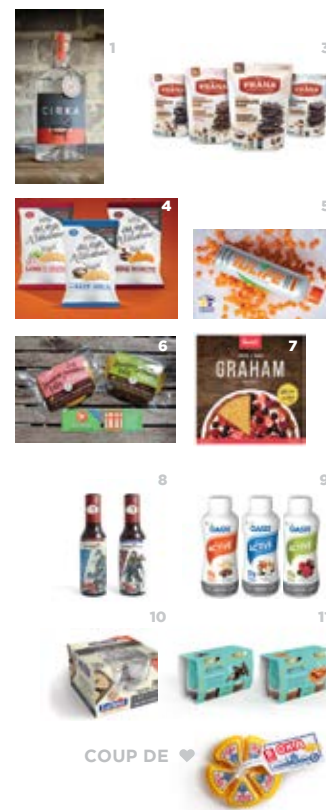
**PRIX
CTAQ**

**INNOVATION
EN ALIMENTATION
2016**

Félicitations aux
finalistes et lauréats **2016**

LE GRAND LAURÉAT 2016

VAL CAUDALIES - VIGNOBLE ET CIDRERIE pour son Vermouth Lab Val Caudalies



LES LAURÉATS 2016

CATÉGORIE PRODUITS NOUVEAUX OU AMÉLIORÉS

- 1 CATÉGORIE ALCOOLS DISTILLÉS: **Distilleries CIRKA** pour sa Vodka Terroir
- 2 CATÉGORIE BOISSONS ALCOOLIQUES FERMENTÉES: **Val Caudalies Vignoble et cidrerie** pour son Vermouth Lab Val Caudalies
- 3 CATÉGORIE CHOCOLATS: **PRANA Biovegan** pour ses Écorces de chocolat
- 4 CATÉGORIE COLLATIONS, DESSERTS ET CONFISERIES: **Aliments Krispy Kernels inc.** pour ses Croustilles cuites à la marmite Yum Yum
- 5 CATÉGORIE JUS ET BOISSONS: **Yulife Énergie inc.** pour sa boisson énergétique Yulife
- 6 CATÉGORIE METS PRÉPARÉS: **Aliments Choose Life Foods inc.** pour ses Pâtés jamaïcains végétaliens
- 7 CATÉGORIE PRODUITS DE BOULANGERIE/PÂTISSERIE: **Les Entreprises Pâtes & Croûtes L.B. inc.** pour sa Croûte à tarte graham aromatisée au beurre
- 8 CATÉGORIE PRODUITS DE LONGUE CONSERVATION: **Camerises Mistouk** pour ses Sauces piquantes La Métisse et Le Métis
- 9 CATÉGORIE PRODUITS DE SPÉCIALITÉ: **A. Lassonde inc.** pour Oasis Active
- 10 CATÉGORIE PRODUITS DE VIANDES ET VOLAILLES: **Olymel** pour ses Cretons Grand-mère de Lafleur en portions individuelles
- 11 CATÉGORIE PRODUITS LAITIERS: **Laiterie Chalifoux** pour Riviera Collection Parfait

CATÉGORIE TECHNOLOGIE ET PRODUCTIVITÉ

Sani Marc division agroalimentaire pour ses technologies pouvant détecter et détruire les biofilms sur les surfaces dans les usines de transformation agroalimentaire

PRIX PASSION D'ENTREPRISE BANQUE LAURENTIENNE
Aliments Krispy Kernels inc.

PRIX ENTREPRENEURIAT BANQUE NATIONALE
Val Caudalies - vignoble et cidrerie

LE COUP DE CŒUR DU JURY
OKA en portions individuelles

COUP DE ♥

LES FINALISTES 2016

Distillerie du Roy inc. pour son Absinthe La Courailleuse | Domaine de La Vallée du Bras inc. pour son Omerto, vin de tomate vieilli en barrique de châtaignier et cerisier | Chocolat Lamontagne pour ses Amandes noix de coco et chocolat noir | A. Lassonde inc. pour Oasis Hydrafruit | Terroirs Québec inc. pour ses Tisanes Boréal Nature | Aliments Ouimet-Cordon Bleu pour ses sauces La Pantry Cordon Bleu | La Danoiserie inc. pour sa gamme Patsie Pie Verte | Dealers Ingredients inc. pour Improved Profi Bake | Dealers Ingredients inc. pour Improved Profi Pro | Fromagerie L'Ancêtre inc. pour son Cheddar demi-sel Le St-Guillaume | Fromagerie L'Ancêtre inc. pour sa gamme de fromage au lait écrémé Le Port-Royal | Agropur coopérative pour ses laits Natrel Sans Lactose 310 ml | Fromagerie Domaine Féodal inc. pour son projet d'optimisation et d'amélioration des techniques de conditionnement et de conservation

PRÉSENTÉ PAR



CONSEIL DE LA TRANSFORMATION
ALIMENTAIRE DU QUÉBEC

PARTENAIRES



BANQUE
NATIONALE



BANQUE
LAURENTIENNE



L'actualité
ALIMENTAIRE



Desjardins

TransformAction

PAIEMENT

FRAIS TRANSACTIONNELS ET GUICHETS AUTOMATIQUES BANCAIRES

FÉVRIER 2016

L'ADA salue l'initiative de la députée Linda Lapointe, qui dépose le projet de loi C-236 accordant au ministre des Finances du Canada le pouvoir d'imposer un plafond sur les frais qui peuvent être chargés aux détaillants pour l'acceptation des paiements par carte de crédit. Rappelons que Linda Lapointe est une ancienne épicière et administratrice de l'ADA. Elle est donc consciente du caractère excessif des frais qui sont chargés aux commerçants par les géants du crédit. Les frais de transaction font mal à l'ensemble de l'économie canadienne et les coûts démesurés ne tiennent compte d'aucune allégeance politique. Il est plus que temps que le gouvernement du Canada s'en préoccupe!

AVRIL 2016

Nous attendons toujours le dépôt de l'audit de Visa et de MasterCard afin de savoir si elles ont ou non respecté leurs engagements. Près d'un an après l'entrée en vigueur, nos membres nous informent que la baisse des taux annoncée ne s'est jamais matérialisée. En effet, Visa et MasterCard s'étaient engagées à maintenir un taux moyen de 1,5 %, mais plusieurs de nos membres n'ont jamais vu la couleur de cet engagement.

MAI 2016

Nous invitons nos membres à sensibiliser leurs députés fédéraux concernant l'ampleur des frais qu'ils paient pour accepter les paiements par carte de crédit ainsi que sur l'importance d'appuyer le projet de loi C-236 de la députée Linda Lapointe.

Trois ans après l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation encadrant l'utilisation des guichets automatiques bancaires (GAB), une série d'articles parus dans le Journal de Montréal montrent que l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) peine à s'acquitter de son mandat. En effet, une équipe du Journal a trouvé plusieurs guichets opérationnels qui n'arboraient pas la vignette obligatoire de l'AMF. En 2014, l'AMF diffusait une note dans laquelle elle indiquait le nombre de permis qu'elle avait octroyé. Toutefois, les récentes révélations démontrent que la diminution du nombre de guichets en opération n'était pas aussi considérable que le laissaient entendre les chiffres de l'AMF.

JUIN 2016

La sensibilisation des députés fédéraux va bon train. Au total, 70 députés du Québec sur 74 ont été conscientisés. La réaction est presque toujours la même : ils sont au courant des frais des cartes de crédit, mais ils sont surpris d'apprendre l'ampleur qu'ils représentent dans le budget des commerçants et de l'impact que ça a sur leurs entreprises et par extension sur les consommateurs.

AOÛT 2016

Après avoir défrayé les manchettes pour son inaction, voilà que l'AMF est passée à l'action durant l'été afin de remettre un peu d'ordre dans l'industrie des guichets automatiques bancaires privés (GAB). En effet, une dizaine d'entreprises de la région de Montréal ont été accusées d'exploiter illégalement des GAB (sans afficher la vignette obligatoire de l'AMF). Si elles sont reconnues coupables, les entreprises fautives s'exposent à une amende variant entre 15 000 \$ et 200 000 \$.

SEPTEMBRE 2016

Le ministre des Finances du Canada affirme avoir pris connaissance des audits de Visa et de MasterCard et confirme l'atteinte d'un TAUX MOYEN de 1,5 % dans l'industrie canadienne du paiement par carte de crédit. Contrairement au ministre, nous ne voyons pas d'un bon œil l'atteinte du taux moyen de 1,5 %. En effet, cette annonce confirme que ce sont les plus petits détaillants qui subventionnent les taux privilégiés offerts aux grands groupes. Cependant, nous tenons à saluer l'initiative du ministre Morneau consistant à lancer une analyse des frais associés aux paiements par cartes de crédit et nous comptons évidemment y prendre part.

À SUIVRE ▾

Les récents audits de Visa et de MasterCard démontrent qu'en l'absence d'encadrement, les géants du crédit continuent de privilégier les plus grands détaillants en faisant payer les plus petits. Pour l'ADA, la solution à ce fléau est on ne peut plus claire : le gouvernement doit encadrer les taux qui sont chargés aux commerçants! Quel taux doit-on établir? Difficile à dire tant qu'une analyse indépendante des coûts du système ne sera pas réalisée. C'est pourquoi nous sommes impatients que le ministre Morneau aille de l'avant avec son engagement de créer un comité chargé d'adresser les nombreux enjeux dans ce dossier. Toutefois, notre patience n'est pas sans limites.

TABAC

LOI SUR LE TABAC ET CONTREBANDE

DÉCEMBRE 2015

La nouvelle Loi visant à lutter contre le tabagisme est adoptée et plusieurs de nos revendications n'ont pas été retenues si bien qu'il y aura des répercussions sur les activités des détaillants. Mentionnons la hausse ahurissante des amendes en cas de vente de tabac à un mineur, le bannissement des produits aromatisés, l'obligation de contrôler l'usage de la cigarette dans un rayon de 9 mètres des ouvertures et prises d'air de votre commerce, l'encadrement de la cigarette électronique au même titre que les autres produits du tabac, l'augmentation de la superficie de mise en garde, etc. Mince consolation, les élus ont accepté notre recommandation d'instaurer une certaine gradation dans les sanctions. Ainsi, les détaillants perdront leur droit de vente pour une durée de 3 mois à 1 an seulement en cas de récidive pour vente aux mineurs.

FÉVRIER 2016

Les fabricants de tabac ont déposé deux contestations judiciaires en Cour supérieure concernant l'interdiction des cigarettes aromatisées, l'augmentation de la taille des mises en garde sur les paquets ainsi que la fin des programmes commerciaux auprès de leurs partenaires d'affaires, les détaillants. Les fabricants estiment que le gouvernement fait de l'acharnement réglementaire envers un produit et une industrie qui sont légaux. À peine fondée, l'Association québécoise des vapoteries conteste, elle aussi, en Cour supérieure quelques-unes des dispositions de la Loi.

MARS 2016

La Sûreté du Québec a réalisé la plus importante saisie de tabac illégal de l'histoire de l'Amérique du Nord. En effet, plus de 700 policiers ont procédé à l'arrestation d'une soixantaine d'individus accusés d'avoir importé au Canada 2 294 tonnes de tabac de contrebande, représentant plus de 530 M\$ en pertes fiscales. Uniquement au Canada, plus de 70 perquisitions ont été réalisées dans des commerces et des résidences. Le réseau démantelé avait également des ramifications aux États-Unis, en Amérique du Sud ainsi qu'en Europe.

AVRIL 2016

Les échos que nous avons des détaillants en faisaient état, voilà que les chiffres le confirment : les inspections du ministère de la Santé et des Services Sociaux (MSSS) ont été beaucoup plus fréquentes durant les deux dernières années. À l'ADA, nous questionnons l'efficacité de cette méthode visant évidemment à gonfler le nombre d'infractions. En effet, malgré une hausse marquée des inspections entre 2013 et 2015, le pourcentage de détaillants pris en défaut n'a pas augmenté, mais a plutôt diminué proportionnellement. Cela démontre que les exploitants de commerces prennent leurs responsabilités et agissent pour éviter la gradation des sanctions. Si seulement le ministère entendait aussi accompagner les détaillants plutôt qu'à les prendre en défaut, nous sommes certains que leur taux de conformité serait grandement amélioré.

MAI 2016

La ministre fédérale de la Santé, Jane Philpott, a confirmé que le gouvernement fédéral souhaite imposer aux fabricants de tabac l'obligation d'utiliser des emballages neutres. Ainsi, le gouvernement devrait légiférer au terme d'une consultation publique qui aura lieu à l'été 2016. Résultat, au Canada, il n'y aura jamais eu de véritable débat public sur la pertinence ou non d'imposer les emballages neutres aux produits du tabac, puisque le gouvernement du Canada a déjà pris sa décision. À l'ADA, on s'explique mal cette décision. En effet, il faut rappeler que les produits ne sont pas en vente libre, ils sont cachés du public et les avertissements sont déjà prépondérants sur les produits.

ÉTÉ 2016

Nous multiplions les interventions auprès des autorités concernées afin de faire en sorte que nos membres ne se retrouvent pas, malgré eux, en infraction. En effet, la mise en application de deux dispositions de la nouvelle Loi concernant la lutte contre le tabagisme risque de poser problème sur le terrain.

Premièrement, nous informons les autorités des risques financiers, logistiques et sécuritaires entourant l'absence de période transitoire pour modifier les avis de santé publique sur les paquets de cigarettes. Un tel délai a été appliqué concernant les produits aromatisés et cela a grandement facilité le processus.

Deuxièmement, nous avons interpellé les autorités concernées puisque nous jugeons que, dans plusieurs cas, l'interdiction de fumer dans un rayon de 9 mètres de toutes entrées ou prises d'air sera tout simplement inapplicable en fonction des directives données au Service de lutte au tabagisme.

NOVEMBRE 2016

À force de multiplier les démarches et d'avertir les autorités que le temps presse, nous sentons finalement un intérêt de leur part. Viendra-t-il à temps? La mise en application de la disposition du 9 mètres entre en vigueur le 26 novembre. Il pourrait être très dangereux de retirer les cendriers dans un rayon de 9 mètres des entrées et prises d'air d'une station-service comme le recommandent les agents d'informations du MSSS. Concernant la modification de la taille de l'avis de santé publique, les fabricants de tabac ont réagi rapidement, ce qui a grandement aidé la situation.

À SUIVRE ▾

Nous ne nous opposons pas au contrôle de la vente des produits du tabac, c'est un produit dont la vente doit être effectuée avec parcimonie. Néanmoins, nous déplorons que trop souvent les gouvernements ne se soucient guère que les mesures adoptées soient applicables sur le terrain. Nous réitérons que notre démarche ne vise pas à remettre en question la loi, mais plutôt de s'assurer que l'interprétation qu'en auront les inspecteurs sera adaptée à la réalité physique des commerces de nos membres et à leur capacité opérationnelle.



ALCOOLS

ALCOOLS ARTISANAUX QUÉBÉCOIS ET RACJ

DÉCEMBRE 2015

Nous nous réjouissons que le gouvernement souhaite finalement permettre aux épiciers de vendre les alcools artisanaux du Québec dans leur réseau (via le projet de loi 88). Réclamée par l'ADA depuis plus de 15 ans, la vente directe aux épiciers est une étape importante vers une mise en marché optimale des alcools du Québec.

La solution proposée permettra enfin aux producteurs d'alcools artisanaux du Québec d'avoir accès aux tablettes de leur choix parmi un réseau composé de plus de 8 000 points de vente. Toutefois, nous déplorons l'interdiction d'affichage des cépages et des millésimes sur les bouteilles vendues en épicerie. Pour l'ADA, nul doute que les consommateurs ont droit à cette information. Les arguments nébuleux qui permettent de l'interdire mériteraient d'être éclaircis.

FÉVRIER 2016

L'ADA s'est présentée à l'Assemblée nationale dans le cadre des consultations sur le projet de loi 88 portant sur la mise en marché des alcools artisanaux. D'entrée de jeu, nous avons réaffirmé l'importance de modifier le projet de loi afin d'inclure la permission d'afficher les cépages et les millésimes sur les vins vendus en épicerie. Nous avons expliqué les implications derrière le modèle de la vente directe et démontré les nombreux avantages qu'il peut offrir à de petits producteurs. Puis, nous avons rappelé aux élus que le projet de loi 88 n'allait pas entraîner une hausse des cas de consommation abusive d'alcool. Seuls les détenteurs de permis de vente d'alcool en règle pourront vendre des produits artisanaux en vente directe. Finalement, en réponse aux questions des élus, nous avons insisté sur l'importance d'établir et de faire respecter les prix minimums.

Le Conseil d'éthique de l'industrie québécoise des boissons alcooliques a déposé son rapport pour l'année 2015. Le président du Conseil était particulièrement préoccupé par le fait que la majorité des plaintes (5 sur 9) concernaient des promotions croisées dans les épiceries et les dépanneurs. Cela fait dire à M. Béland que « l'inaction des autorités gouvernementales et de la RACJ en ce qui a trait aux promotions croisées est inacceptable ».

MAI 2016

L'adoption du projet de loi 88 est maintenant chose faite. Il s'agit d'une avancée majeure pour les producteurs artisans d'alcools du Québec et à terme, les plus grands bénéficiaires seront certainement les consommateurs. La vente de bière en fût n'a malheureusement pas été autorisée pour les détaillants. Le ministre vise une mise en application de la loi dès septembre 2016.

SEPTEMBRE 2016

L'ADA est invitée à prendre part au processus de modernisation de la Régie des Alcools, des Courses et des Jeux (RACJ). Fort de l'expérience terrain de nos membres et de l'important travail de recherche que nous avons effectués concernant les différentes façons d'encadrer la vente d'alcool dans d'autres juridictions, nous avons plusieurs recommandations qui permettraient à la RACJ de regagner sa crédibilité et de rétablir l'équité entre les secteurs CAD et CSP.

OCTOBRE 2016

L'ADA présente ses recommandations visant à moderniser la RACJ. Loin de vouloir tout changer, nous avons plutôt fait la démonstration aux élus que le système québécois est, somme toute, un juste équilibre entre la disponibilité accrue de produits alcooliques et une mise en marché ordonnée. Nous croyons que la RACJ est un organisme nécessaire, mais qu'il faut l'outiller afin qu'elle puisse appliquer les lois en vigueur.

Parallèlement, les règlements permettant la mise en application de la nouvelle Loi sur le développement de l'industrie des boissons alcooliques artisanales sont finalement déposés. Les gens intéressés concernés ont 45 jours pour émettre des commentaires. Bien que nous sommes heureux de la publication des règlements, nous déplorons que les délais dans le processus d'adoption fassent en sorte que les détaillants n'aient probablement pas le temps de s'approvisionner en alcool à temps pour la période des Fêtes.

À SUIVRE ▼

La mise en application des règlements permettant enfin aux épiciers de vendre les alcools artisanaux québécois est le résultat d'un travail de longue haleine de l'ADA et de ses membres. Des détaillants de partout au Québec ont mis l'épaule à la roue, notamment en supportant notre campagne « Ce n'est pas l'envie qui manque ». Ne reste plus qu'aux producteurs et qu'aux détaillants à accomplir ce qu'ils savent faire de mieux, c'est-à-dire faire découvrir aux consommateurs les magnifiques produits d'ici.

Concernant la modernisation de la RACJ, nous espérons que les élus arrivent à trouver le meilleur équilibre entre carotte et bâton. Au Québec, vendre de l'alcool est un privilège qui vient avec des obligations à respecter.



DOSSIERS DIVERS

HEURES D'OUVERTURE

FÉVRIER 2016

Walmart a entamé des démarches afin de convaincre les autorités publiques de lui permettre de vendre de l'alcool dans ses magasins au Québec. Plus précisément, la demande consistait à lui permettre d'étendre ses heures d'ouverture afin de s'adapter aux besoins de sa clientèle. Cependant, tout le monde a compris que c'est pour obtenir le droit de vendre de l'alcool.

Si Walmart souhaite obtenir les mêmes privilèges que les détaillants en alimentation, elle n'a qu'à se plier aux mêmes règles : une offre alimentaire représentant 51 % de l'ensemble de son offre globale. Ce n'est pas par crainte de voir Walmart ravir des parts de marché que nous nous opposons à l'élargissement de ses heures d'ouverture. C'est simplement que, dans un domaine aussi concurrentiel, il ne peut y avoir deux poids deux mesures. Il est important d'avoir des règles et de les appliquer à tous.

SALAIRE MINIMUM

AVRIL 2016

La FTQ lance une campagne majeure portant sur l'atteinte d'un salaire minimum à 15 \$ de l'heure. Déjà, à compter du 1^{er} mai 2016, le salaire minimum sera de 10,75 \$ de l'heure. Il s'agit d'une hausse de 20 ¢ par rapport à l'année 2015. Personne n'est contre et, règle générale, les détaillants souhaitent offrir les meilleures conditions de travail possibles à leurs employés. Par contre, les attentes des consommateurs concernant les prix des aliments, les faibles marges de profit et la concurrence féroce obligent les détaillants à opérer leur magasin à faibles coûts.

PRINTEMPS-ÉTÉ 2016

Les groupes de pressions et les organismes saisissent chaque occasion pour marteler leur message en faveur d'une hausse du salaire minimum à 15 \$; Manon Massé de Québec Solidaire en tête.

AUTOMNE 2016

Le débat fait rage dans les médias et les articles et les reportages sont nombreux. L'ADA intervient publiquement afin de rectifier certains éléments. Interrogé sur le sujet, le premier ministre du Québec, Philippe Couillard, et son ministre des Finances, Carlos Leitão, indiquent qu'il n'y a pas lieu d'augmenter de façon aussi drastique le salaire minimum. De son côté, la ministre du Travail, Dominique Vien, se dit préoccupée par la situation, mais qu'elle veut prendre le temps de bien évaluer le dossier. C'est pourquoi elle demande une révision des critères utilisés pour déterminer la hausse annuelle du salaire minimum. Si des changements devaient être apportés, ils seraient connus d'ici 2017.

VOIR PLUS LOIN

UNE VISITE AU SALON SIAL CANADA QUI PEUT RAPPORTER GROS!

FAITES LE PLEIN D'IDÉES ET DE BELLES RENCONTRES AU SIAL CANADA À TORONTO.

Échangez avec vos pairs canadiens, découvrez les toutes dernières innovations alimentaires, et profitez de cette occasion unique pour visiter des concepts novateurs de magasins.

N'attendez pas notre retour à Montréal en 2018 pour rester à l'affût d'une industrie qui évolue rapidement!



NOUVEAUX FORFAITS EXCLUSIFS AUX MEMBRES ADAQ

377\$
au lieu 490\$

Forfait de base 1 journée

- Un vol AR Montréal-Toronto
- Badge visiteur régulier au SIAL Canada

556\$
au lieu 749\$

Forfait premium 2 journées

- Un vol AR Montréal-Toronto
- Une nuitée à l'hôtel au centre-ville de Toronto
- Badge VIP incluant l'accès au Salon VIP avec boissons et bouchées offertes

SIAL Canada offre des outils pour garder une longueur d'avance sur la compétition à un prix très compétitif!

CONSULTEZ-NOUS POUR PLUS DE DÉTAILS SUR LES VISITES DE MAGASINS.



INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!
PLACES LIMITÉES. OFFRE D'UNE DURÉE LIMITÉE JUSQU'AU 24 FÉVRIER 2017.

LIEU: Centre Enercare, 100 Prince Boulevard #1
Toronto, Ontario, M6K 3C3

HORAIRE: Mardi 2 mai 2017 10h à 17h
Mercredi 3 mai 2017 10h à 17h
Jeudi 4 mai 2017 10h à 16h

FORMULAIRE D'INSCRIPTION

NOM: _____ PRÉNOM: _____ TÉLÉPHONE: _____

COURRIEL: _____ ENTREPRISE: _____

POUR VOUS INSCRIRE

Veuillez envoyer votre formulaire rempli à Laetitia De Sousa du SIAL Canada
Courriel: sales@expocanadafrance.com
Téléphone: 438-476-2252

Fax: 514-289-1034
Adresse: 2120 Sherbrooke Est,
suite 901 Montréal, Québec
H2K 1C3

En partenariat avec



Conditions de travail

Des normes du travail à connaître

Pour la vaste majorité des salariés québécois, les conditions minimales de travail sont fixées par la Loi sur les normes du travail. Parmi ces normes, ce sont celles de nature pécuniaire qui font l'objet du plus grand nombre de demandes de renseignement à la Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail (CNESST), chargée de l'application de la Loi. Voici, en résumé, ce que vous devez savoir sur le sujet.



Le salaire

Sauf exception, tous les salariés ont droit au salaire minimum. Le taux général de celui-ci est établi à 10,75 \$ l'heure depuis le 1^{er} mai 2016.

Pour un salarié rémunéré au pourboire, le taux est de 9,20 \$ l'heure. L'employeur doit toujours verser au travailleur le salaire qui lui est dû, sans tenir compte des pourboires qu'il a amassés. Le pourboire appartient entièrement au salarié qui a rendu le service, même s'il ne lui a pas été remis directement.

Les heures supplémentaires

En règle générale, lorsqu'un employé travaille plus de 40 heures dans une semaine, son employeur doit majorer de 50 % (taux et demi) son salaire habituel ou, à la demande du salarié, remplacer les heures supplémentaires travaillées par un congé qui tient compte de la majoration.

L'indemnité de vacances

Qu'il travaille à temps plein ou à temps partiel, un salarié doit recevoir en un seul versement une indemnité de vacances équivalant à 4 % ou à 6 % du salaire brut qu'il a gagné au cours de l'année de référence, selon la durée de son service continu.

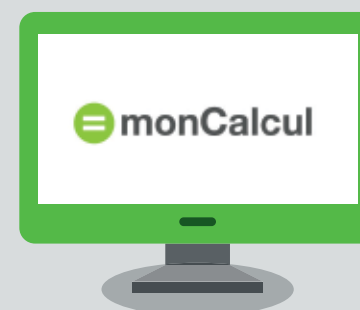
L'indemnité de jour férié

Au Québec, la Loi sur les normes du travail et la Loi sur la fête nationale prévoient un total de huit jours fériés. Le montant de l'indemnité que l'employeur doit verser à un salarié pour un jour férié est égal à 1/20 du salaire gagné au cours des quatre semaines complètes de paie précédant la semaine du jour férié, sans tenir compte des heures supplémentaires travaillées.

L'avis de cessation d'emploi et l'indemnité compensatoire

Des délais précis doivent être respectés lorsque la date de fin d'emploi n'a pas été spécifiée par écrit dès le départ et que le salarié compte trois mois ou plus de service continu chez le même employeur. Ainsi, avant de mettre fin à l'emploi d'un salarié, l'employeur est généralement tenu de lui remettre un avis de cessation d'emploi selon la durée de son service continu. Le délai de l'avis varie de 1 à 8 semaines pour un service continu allant de 3 mois à 10 ans et plus.

Il peut arriver qu'un employeur ait omis de remettre l'avis de cessation d'emploi ou qu'il ne l'ait pas remis dans les délais prévus. Il sera alors tenu de verser une indemnité correspondant au salaire que le salarié aurait normalement gagné entre la date à laquelle l'avis aurait dû lui être envoyé et celle de la fin de son emploi.



GRATUIT : un outil pour vous aider à calculer les sommes dues à vos salariés.

La CNESST met à votre disposition l'outil **monCalcul**, pour vous aider à établir les montants auxquels vos salariés ont droit. Simple et pratique !

DCB300-451 (2016-12)

Commission des normes, de l'équité,
de la santé et de la sécurité du travail

CNESST

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS :

☎ **1 844 838-0808**

🌐 **cnesst.gouv.qc.ca/normes**

CHRON

LA PRÉVENTION DES PERTES... UN EXEMPLE PARMİ TANT D'AUTRES LES TOUCHES RAPIDES SUR LES SYSTÈMES CAISSES

LES TOUCHES RAPIDES SONT-ELLES EFFICACES ? ASSURÉMENT, DIREZ-VOUS. SÉCURITAIRES ? HUM, PERMETTEZ-NOUS D'EN DOUTER !

LES FAITS

Certaines touches dites rapides sur les systèmes caisses, en l'occurrence les touches pour retrait d'argent, sont censées nous aider à servir les clients plus rapidement. Or, certains utilisateurs, attirés aux caisses, ont réussi à trouver des failles qui les alimentent monétairement au détriment de leurs employeurs.

Vous le savez, les caisses sont en effet des endroits névralgiques pour tous les commerces de détail et sont matière à prédilection pour tous fraudeurs potentiels. Ces derniers s'affairent quotidiennement à détecter les opportunités qui leur sont offertes. Ils sont malheureusement présents partout. Le gestionnaire se doit donc d'être vigilant et de faire des vérifications de manière régulière, entre autres par le biais des rapports d'exception qui leur sont disponibles. Ces rapports permettent en effet de détecter certaines anomalies. Ces informations existent, il ne vous suffit que de prendre le temps de les colliger adéquatement.

Revenons à nos touches rapides. À titre d'exemples, avez-vous des employés qui font des retours de bouteilles de 18 litres plus souvent que la majorité ? Avez-vous des employés aux caisses qui font plus de retraits débit que les autres à l'aide de ces touches ? La programmation requiert-elle la confirmation du client ? Si dans les deux derniers cas, la réponse est négative, il existe certaines possibilités que vous puissiez être délestés à votre insu.

Très récemment, il aura fallu qu'un client regarde attentivement sa facture et qu'il remette en question le retrait qu'il n'avait pas demandé, mais qui plus est, vous l'aurez deviné, non reçu. Et une nouvelle fraude était mise à jour. N'eut été de ce client, le stratagème aurait pu s'étendre sur plusieurs mois encore... au détriment du propriétaire.

Pouvons-nous contrer ce type de fraude ? Oui, dans ce cas-ci, en stoppant l'accessibilité aux touches rapides pour les retraits débit. Il en reviendra au client de demander de faire un retrait, d'accepter celui-ci à partir du terminal et de signer le coupon de caisse confirmant qu'il a bien reçu le montant demandé. Aussi simplement, et ce, pour éviter ce qui n'est pas souhaitable à l'interne et par l'interne.

Et ce n'est qu'un exemple parmi tant d'autres.

Dans ce cas-ci, toutefois, la prétention de l'employé est qu'il n'avait jamais volé son employeur. Non, mais... il volait le client de son employeur. Sur qui croyez-vous que la faute incombera, honnêtement ? Et sa réputation en tant que marchand ne devrait-elle pas être prise en compte ? N'était-ce pas lui voler son intégrité après tout ?

Le vol interne est malheureusement une triste réalité, disons-le... D'ailleurs, ce sera le sujet de notre prochaine chronique.

Groupe Conseil VCS

1-800-842-1911

jbrunet@vcsinvestigation.com



NOUVEAUX



Y ÉTIEZ-VOUS?

Lors du congrès annuel de l'ADA au Manoir Richelieu, le CSMOCA a eu le plaisir de tenir un premier atelier. Après discussions, tant avec les organisateurs qu'avec certains participants, nous pouvons conclure que cette pratique fut très enrichissante et parier que nous renouvellerons l'expérience l'année prochaine! Nous remercions sincèrement les gens présents qui ont participé avec enthousiasme et intérêt.

Par cet atelier, nous avons sensibilisé les gestionnaires à l'importance de connaître leur style de leadership naturel, en plus d'attirer leur attention sur le fait qu'il est important d'adapter son style en fonction des différentes situations. Pour ce faire, nous avons présenté plusieurs mises en situation, dont les choix de réponses présentaient différentes méthodes de rétroaction. Ces mises en situation, tirées de la formation GÉRANT PERFORMANT, visaient les styles de leadership naturel suivants :

- 1 Diriger**
le chef de groupe définit les rôles et les tâches des exécutants en leur disant quoi faire.
- 2 Entraîner**
le chef de groupe exerce une forte influence tout en cherchant à établir un climat de communication et d'échanges.
- 3 Participer**
le chef de groupe et les exécutants partagent les idées et les prises de décisions.
- 4 Déléguer**
le chef de groupe laisse aux exécutants la responsabilité de diriger eux-mêmes leur travail.

Le cumul des réponses nous a démontré que les gestionnaires présents partageaient un style majoritairement PARTICIPATIF. Cependant, il a clairement été identifié que ce style ne peut pas s'appliquer à l'ensemble des situations, il faut adapter son style de rétroaction selon la situation. Les leaders d'aujourd'hui doivent s'adapter à différents facteurs afin de faire en sorte que la gestion de leur équipe de travail soit dynamique et tenir compte des différences entre les niveaux de compétences, la maturité et les personnalités de chacun.

Un bon leader doit bien se connaître et bien connaître son équipe. Dans une équipe équilibrée, les profils de chacun doivent être complémentaires entre eux et non identiques au leader. Voilà ce que la formation GÉRANT PERFORMANT démontre concrètement.

Nous souhaitons féliciter M. Michel Milot, marchand propriétaire Provigo Michel Milot, votre président de la région de la Montérégie

Gagnant d'une participation gratuite à la formation!

Pour découvrir votre style de leadership, savoir comment l'adapter en fonction des différentes situations et surtout comment MAXIMISER VOS ÉQUIPES DE TRAVAIL, contactez l'équipe du CSMOCA au 514-499-1598 ou visitez notre site web au WWW.CSMOCA.ORG.

N'oubliez pas que le CSMOCA est un organisme sans but lucratif qui a pour mission de vous aider dans la gestion et la formation de votre personnel. Notre équipe travaille pour vous!

Nadine Moranville
Chargée de projets
et des communications



ACTUALITÉS TCBO

Les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ) ont pour mission de contribuer au développement de leur région par la concertation des acteurs du secteur bioalimentaire. Ces Tables, régies par des conseils d'administration formés de représentants du secteur bioalimentaire, travaille avec les différents maillons de l'industrie : producteurs agricoles, transformateurs alimentaires, restaurateurs, épiciers, mais aussi intervenants de la fonction publique, du monde municipal, de l'éducation, de la finance, de l'emploi, etc. Les détaillants à la recherche de produits locaux ou souhaitant s'impliquer peuvent faire appel à la Table de leur région.

TCAQ OU TCBQ ?

Vous aurez sans doute remarqué que le titre de cette page a changé. En effet, les Tables de concertation agroalimentaire du Québec sont officiellement devenues Les Tables de concertation bioalimentaire du Québec. La différence? L'expression bioalimentaire inclut l'agroalimentaire et les pêcheries.

Nous sommes d'avis que c'est en alliant l'agroalimentaire et les pêcheries à l'ensemble du monde de l'alimentaire que nous réussissons ensemble à faire face aux nombreux défis qui se dressent devant les entreprises du Québec à cette ère de commerce international.

Le rôle qu'assument les Tables au niveau de la mise en œuvre de projets novateurs et du développement d'outils qui permettent collectivement aux entreprises de saisir les opportunités et de poursuivre la réalisation de leurs objectifs d'affaires est toujours aussi important et d'actualité. C'est dans ce contexte que les Tables ont décidé d'actualiser leur image.

Concrètement, les Tables concertent et mobilisent l'industrie bioalimentaire de leur région autour des enjeux de développement qui leur sont propres. Nous croyons qu'un logo complètement renouvelé viendra appuyer cette dynamique déjà bien présente en nos organisations alors que les entrepreneurs de l'industrie et les intervenants du développement économique qui composent nos conseils d'administration sont engagés dans la recherche collective de solutions aux défis d'aujourd'hui et de demain.



Tables de concertation bioalimentaire du Québec

RARES SONT LES OCCASIONS DE SE RÉJOUIR D'ÊTRE SUR UNE TABLETTE!



Depuis le mois de novembre 2016, sept entreprises lavalloises voient leurs produits en vente dans cinq succursales de la chaîne d'épicerie Metro, franchisées ou affiliées, de la région de Laval. Ils s'y trouvent sous le label « Saveurs de Laval », la marque de commerce surtout connue pour ses initiatives de commercialisation en circuit court. Il s'agit d'une première occasion offerte aux entreprises lavalloises de présenter en vitrine leurs produits grâce à la politique d'achat local des épiceries Metro.

Ces entreprises bénéficient d'une place de choix pour leurs produits – une trentaine de variétés – que ce soit sur les tablettes d'un îlot bien identifié aux couleurs de « Saveurs de Laval » ou encore dans la section des produits réfrigérés.

Ce projet est rendu possible grâce à la complicité des épiciers, comme M. Michel Dépatie, propriétaire du Metro Plus Dépatie situé au 100 boulevard de l'Avenir, qui sont fiers de soutenir la campagne de valorisation d'achat local. « C'est un projet dans lequel je tenais à m'engager puisqu'il est important d'encourager nos producteurs locaux. Je suis fier de faire découvrir des produits exclusifs et de grande qualité à ma clientèle. », fait-il valoir.

Une telle initiative rejoint également la vision de la Ville de Laval dans sa volonté de développer les secteurs économiques porteurs et émergents, notamment l'agroalimentaire, tout en stimulant la croissance des entreprises. La Ville de Laval dans laquelle on retrouve dorénavant le Service du développement économique a d'ailleurs démontré fièrement en 2016 son intérêt pour la valorisation des produits locaux lavallois en participant au festival Montréal en lumière en tant que région invitée.

Pour connaître les succursales participantes de la chaîne d'épicerie Metro, nous vous invitons à visiter le site www.saveursdelaval.com dans la section « En vedette ».

58 DÉTAILLANTS S'AFFICHENT AUX COULEURS DES SAVEURS DU BAS-SAINT-LAURENT !



La campagne d'affichage avec l'identifiant régional aura duré trois ans et elle visait à mettre en valeur, à l'aide d'outils promotionnels, les produits bioalimentaires bas-laurentiens chez les détaillants participants. Concrètement, cela a permis aux consommateurs de les repérer plus facilement.

Les actions réalisées, par l'association « Les Saveurs du Bas-Saint-Laurent », ont permis à 58 détaillants de bonifier leur offre alimentaire régionale. Grâce à l'entente entre l'Association et la bannière Metro, plus de 150 nouveaux produits ont été intégrés dans 12 grandes surfaces de la région.

87 % des participants ont affirmé que les outils promotionnels exerçaient une influence directe sur les consommateurs. De ce fait, afin de répondre à la demande croissante, 68 % des détaillants sont présentement à la recherche de produits régionaux. Pour ce faire, 75 % souhaitent avoir le soutien de l'Association pour y parvenir.

La réceptivité des détaillants participants montre clairement qu'ils sont soucieux d'informer leur clientèle quant à la présence et à l'emplacement des produits régionaux et ils souhaitent connaître davantage les entreprises de la région. L'association des Saveurs du Bas-Saint-Laurent continue son travail de sensibilisation et offrira sous peu de nouveaux outils de promotion afin de mettre en valeur les produits de nos artisans bioalimentaires.

Qu'ont en commun
les équipes gagnantes?

UN COACH PERFORMANT!

- ▶ DEVEZ UN COACH
ET LEADER EXEMPLAIRE
- ▶ AMÉLIOREZ LES
COMMUNICATIONS
ET TRAVAIL D'ÉQUIPE
- ▶ GÉREZ DES CONFLITS ET DES
PERSONNALITÉS DIFFICILES
- ▶ SIMPLIFIEZ VOS
RELATIONS DE TRAVAIL



300 \$ par participant grâce à la contribution
financière de la Commission des partenaires
du marché du travail. Valeur réelle 1 200 \$

Cette formation de **deux jours**
a été créée exclusivement pour les
**gérants, assistants gérants, directeurs et
propriétaires** de commerce de l'alimentation.

GROUPES PUBLICS

Val d'Or : 1^{er} et 8 février 2017 **Hôtel Forestel**

Rouyn Noranda : 31 janvier et 7 février 2017 **Temabex**

Montréal : 14 et 21 février 2017 **CFACQ**

Rive-Nord : 15 et 22 février 2017 **Comfort Inn Saint-Jérôme**

Estrie : 15 et 22 mars 2017 **Sherbrooke** : lieu à confirmer

Mauricie : 5 et 12 avril 2017 **Days Inn Trois-Rivières**

GROUPE PRIVÉ

Date et lieu : à déterminer Nombre de participants : 15

Coût : 4 200\$ (incluant : repas, pauses, matériel pédagogique)

Inscrivez-vous dès maintenant sur le site
du CSMOCA au www.csmoca.org/fr/

Notre force
c'est vous !



sur notre page Facebook
[facebook.com](https://www.facebook.com)

Partagez vos
commentaires



sur notre compte Twitter
twitter.com/ADAQuebec

CONTACTEZ-NOUS

Mathieu Fraser
514-982-0104 poste 244
mfraser@adaq.qc.ca

COORDONNÉES

2120, rue Sherbrooke Est
bureau 900, Montréal
(Québec) H2K 1C3



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

54^e

TOURNOI DE GOLF DE L'ADA



23 MAI 2017

C'est avec enthousiasme que nous vous invitons au prestigieux Club de golf Elm Ridge.

Fondé en 1924, le Elm Ridge est devenu au fil des ans l'un des clubs les plus renommés au Canada.

NE MANQUEZ PAS VOTRE DÉPART



INSCRIVEZ-VOUS
DÈS MAINTENANT !

Raison sociale _____
Adresse _____
Ville _____ Code postal _____
Courriel _____
Téléphone _____
Cellulaire _____

NOM DES JOUEURS : QUATUOR 1

Joueur 1 _____
Joueur 2 _____
Joueur 3 _____
Joueur 4 _____
Allergie joueur ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4
Description _____

NOM DES JOUEURS : QUATUOR 2

Joueur 1 _____
Joueur 2 _____
Joueur 3 _____
Joueur 4 _____
Allergie joueur ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4
Description _____

23 MAI 2017

Club de golf Elm Ridge

851 chemin Cherrier, Île Bizard, Montréal

HORAIRE

Brunch : 08H30

Départ : 10H00

Cocktail : 17H00

Souper : 18H00

Formule Shotgun / Vegas à 4 joueurs

POUR RÉSERVER

Veuillez retourner ce formulaire
par courriel à lgravel@adaq.qc.ca
ou par télécopieur 514.849-3021.

Les frais d'inscription doivent être acquittés
avant le 5 mai 2017. Aucun remboursement
après cette date. Pour plus d'information :
514.982.0104 poste 231.

COMMANDITE

Je désire prendre la commandite :

Pour voir les opportunités de commandite :
ADAQ.QC.CA

QUATUOR ☐ (membre-fournisseur) x 1 370 \$ = +tx.

QUATUOR ☐ (non membre-fournisseur) x 1 570 \$ = +tx.

JOUEUR INDIVIDUEL ☐ (membre-fournisseur) x 395 \$ = +tx.

JOUEUR INDIVIDUEL ☐ (non membre-fournisseur) x 450 \$ = +tx.

DÉTAILLANT ☐ x 295 \$ = +tx.

SOUPER* ☐ x 185 \$ = +tx.

Montant total à payer (plus taxes applicables) +tx.

*Veuillez indiquer le nom de ceux qui viendront souper dans le champs "Nom des joueurs"

QUATUOR

Comprend : 4 droits
de golf et voiturettes,
4 brunchs, cocktails
et 4 soupers.

JOUEUR INDIVIDUEL

Comprend : droit
de golf et voiturette,
brunch, cocktail
et souper.

SOUPER

Comprend :
cocktail et souper.

MODE DE PAIEMENT

☐ Facturez-moi
☐ Par chèque
☐ Visa / MasterCard

N° : _____

LIBELLER À ADA ET POSTER À :

2120, rue Sherbrooke Est
Bureau 900
Montréal (Québec)
H2K 1C3



Vous appréciez notre travail ?

Devenez membre
détaillant ou fournisseur.
www.adaq.qc.ca



Suivez-nous



Commentez

CONTACTEZ-NOUS

Mathieu Fraser
514-982-0104 poste 244
mfraser@adaq.qc.ca

COORDONNÉES

2120, rue Sherbrooke Est,
bureau 900, Montréal
(Québec) H2K 1C3



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec