RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Avril-Mai
2013

FRAIS DE TRANSACTION

Une préoccupation majeure!
▸ *P.6*

CONSIGNE OU COLLECTE SÉLECTIVE

L'étude prend forme ▸ *P.7*

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

Il est temps de vous inscrire ▸ *P.8*

LE GROS BON SENS L'EMPORTE!

PAS D'ALCOOL DANS LES WALMART

« L'intérêt public commande que nous refusions de souscrire à la démarche élaborée par la demanderesse, aussi ingénieuse soit-elle. » Extrait du jugement rendu par la RACJ. La suite en ▸ *P.16*

Point de vue

RECYCAN ENCORE RECYCAN !

Qui n'a jamais eu de problème avec Recycan? Vous savez, l'organisme responsable de collecter les contenants sous consigne publique, mais qui peine à s'acquitter de son mandat? Délais trop longs entre chaque collecte, oublis fréquents, remise de boîtes de carton au compte-gouttes, menaces de la part des livreurs qui ne veulent pas ramasser leurs produits sans sacs de cannettes, voilà autant d'exemples de situations qui nous sont rapportées régulièrement.

L'A.D.A. reçoit et documente les plaintes des détaillants en alimentation depuis plusieurs années. Vous ne serez pas surpris d'apprendre que notre classeur déborde, tout comme les entrepôts des détaillants.

Pour ceux qui ne le savent pas, Recycan appartient aux brasseurs Labatt et Molson. Récemment, un de vos collègues détaillants leur a envoyé une lettre les informant que si le niveau de service de Recycan continuait de ne pas être à la hauteur, il allait réduire les achats des produits Labatt et Molson en guise de représailles. Voilà une idée qui a sûrement déjà traversé l'esprit de plusieurs d'entre vous. C'est désolant que la situation soit rendue à un point tel que plusieurs détaillants envisagent des représailles de la sorte.

Les détaillants ont toujours porté le système de consigne sur leurs épaules et accompli leur mandat avec brio. C'est insultant d'avoir à répéter constamment que nos magasins ne sont pas des poubelles. Tous les acteurs impliqués dans le système de consigne doivent apporter leur contribution pour que le système fonctionne. Actuellement, ce n'est pas le cas et les problèmes engendrés se retrouvent dans nos entrepôts.

En décembre dernier, le ministre de l'Environnement, M. Yves-François Blanchet, a annoncé la réalisation d'une étude comparative des deux systèmes de recyclage, soit la consigne et la collecte sélective. Comptez sur l'A.D.A. pour donner l'heure juste sur l'état réel de la situation concernant la consigne.

Continuez de nous informer des problèmes que vous éprouvez afin que nous puissions mieux documenter ce dossier.

- **info@adaq.qc.ca**
- **514 982-0104 ou 1 800 363-3923, poste 244**

Daniel Choquette
Président du conseil

L'INGÉNIOSITÉ NE DONNE PAS UN PERMIS D'ALCOOL

« Pas d'alcool dans les Walmart » titrait La Presse à la satisfaction évidente des détaillants légitimes d'alcool au Québec. On n'est pas dupe pour autant, le plus grand détaillant de la planète n'a pas l'habitude d'abandonner ses projets. S'il ne conteste pas simplement la décision, Walmart reviendra certainement à la charge avec un nouveau concept mieux ficelé.

Les détaillants propriétaires québécois préfèreraient que Walmart et les autres grands généralistes qui s'improvisent détaillants alimentaires ne puissent pas venir cannibaliser davantage leur secteur en se mettant à brader l'alcool, mais ce n'est malheureusement pas pour des considérations commerciales que la RACJ intervient.

La RACJ a pour mandat de protéger l'intégrité de la législation, et ce, dans l'intérêt du public. La loi est efficace, le tribunal également; pour que tout continue de fonctionner rondement, ne reste plus qu'aux détaillants légaux de réclamer que l'on respecte le principe que la vente d'alcool est un privilège. Dans le cas présent, les astres se sont très bien alignés.

L'A.D.A. a appris que Walmart souhaitait obtenir un permis de vente d'alcool et en a averti ses membres puisqu'elle ne peut initier ce genre de procédures. Sur invitation d'un de ses membres, l'A.D.A. a témoigné dans cette affaire. L'A.D.A. est satisfaite de cette décision, car elle protège l'intégrité de la loi en place.

Contrairement au dossier Costco, nous avons pu intervenir avant l'émission du permis, ce qui a empêché une nouvelle interprétation de la portée de la loi encadrant la vente d'alcool au Québec.

Si Walmart veut avoir un permis d'alcool, il n'a qu'à se conformer à la loi comme tous les autres; il ne doit pas y avoir un deuxième Costco qui se faufile dans le système en invoquant toutes sortes de fausses raisons.

La vente d'alcool est un privilège, le modèle proposé par Walmart n'en respectait pas les balises bien qu'il tentait de façon ingénieuse d'en avoir les apparences.

Annexer une boîte à un commerce généraliste n'en fait pas un établissement conforme à la vente d'alcool. Une décision favorable de la RACJ au concept développé par Walmart aurait certainement été étudiée par Dollarama, Jean-Coutu, Canadian Tire et bientôt Target.

Malheureusement, on en reparlera plus tôt qu'on ne le souhaite.

Florent Gravel
Président-directeur général

Association des détaillants en alimentation du Québec

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

Les articles publiés dans le RADAR relèvent de la responsabilité exclusive de leurs auteurs. Toute reproduction de textes ou extraits n'est permise que sur autorisation et doit porter la mention « Reproduit de la revue RADAR ».

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

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

ÉDITEUR
Florent Gravel
fgravel@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

CORRECTION D'ÉPREUVES
Traduction méMOTS
traductions@memots.com

IMPRESSION
IntraMédia
450-655-2600

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF
Daniel Choquette
Président

Dominic Arsenault
Vice-président

André Forget
Trésorier

Michel Dépatie
Secrétaire

ADMINISTRATEURS
Caroline Bouchard
Jonathan Champagne
Marcel Clermont
Bruno Desrochers
Yan Gladu
André Hubert
Guillaume Laroche
Caroline Leduc
Jean-François Marcoux
Ginette Reid
Mario Sauvé
Christian St-Jacques

PERMANENCE DE L'A.D.A.

Florent Gravel
Président-directeur général

Pierre-Alexandre Blouin
Vice-président, Affaires publiques

Ginette Desjardins
Adjointe au président-directeur général

Mathieu Fraser
Conseiller, Communications et affaires publiques

Louise Gravel
Directrice, Événements et base de données

Manon Dextras
Directrice, Finances et administration

Sommaire

Section membres-fournisseurs (SMF) 5

Suivi de dossiers

GÉNÉRALISTES ALIMENTAIRES 6
Pas d'alcool dans les Walmart : Le gros bon sens l'emporte!
Clauses de non-concurrence : Une épine dans le pied de Target

TABAC 6
Contrebande : Projet de loi fédéral en vue

MODE DE PAIEMENT 7
Frais de transaction : Une préoccupation majeure!
Le NPD lance sa propre campagne nationale
Retrait du 1 ¢ : Chose faite, mais...

AGROALIMENTAIRE 7
Aliments du Québec : 3,5 M$ pour 2013
Offre québécoise de fruits et légumes : Maintenant sur le Web

ENVIRONNEMENT 8
Consigne : Encore la vieille rengaine des bouteilles de vins
Consigne ou collecte sélective : L'étude prend forme
Collecte sélective : Financée à 100 % par les entreprises

DOSSIERS DIVERS 9
Exactitude des prix : Une politique qui n'est pas prise à la légère
Épicerie en ligne : Qu'en pensent les consommateurs?

LAURÉAT : TEMPLE DE LA RENOMMÉE A.D.A. 2013 9

FORMULAIRE D'INSCRIPTION TOURNOI DE GOLF DE L'A.D.A. 11

RUBRIQUE D'AIDE 12
Tabac : Infraction pour vente aux mineurs

Chroniques

PRÉVENTION 16
L'abus de pouvoir

ENVIRONNEMENT 17
Mieux performer dans la gestion des matières résiduelles!

PLACEMENT 18
Les conventions entre actionnaires

RESSOURCE HUMAINE
Pourquoi recruter chez les travailleurs plus âgés?

L'ACTUALITÉ DES TCAQ 19

PENSE-BÊTE 21
La récupération des contenants consignés

Détaillants en alimentation, vous savez que les consommateurs d'ici sont de plus en plus nombreux à opter pour les aliments du Québec ! **Plus de 15 500 produits** affichent déjà les logos Aliments du Québec et Aliments préparés au Québec et l'industrie innove sans cesse pour offrir de nouveaux produits tout au long de l'année.

Merci de faire **toujours le bon choix** en privilégiant et en mettant en valeur les aliments d'ici. **Vos choix comptent pour beaucoup dans l'économie du Québec.**

Chantal Fontaine

Québec

SMF Section membres-fournisseurs

TEMPLE DE LA RENOMMÉE SMF : APPEL DE CANDIDATURES

Chers membres-fournisseurs, vous avez sûrement reçu notre invitation à proposer des candidatures au Temple de la renommée 2013 de la SMF, je vous réitère donc chaleureusement cette invitation. Ce pourrait être une belle façon de faire reconnaître un collègue ou vous-même, ainsi que votre entreprise. Une belle visibilité vous est offerte par l'A.D.A. Saisissez l'occasion ! Au plaisir de vous lire.

CRITÈRES DE SÉLECTION*

INDIVIDUEL	ENTREPRISE
Membre de l'A.D.A. ou membre actif par le passé	Membre de l'A.D.A.
Contribution significative à l'industrie alimentaire au Québec	Contribution significative à l'industrie alimentaire au Québec
Position de leader dans l'industrie	Siège social et/ou bureau administratif au Québec
Résultats croissants, de façon constante	Participation à la communauté
Renommée dans l'ensemble de l'industrie	Gestion des ressources humaines

** Pour plus de détails, consulter le cahier de mise en candidature.*

COCKTAIL DÎNATOIRE DE LA SMF : UN INCONTOURNABLE!

Détaillants, fournisseurs et partenaires de l'industrie, veuillez noter que notre prochain cocktail dînatoire aura lieu le lundi 22 avril prochain au Hilton Bonaventure de Montréal. Les membres du Comité s'affairent à vous concocter une soirée des plus intéressantes! Notez que nous avons changé la formule, afin d'allouer plus de temps pour rencontrer vos collègues, partenaires de l'industrie, ainsi que vos clients. Vous aurez peut-être déjà reçu l'information par voie électronique au moment de mettre sous presse, sinon les détails seront connus bientôt.

N'hésitez pas à nous faire part de tout commentaire ou suggestion sur les sujets qui touchent la SMF.

Je vous souhaite un printemps énergisant!

Daniel Fradette
Président SMF

CHRISTIAN JASMIN
IGA Famille Jasmin

DOMENIC MANCUSO
Saputo

JEAN-FRANÇOIS COURCHESNE
Chagall Design
TRÉSORIER

GÉRALD CAYOUETTE
Aliments de consommation Maple Leaf
SECRÉTAIRE

DANIEL FRADETTE
Pepsico Canada
PRÉSIDENT

MARC SAUVAGEAU
Acosta Ventes et Marketing
VICE-PRÉSIDENT

MARTIN PAYANT
Unilever Canada

CHRISTIAN BÉRUBÉ
Meilleures Marques

STÉPHANE BOUCHARD
Distribution Régitan

Sont absents de cette photo :
Luc Jetté, Les Brasseries Sleeman
Marc Carpentier, Natrel

À la mémoire de PASQUALE TOPPETTA (PAT)

1946 - 2013

C'est avec une très grande tristesse que nous avons appris le décès de Pat Toppetta suite à des complications dues à une greffe de poumons. M. Toppetta est décédé le vendredi 8 mars 2013 à l'âge de 66 ans. Avec l'appui de ses fils Éric et Jason, M. Topetta était toujours actif au sein de ses trois supermarchés IGA dans le sud-ouest de Montréal et à Dorval. Il avait été honoré par ses pairs au Temple de la renommée A.D.A. en 2010. Les membres du conseil d'administration et de la permanence de l'A.D.A. désirent témoigner leur plus profonde sympathie à la famille et aux nombreux amis de M. Toppetta.

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 nous permettant de mieux documenter nos dossiers.

GÉNÉRALISTES ALIMENTAIRES

PAS D'ALCOOL DANS LES WALMART : LE GROS BON SENS L'EMPORTE!

La Régie des alcools, des courses et des jeux (RACJ) a tranché : Walmart n'aura pas le droit de vendre de l'alcool dans ses « supercentres » au Québec. Voilà une décision empreinte de gros bon sens! En 2011, la multinationale avait fait une demande officielle à la RACJ afin d'obtenir un permis d'épicerie pour ses deux « supercentres » de Laval et de Mascouche.

« L'intérêt public commande que nous refusions de souscrire à la démarche élaborée par la demanderesse, aussi ingénieuse soit-elle. » Extrait du jugement rendu par la RACJ.

Walmart souhaitait opérer des dépanneurs, nommé « La Réserve » avec entrée commune dans ses établissements déjà en place. Cette stratégie est plutôt ingénieuse, mais heureusement la RACJ a compris que cette diversion servait uniquement à obtenir un permis de vente d'alcool réservé aux épiceries.

Pour obtenir un tel permis, qui aurait autorisé la multinationale à faire son entrée dans le marché des boissons alcooliques au Québec, Walmart devait démontrer que son offre alimentaire correspond à 51 % de sa superficie de vente. Évidemment, les « supercentres » en question ne remplissaient pas cette exigence, mais Walmart affirmait que les dépanneurs « La Réserve », quant à eux, respecteraient cette condition.

Pour que la RACJ considère « La Réserve » comme détenteur du permis d'épicerie, Walmart devait démontrer que la gestion de ses dépanneurs se ferait de façon totalement distincte de la maison mère . Après enquête, la RACJ a conclu que, selon le plan d'affaires soumis, Walmart Canada demeurait l'exploitant des dépanneurs, le responsable des achats, le bailleur de fonds, le responsable de l'entreposage et le fournisseur de main-d'œuvre. Bref, les dépanneurs « La Réserve » ne seraient rien de plus qu'une réserve d'alcool pour Walmart.

« L'intérêt public commande que nous refusions de souscrire à la démarche élaborée par la demanderesse, aussi ingénieuse soit-elle. »

L'A.D.A. salue la décision de la RACJ dans ce dossier. Autoriser la vente d'alcool dans la forme proposée par Walmart aurait créé un précédent néfaste pour l'industrie. Au final, les règles doivent être les mêmes pour tous, qu'il s'agisse d'une multinationale ou d'un petit détaillant indépendant.

CLAUSES DE NON-CONCURRENCE : UNE ÉPINE DANS LE PIED POUR TARGET

Target n'aura pas carte blanche afin de garnir sa section « épicerie » dans ses magasins au Québec. En effet, bien que le géant américain annonce depuis le début que l'alimentation fera partie intégrante de sa stratégie d'implantation au Canada, il n'en demeure pas moins que Target devra respecter les clauses de non-concurrence auxquelles sont assujettis plusieurs des baux de location issus de la transaction avec Zellers. Bien qu'elles paraissent contraignantes et anticoncurrentielles, ces clauses sont le seul moyen de maintenir un certain équilibre dans les centres commerciaux où la chaîne s'installe. Alors que le principal concurrent de Target au Canada, Walmart, ne cesse d'accroître son offre alimentaire, la présence de clauses de non-concurrence a toutes les allures d'une épine dans le pied pour le nouveau venu au Canada.

25 TARGET AU QUÉBEC

- **11** dans des centres commerciaux sans épicerie
- **14** dans des centres commerciaux avec épicerie *(6 Maxi, 4 IGA, 3 Super C, 1 Adonis)*

TABAC

CONTREBANDE : PROJET DE LOI FÉDÉRALE EN VUE

En mars dernier, le gouvernement fédéral a présenté un projet de loi proposant des mesures pour enrayer la contrebande de tabac. Ce projet propose de modifier le Code criminel afin d'y inclure une nouvelle infraction, soit la possession et la vente de tabac de contrebande, et d'établir des peines minimales d'emprisonnement en cas de récidives. Une escouade de 50 policiers de la GRC serait également créée. Son mandat serait de cibler les groupes criminels liés à la production et à la distribution du tabac de contrebande.

Fait intéressant, le Conseil mohawk de Kahnawake dit « comprendre le besoin de réglementer pour éliminer le crime organisé ».

L'A.D.A. trouve intéressant l'ajout d'un élément de dissuasion afin que les gens y pensent à deux fois avant de faire le commerce de tabac de contrebande.

MODE DE PAIEMENT

FRAIS DE TRANSACTION : UNE PRÉOCCUPATION MAJEURE!

Le 7 mars dernier, l'A.D.A. a lancé une campagne Web pour rappeler au gouvernement que l'évolution fulgurante des coûts associés aux paiements par carte de crédit préoccupe grandement les détaillants en alimentation.

Nous avons dévoilé une série de trois capsules vidéo donnant la parole aux détaillants afin de lever le voile sur 3 aspects de cette problématique trop souvent méconnus tant de la part des décideurs, des relayeurs d'information que des consommateurs. Voici les thèmes abordés.

1. **Volume de transactions : l'ascension fulgurante du crédit!**
   - **Michel Dépatie**
     Marché Dépatie,
     Laval
2. **Les nouvelles technologies : au bénéfice de qui?**
   - **Daniel Choquette**
     Provigo Choquette,
     Marieville
3. **Fidélisation des compagnies de crédit : un poids sur le dos des détaillants.**
   - **Gian-Carlo Paré**
     7 dépanneurs et stations-services,
     Estrie

Les vidéos ont été diffusées à nos membres, à nos partenaires, aux élus fédéraux ainsi qu'aux journalistes. La campagne a bénéficié d'une bonne couverture dans les médias, et ce, tant sur Internet qu'à la télévision.

Rappelons que cette démarche s'inscrit dans le contexte d'un jugement imminent du Tribunal de la concurrence au sujet de la situation quasi monopolistique de Visa et de Mastercard. La décision du Tribunal sera déterminante pour l'avenir du système de paiement canadien. Plutôt que de demeurer en position passive, nous croyons qu'il importe de multiplier les exemples donnant l'heure juste sur les effets néfastes du système actuel.

RÉCLAMATIONS DE L'A.D.A.
Analyse indépendante des coûts du système
Limitation des frais chargés aux commerçants
Mise en place de règles favorisant une réelle concurrence dans l'industrie du paiement

Par une initiative de la sorte, les membres de l'A.D.A. démontrent avec éloquence que la situation les préoccupe grandement et qu'une intervention du gouvernement fédéral est nécessaire. L'A.D.A. souhaite que le ministre des Finances du Canada dépasse la simple portée symbolique de son code de conduite puisque, clairement, les résultats ne sont pas au rendez-vous. Le gouvernement doit ouvrir les livres afin de mettre en place une structure de paiement moderne, concurrentielle, basée sur les coûts réels du système, et ce, autant pour le bénéfice des commerçants que des consommateurs canadiens.

- Pour consulter les vidéos : visiter le **www.vimeo.com/adaquebec**

LE NPD LANCE SA PROPRE CAMPAGNE NATIONALE

Le Nouveau Parti démocratique (NPD), opposition officielle à Ottawa, a lancé une campagne nationale sous forme de pétition demandant au gouvernement de réglementer les frais de transaction qu'imposent les compagnies de crédit aux commerçants.

Le NPD juge que le code de conduite volontaire adopté en 2010 est une mesure insuffisante puisque les frais continuent d'augmenter.

Le NPD a organisé une table ronde regroupant plusieurs acteurs préoccupés par cet enjeu. L'événement s'est tenu à Montréal en matinée, puis une seconde conférence de presse à Québec au IGA Jobidon dans Limoilou. L'A.D.A. et plusieurs organisations membres de la Coalition québécoise contre la hausse des frais de transaction par carte de crédit et de débit étaient présentes aux deux événements afin de souligner leur appui envers la démarche du NPD.

Le NPD prépare ce dossier avec rigueur tout en étant à l'écoute des détaillants depuis un certain temps déjà. L'A.D.A. les félicite pour cette initiative tout comme celle de la sénatrice Pierrette Ringuette qui a déposé le projet de loi S-215 visant à limiter les frais chargés au commerçant.

L'augmentation constante des frais de transaction par carte de crédit préoccupe grandement les détaillants et une intervention du gouvernement fédéral est requise. Il en va de la rentabilité de tous les secteurs commerciaux du Canada. C'est un enjeu qui doit dépasser la partisanerie. Dans ces circonstances, tous les partis devraient être à même de trouver un compromis.

RETRAIT DU 1¢ : CHOSE FAITE, MAIS...

C'est maintenant chose faite, le retrait du sou noir est effectif depuis le 4 février dernier. Pour les détaillants, outre quelques démarches afin de s'assurer que les employés saisissent bien la procédure d'arrondissement et la mise à jour des systèmes informatiques, le retrait ne les a pas trop affectés. Cependant, une surprise de taille les attendait : les articles dont le prix est réglementé n'ont pas été adaptés pour tenir compte de la procédure d'arrondissement (p. ex., le lait et la bière).

Exemple : Un client se présente dans un dépanneur et souhaite payer en argent comptant un carton de lait de format 4 litres vendu au prix minimum permis par la loi soit : 6,52 $. Dans une telle situation, le commerçant se devrait d'arrondir à 6,50 $ alors que le gouvernement provincial empêche le commerçant de vendre le produit en dessous de 6,52 $.

Cette situation place le détaillant face à un dilemme : ou bien il choisit d'enfreindre la procédure logique d'arrondissement pour le retrait de la pièce de 1¢ au détriment du consommateur ou bien il contrevient au règlement sur le prix minimum du lait. Allez savoir quoi faire! D'un côté comme de l'autre, les détaillants sont placés dans l'embarras.

Bien sûr, le gouvernement fédéral ne fait que suggérer une méthode d'arrondissement, mais cela fait en sorte que les détaillants doivent porter l'odieux d'arrondir à la hausse le coût des aliments dont le prix est régi par un organisme gouvernemental. Au moment de mettre sous presse, les organismes concernés nous ont annoncé qu'ils allaient procéder, sous peu, à la révision des prix des articles concernés de façon à régler la situation.

EXEMPLE D'ARRONDISSEMENT AU QUÉBEC : CAFÉ À 1,96 $/TAXES INCLUSES

ARGENT COMPTANT	CHÈQUE OU CARTE DE DÉBIT/CRÉDIT
Arrondissement à la baisse de **0,01 $**	Pas d'arrondissement
Paiement final de **1,95 $**	Paiement final de **1,96 $**

À LA BAISSE	À LA HAUSSE
1,01 $ ou 1,02 $ = **1,00 $**	1,03 $ ou 1,04 $ = **1,05 $**
1,06 $ ou 1,07 $ = **1,05 $**	1,08 $ ou 1,09 $ = **1,10 $**

AGROALIMENTAIRE

ALIMENTS DU QUÉBEC : 3,5 M$ POUR 2013

Le ministre du MAPAQ, M. François Gendron, a confirmé l'octroi de 3,5 M$ afin qu'Aliments du Québec puisse accomplir son mandat en 2013. L'événement a donné le coup d'envoi à la troisième phase de la campagne : Les Aliments du Québec : toujours le bon choix! La confirmation de cette enveloppe budgétaire permettra à Aliments du Québec de continuer son excellent travail pour augmenter les parts de marchés des produits d'ici. La somme octroyée est similaire aux années antérieures et est divisée de la façon suivante :

- **1 M$** pour la campagne nationale « Toujours le bon choix »
- **992 500 $** pour tout ce qui entoure l'attestation des produits du Québec
- **1,5 M$** pour la promotion régionale

LES ALIMENTS DU QUÉBEC EN CHIFFRES
84 % de la population reconnaît le logo
15 500 produits certifiés
700 entreprises participent au programme

POLITIQUE DE SOUVERAINETÉ ALIMENTAIRE : DÉPÔT IMMINENT!

L'organisme Aliments du Québec n'aura pas de quoi chômer durant l'année en cours puisque le ministre Gendron a réaffirmé son intention de déposer la politique de souveraineté alimentaire tôt au printemps. La promotion des aliments du Québec sera partie intégrante de cette nouvelle politique.

Le ministre Gendron a convoqué 80 représentants de la filière agro–alimentaire, dont l'A.D.A., afin d'avoir leurs premières impressions sur son projet. La rencontre doit se tenir le 22 mars. L'objectif avoué du ministre est de s'assurer, lorsque le projet final sera déposé, qu'il reçoive l'appui de tous.

AGROALIMENTAIRE

OFFRE QUÉBÉCOISE DE FRUITS ET LÉGUMES : MAINTENANT SUR LE WEB

Un nouveau site Internet répertoriant l'ensemble de l'offre québécoise de fruits et légumes est maintenant accessible sur ***www.fraicheurquebec.com***. Il s'agit d'une initiative de la table filière des productions maraîchères, chapeautée par l'Association québécoise de la distribution de fruits et légumes (AQDFL).

L'outil, un puissant moteur de recherche, permettra de savoir qui sont les producteurs de chacune des régions (avec géolocalisation), les variétés cultivées, leurs caractéristiques et leurs disponibilités. Des trucs sur la conservation et la préparation des produits, fournis par des chefs, agrémenteront aussi les pages de ce site.

ENVIRONNEMENT

CONSIGNE : ENCORE LA VIEILLE RENGAINE DES BOUTEILLES DE VIN!

Dans son émission du 20 février dernier, L'Épicerie, diffusée à Radio-Canada, posait la question suivante : « Pourquoi la SAQ ne veut-elle pas consigner ses bouteilles? » Plusieurs d'entre vous se diront : « encore! », eh bien oui, comme le sujet de la privatisation de la SAQ, celui de la consignation des bouteilles de vin revient périodiquement. Cette fois, André Forget, secrétaire de l'A.D.A. et propriétaire de dépanneurs dans l'est de Montréal, a pris part au reportage. Il a expliqué les raisons qui font que les détaillants ne veulent pas de cette consigne additionnelle.

Quoi qu'en disent certains intervenants, d'un point de vue environnemental, la consigne n'est pas la meilleure solution puisqu'elle nécessite un déplacement additionnel lorsque le consommateur rapporte ses bouteilles en magasin. À cela s'ajoute le fait que, la plupart du temps, ce déplacement est effectué en auto. À l'heure actuelle, les bouteilles de la SAQ se retrouvent dans la collecte sélective qui est accessible dans 99 % des foyers au Québec.

Pourquoi les détaillants devraient-ils s'occuper des déchets de la SAQ? L'espace en magasin est une denrée rare et les contenants actuellement consignés en occupent déjà une bonne partie. Ajouter à cela les 200 millions de contenants mis en vente par la SAQ est tout simplement utopique. Bref, gérer la consigne représente une perte nette d'espace en magasin en plus des tâches supplémentaires pour faire le tri.

L'A.D.A. est satisfaite du système actuel et croit qu'il faut plutôt trouver des façons de valoriser le verre issu de la collecte sélective au lieu de pelleter le problème en avant en instaurant une consigne additionnelle. Il y a de belles initiatives en la matière! C'est le cas de Tricentris qui, comme son nom l'indique, est une entreprise qui effectue le tri de matières recyclables pour 153 municipalités du Québec. Plutôt que de souffrir du syndrome « pas dans ma cour », Tricentris travaille au développement de débouchés pour le verre. Tricentris, en partenariat avec la SAQ, a incorporé un trommel aux équipements de son centre de tri de Gatineau. Ce tamis rotatif géant accomplit une ségrégation dès le début de la chaîne de tri et permet, entre autres, d'en retirer le verre concassé. Cette technologie est installée pour la première fois dans un centre de tri au Canada. Aussi, en collaboration avec la SAQ et l'Université de Sherbrooke, un projet vise à fabriquer de la poudre de verre qui sera utilisée comme ajout au ciment. Cette nouvelle technologie permet de remplacer jusqu'à 30 % du ciment dans le béton en plus d'en améliorer la qualité.

La technologie est disponible, mais dans le doute constant d'une remise en question de la collecte sélective et des matières qui s'y dirigent, plusieurs se disent « pourquoi investir à la rendre plus performante? »

CONSIGNE OU COLLECTE SÉLECTIVE : L'ÉTUDE PREND FORME

En décembre dernier, le ministre du Développement durable, de l'Environnement, de la Faune et des Parcs et ministre responsable des régions du Centre-du-Québec et de la Mauricie, M. Yves-François Blanchet, a annoncé une étude comparative sur les systèmes de collecte sélective et de consignation, annonçant du même coup l'annulation de la hausse de la consigne de 0,05 $ à 0,10 $ telle que proposée par le précédent ministre.

L'A.D.A. a été invitée à présenter ses commentaires sur le plan de travail de cette étude. Ce plan comporte une mise en contexte ainsi que l'objectif et la portée de l'étude comparative et décrit les étapes de réalisation, dont les différents livrables, la structure et le contenu envisagés. Les périodes pour l'appel d'offres, la réalisation et la consultation des acteurs pour chaque livrable sont illustrées par un échéancier. Enfin, celui-ci contient une liste de critères d'évaluation d'ordres économique, social et environnemental ainsi qu'une liste de paramètres méthodologiques qui devront être pris en compte dans l'analyse comparative.

Les délais établis sont très serrés, et la livraison du rapport final, prévu en novembre prochain, nous semble un objectif très ambitieux. Néanmoins, l'A.D.A. entend collaborer pleinement tant auprès du gestionnaire de projet qu'au sein des différents comités.

COLLECTE SÉLECTIVE FINANCÉE À 100 % PAR LES ENTREPRISESE

Saviez-vous que, depuis le 1er janvier dernier, les entreprises financent 100 % des coûts de la collecte sélective? Cela représente plus de 100 M$ qui sont ainsi transférés des entreprises aux municipalités pour qu'elles s'occupent de la collecte sélective.

Éco Entreprise Québec est l'organisme responsable d'identifier et de facturer ceux qui fabriquent, distribuent ou vendent chacun des produits qui se retrouvent dans le bac de recyclage. Le prix est établi selon une formule complexe, mais qui peut se résumer ainsi : plus les matériaux sont difficiles à recycler, plus la facture est salée.

Pour les détaillants en alimentation, qui utilisent beaucoup de fournitures pour emballer les produits au point de vente, la facture est considérable. Il est difficile d'avoir un contrôle sur la facture finale puisqu'elle dépend des initiatives des fournisseurs en matière d'emballage des produits. D'où l'importance d'adopter une démarche d'approvisionnement responsable. Maintenant comme jamais, il faut saisir chaque occasion de bénéficier des programmes d'aide financière pour la gestion des matières résiduelles (voir p.17).

COMPENSATION VERSÉE AUX MUNICIPALITÉS PAR LES ENTREPRISES
(EN % DES COÛTS DE LA COLLECTE SÉLECTIVE)

Avant 2010	50 %
2010	70 %
2011	80 %
2012	90 %
2013	100 %

DOSSIERS DIVERS

EXACTITUDE DES PRIX : UNE POLITIQUE QUI N'EST PAS PRISE À LA LÉGÈRE

En 2012, l'Office de la protection du consommateur (OPC) a effectué plus de 700 visites auprès de détaillants de partout au Québec dans le cadre d'un vaste programme de surveillance relatif à l'affichage et à l'exactitude des prix.

Les inspections effectuées ont permis de constater que les règles concernant l'indication des prix sur chaque produit étaient appliquées à des niveaux variables selon les commerces, avec un taux de conformité de 69 %. Une seconde inspection, effectuée dans les établissements où des manquements avaient été signalés, a révélé que le taux de conformité était passé à 91 %.

Chez les détaillants ayant opté pour l'affichage des prix sur les tablettes, 31 % des commerces visités respectaient leurs obligations lors de la première inspection. En seconde phase, le taux de conformité avait augmenté de façon importante, passant à 85 %.

Dans toutes les régions du Québec, la hausse du taux de conformité obtenue après la deuxième phase d'inspection démontre que les détaillants veulent se conformer aux dispositions législatives. Comme dans plusieurs situations, l'information et la sensibilisation sont la clé de la réussite.

RAPPEL : HAUSSE DU SALAIRE MINIMUM

À partir du 1er mai 2013, le salaire minimum augmentera à nouveau pour se situer à 10,15 $/heure. Cette hausse touchera directement plus de 360 000 travailleurs et aura un effet huissier indéniable sur la masse salariale des entreprises. Toutefois, il faut également y voir une façon d'augmenter la rétention du personnel.

ÉPICERIE EN LIGNE : QU'EN PENSENT LES CONSOMMATEURS?

C'est un fait, les consommateurs sont de plus en plus nombreux à effectuer des achats sur Internet. Les articles les plus touchés sont l'électronique, les vêtements et les chaussures. Qu'en est-il des articles vendus en épicerie?

Un sondage en ligne[1] réalisé aux États-Unis par ***CouponCabin.com*** nous éclaire un peu sur la question. Les résultats doivent être interprétés avec modération, mais il est quand même intéressant de voir le portrait qui est dressé.

Le sondage nous révèle que les familles considèrent de plus en plus le fait d'effectuer leur épicerie en ligne. 15 % des répondants ont déjà fait leur épicerie en ligne et 19 % l'envisagent. Fait intéressant, 70 % des répondants prétendent qu'ils seraient enclins à faire leur épicerie en ligne si le prix était inférieur à celui en magasin. Comme en magasin, on constate que le prix demeure un élément déterminant du comportement d'achat.

Plusieurs détaillants offrent déjà un service de livraison. Toutefois, la commande doit souvent être passée par téléphone. Le sondage révèle que 39 % des répondants affirment souhaiter que leurs épiciers locaux offrent un service de livraison avec possibilité de commander sur Internet.

Bref, on constate que l'achat en ligne n'épargnera pas le secteur du détail en alimentation. Si le phénomène demeure encore marginal, il n'en sera pas toujours ainsi.

1 : Sondage en ligne réalisé aux États-Unis par la compagnie Harris Interactive pour le compte de CouponCabin du 29 au 31 janvier 2013 auprès de 2109 adultes américains.

ÉPICERIE EN LIGNE

AVANTAGES	INCONVÉNIENTS
Économie de temps	Difficile de choisir des articles sans les voir
Moins d'achats impulsifs	Doit être à la maison pour recevoir la commande
Articles moins chers	Les articles ne sont pas tous disponibles

TEMPLE DE LA RENOMMÉE A.D.A.

Chaque année, l'A.D.A. organise un gala des plus prestigieux visant à reconnaître le travail des bâtisseurs du secteur de l'alimentation.

Vous êtes tous invités à venir rendre hommage aux intronisés lors de notre congrès annuel qui aura lieu les 15, 16 et 17 novembre prochain au Château Frontenac situé à Québec.

Soyez des nôtres pour cette soirée mémorable!

metro

Les représentants de la bannière Metro sont heureux de dévoiler le lauréat 2013 du Temple de la renommée de l'A.D.A. D'un commun accord, ils ont choisi M. Claude Dépatie, propriétaire du Marché Dépatie situé à Laval.

M. Claude Dépatie
Propriétaire du Marché Dépatie
(Laval)

** Ne manquez pas le dévoilement des autres lauréats dans les prochaines éditions du RADAR.*

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

VEAUDELAIT.COM

**Rosettes de
Veau de lait du Québec
au fromage et aux épinards**

« Nos produits n'ont jamais contenu de gras trans ni de colorant, de saveur artificielle ou d'agent chimique. Tout ceci, en 1991, était très innovateur. S'engager dans Melior concrétise ce que nous nous efforçons de faire depuis la création de notre entreprise. »

Gilles Vaillancourt, vice-président,
Recherche et développement

Chantal Vaillancourt, présidente

Jean-Pierre Gaumond, vice-président,
Développement des affaires

Nutrifrance

Melior MC

Mon engagement dans le programme Melior :
une démarche volontaire, une volonté en marche

REJOIGNEZ LE MOUVEMENT | www.programmemelior.com

INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT !

21 MAI 2013

UNE CHANCE UNIQUE DE JOUER SUR UN DES PLUS BEAUX PARCOURS DE GOLF DU CANADA !

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

851 Chemin Cherrier, Île Bizard

HORAIRE

Brunch : 08H30

Départ : 10h00
(formule Shotgun, Vegas à 4 joueurs)

Cocktail : 17H00

Souper : 18H00

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

FORMULAIRE

Raison sociale :

Adresse :

Courriel :

Ville : Code postal :

Téléphone : Cellulaire :

NOM DES JOUEURS : QUATUOR 1

Joueur 1 :

Joueur 2 :

Joueur 3 :

Joueur 4 :

Allergies : Joueur #1 #2 #3 #4

Description :

NOM DES JOUEURS : QUATUOR 2

Joueur 1 :

Joueur 2 :

Joueur 3 :

Joueur 4 :

Allergies : Joueur #1 #2 #3 #4

Description :

Quatuor *(membre-fournisseur)*	x 1 350 $ =	
Quatuor *(non membre-fournisseur)*	x 1 550 $ =	
Joueur indivisuel *(membre-fournisseur)*	x 395 $ =	
Joueur indivisuel *(non membre-fournisseur)*	x 450 $ =	
Détaillant membre A.D.A.	x 295 $ =	
Souper	x 175 $ =	
Sous-total :		
TPS (#R124888769)	5,00%	
TVQ (#1000569344)	9,975%	
Montant total à payer :		

MODE DE PAIEMENT

☐ Facturez-moi ☐ Par chèque

Libeller à A.D.A. et poster à :
300, rue Léo-Pariseau, Place du Parc, Bureau 1100, Montréal (Qc) H2X 4C1

POUR RÉSERVER

Veuillez remplir ce formulaire et le retourner par télécopieur au **514.849.3021**.

Les frais d'inscription doivent être acquittés avant le 10 mai 2013. Aucun remboursement après cette date. Pour plus d'information : Louise Gravel **514 982-0104 poste 231** ou **lgravel@adaq.qc.ca**

Association des détaillants en alimentation du Québec

TABAC : VENTE AUX MINEURS

QUOI FAIRE LORSQUE VOUS RECEVEZ UN AVIS D'INFRACTION POUR VENTE DE TABAC À UN MINEUR

Plusieurs détaillants, accusés de vente de tabac aux mineurs, ont remporté leur cause dans le passé. Nous vous encourageons donc à porter votre cause devant les tribunaux, car en cas de récidive, l'amende pourrait être beaucoup plus salée. Voici un résumé des démarches qu'ils ont entreprises et qui leur ont permis de gagner leur cause.

1. Tout d'abord, appelez l'A.D.A.
2. Plaidez non-coupable.
3. Vous devez bien préparer votre plaidoyer.

DÉMONTREZ VOTRE BONNE FOI

Citez des témoins confirmant que vous ne voulez pas vendre de tabac aux mineurs

Montrez des photos de votre magasin où l'on voit, bien en vue, des affiches d'interdiction

Présentez des formules signées par les employés démontrant qu'ils sont au fait des lois

N'attendez pas d'être pris pour agir !

ATTENTION !

Avant d'effectuer la vente de tabac, assurez-vous d'être inscrit au registre.

Depuis le 1er janvier 2006, la vente de tabac au détail est devenue une activité à déclaration obligatoire auprès du Registraire des entreprises. En effet, l'inscription au registre des entreprises du nom et de l'adresse des établissements où cette activité est exercée est obligatoire.

www.registreentreprises.gouv.qc.ca

DÉMARCHES EFFICACES POUR ÉVITER DE CONTREVENIR À LA LOI

1. Déclaration de l'employé relative à la loi qui interdit la vente de produits de tabac aux mineurs (intégrer la loi à la démarche de formation);
2. Exiger de tout nouvel employé de suivre la formation gratuite « Nous cartons » accessible au ***www.csmoca.org***
3. Affichage efficace des règles de vente du tabac dans tous les lieux stratégiques;
4. Rappels périodiques auprès de tous les employés;
5. Lecteur optique qui avertit de la nécessité de demander une carte d'identité valable;
6. Documenter la démarche à l'aide de photos datées des affichages et de divers documents qui pourraient être apportés comme preuve s'il y avait faute.

Pour plus d'information, vous pouvez contacter l'A.D.A. au (514) 982-0104 ou 1-800-363-3923 poste 244 ou ***info@adaq.qc.ca***

COMMENT NE PAS SE FAIRE PRENDRE DEUX FOIS ?

Août 2011, M. Untel, propriétaire d'Alimentation Untel inc. reçoit une amende parce qu'un de ses employés a vendu du tabac à un agent double mineur. À contrecoeur, il paie son amende de 500 $ pour première offense, mais il n'est pas question qu'on le reprenne.

Déterminé à ne pas se faire prendre à nouveau, M. Untel prend les grands moyens. Il chambarde littéralement les habitudes au sein de son commerce.

Tout d'abord, M. Untel fait signer une déclaration à chacun des employés selon laquelle il est interdit de vendre des produits de tabac à des mineurs et qu'il faut systématiquement demander une pièce d'identité personnelle valable. Il a ensuite averti le syndicat de ses démarches et prévu des mesures disciplinaires sévères s'il devait y avoir récidive. Il s'est également assuré que l'affichage développé par le Ministère de la Santé soit bien visible dans tous les endroits stratégiques (salle d'employés, chaque caisse, etc.).

Une fois toutes ces mesures mises en place auprès des employés actuels, il fallait s'assurer d'un suivi et surtout de ne pas oublier d'effectuer la même démarche pour les nouveaux employés. C'est pourquoi la déclaration de l'employé a été intégrée à même le « kit » de formation. Pour ne rien laisser au hasard, des rappels périodiques sont effectués auprès de tout le personnel afin de rappeler l'importance de la démarche « Nous cartons ».

Malgré toute l'énergie consacrée à la sensibilisation, en août 2012, une employée de son commerce est prise à vendre du tabac à un mineur. Comme M. Untel s'était préparé à cette éventualité, il a décidé de plaider non coupable. Résultat, il parvient à démontrer qu'il avait tout fait, dans la mesure du possible, afin d'éviter que cela ne se produise et n'a donc pas eu à payer le coût de sa peine. Cependant, comme il avait été précédemment entendu avec le syndicat, en plus de devoir payer son amende personnelle, l'employée a écopé de deux semaines sans solde.

Personne n'est sans faille, c'est pourquoi à la suite de ce deuxième avertissement, l'équipe d'Alimentation Untel inc. a encore tenté d'améliorer son système. Dorénavant, chaque fois qu'un produit de tabac passe sur le lecteur optique, l'écran de la caisse indique qu'il faut demander une pièce d'identité. Être proactif au lieu de réactif a fait sauver beaucoup d'argent à M. Untel, tout en contribuant efficacement à la lutte au tabagisme chez les jeunes de moins de 18 ans.

SANCTIONS EN CAS D'INFRACTION

PÉNALE		ADMINISTRATIVE (EXPLOITANT)	
Exploitant Minimum de 500 $ pour une 1ère infraction	**Employé** Minimum de 100 $ pour une 1ère infraction	**1re fois** Suspension du droit de vendre du tabac pour une période de 1 mois	**2e fois (en cinq ans)*** Suspension du droit de vendre du tabac pour une période de 6 mois.

** Toute déclaration de culpabilité subséquente, prononcée dans les 5 ans de la première déclaration de culpabilité, entraîne une suspension du droit de vendre du tabac pour une période de 2 ans.*

SAVIEZ-VOUS QUE

L'interdiction de vendre du tabac oblige l'exploitant à retirer tout le tabac des étalages ainsi que la publicité relative au tabac durant toute la durée de l'interdiction, à défaut de quoi le ministre de la Santé et des Services sociaux peut faire enlever le tabac aux frais de l'exploitant.

Nos présidents régionaux

ESTRIE
Sylvain Proteau
Dépanneur Galvin
(Boni-Soir)
819-563-8644
sylpro.2@videotron.ca
2785, Chemin Galvin
Sherbrooke, Québec, J1G 4K5

OUTAOUAIS
Isabelle Tassé
Supermarché Tassé (Provigo)
819-568-5545
isabelle@tasse.ca
22, Des Flandres
Gatineau, Québec J8T 4R7

SAGUENAY-LAC ST-JEAN / CÔTE-NORD
Caroline Bouchard
Marché Centre-Ville (AXEP)
418-543-3387
caro.axep@hotmail.com
31, rue Jacques-Cartier Ouest
Chicoutimi, Québec G7J 1E7

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE / NORD-DU-QUÉBEC
Julie Pelletier
IGA Famille Pelletier
819-874-7741
julie@igapelletier.com
1801, 3e Avenue
Val-d'Or, Québec J9P 5K1

CENTRE-DU-QUÉBEC
Martin Auger
Super Marché Clément (IGA)
819-293-6937
iganicolet@cgocable.ca
2000, boulevard Louis-Fréchette
Nicolet, Québec J3T 1M9

QUÉBEC / CHAUDIÈRE-APPALACHES
Francis Veilleux
Boucherie Veilleux inc.
418-386-5744
francisveilleux@globetrotter.net
1000, boulevard Vachon Nord
Sainte-Marie-de-Beauce,
Québec G6E 1M2

MAURICIE
Marc DeMontigny
Supermarché R. Fournier inc (Metro)
819-376-3028
marc@metrofournier.ca
850, boulevard Thibeau
Trois-Rivières, Québec G8T 7A6

MONTÉRÉGIE
Michel Lemieux
Marché Michel Lemieux inc. (IGA)
450-658-1831
iga00386michel.lemieux
@sobeys.com
450, boulevard Richelieu
Richelieu, Québec J3L 3R8

GASPÉSIE
Mathieu Viens
Marché L.V. Ltée (Metro)
418-364-7380
mviens.metro@globetrotter.net
686, boulevard Perron
Carleton-sur-Mer,
Québec G0C 1J0

BAS-ST-LAURENT
Frédéric D'Amours
Marché Centre-Ville (Richelieu)
418-868-1477
fredericdamours@videotron.ca
59, Hôtel-de-Ville
Rivière-du-Loup, Québec G5R 1L4

MONTRÉAL-EST
André Forget
Dépanneur Forget (Beau-Soir)
514-493-1230
andre.forget3@gmail.com
8445, Ontario Est
Montréal, Québec H1L 3E7

MONTRÉAL-OUEST
Enrico Lalonde
IGA Extra, Famille Lalonde
514-620-4443
iga00517e.lalonde@sobeys.com
640, Jacques-Bizard
Montréal, Québec H9C 2H2

Servez vos clients à la vitesse d'un flash. Voici Flash *Interac*.MC

Un flash devant le lecteur, aucun NIP à composer, et le tour est joué. La carte de débit bonifiée Flash *Interac* offre aux clients une façon plus rapide de payer. Pour vous, cela signifie des files d'attente moins longues, un meilleur service et des coûts de manutention réduits. Flash *Interac*. C'est la façon bien de chez nous de payer, encore plus rapidement qu'avant. **Renseignez-vous sur FlashInterac.ca.**

Interac Flash

Tous les jours, tout simplement.MC

Interac, le logo *Interac,* Flash *Interac*, « Tous les jours, tout simplement » et le visuel du camion blindé sont des marques d'Interac Inc. Utilisée sous licence.

Orienter le choix du mode de paiement de vos clients.

Les gens achètent des biens et des services depuis des siècles en utilisant divers modes de paiement. Aujourd'hui, les consommateurs cherchent des modes de paiement pratiques, sécuritaires et rentables qui leur permettent de gérer leur argent et de profiter d'une valeur ajoutée quand c'est possible. De leur côté, les commerçants cherchent constamment des façons de gérer les coûts d'acceptation élevés liés à certaines de ces options tout en conservant le degré de commodité pour les clients et en créant une valeur ajoutée qui les fidélise. On pense notamment à des tactiques comme accorder des réductions pour l'utilisation d'un mode de paiement moins coûteux, comme Débit Interac et son amélioration sans contact, Flash Interac.

Les produits de paiement Interac sont tout désignés pour exploiter cette nouvelle tendance. Pour les commerçants, Débit Interac a toujours été l'une des options d'acceptation des paiements les plus économiques partout au pays. De plus, le service Flash Interac offre tous les avantages de Débit Interac, mais en plus rapide et en plus commode. Comme il suffit au titulaire de présenter sa carte devant un lecteur, sans même composer de NIP, ce gain de temps permet au commerçant de réduire l'attente des clients au point de vente ainsi que le coût du traitement des paiements en espèces. Cette solution abordable exploite l'infrastructure actuelle de Débit Interac. La sécurité des opérations est donc assurée par les puces, l'autorisation se fait en temps réel et il n'y a aucune contrepassation pour le commerçant grâce au modèle de disponibilité des fonds.

Les consommateurs sont de plus en plus avertis en matière de modes de paiement et, ainsi, ils sont disposés à changer leurs habitudes si on leur présente une raison convaincante de le faire. Pour les commerçants, cela signifie qu'ils doivent se concentrer sur les facteurs qui influencent cette décision et trouver les bonnes tactiques pour l'orienter, que ce soit des réductions ou d'autres manières de faire opter les clients pour un mode de paiement plus abordable. Si elles fonctionnent, ces tactiques pourraient avoir une incidence importante sur les coûts d'acceptation du paiement et les résultats finaux du commerce.

Carole Bernard MBA, CTP
Directrice, Gestion Clients
Association Interac / Corporation Acxsys

L'assurance au service des entreprises

Que ce soit pour vos besoins en **assurance commerciale** ou en **assurance collective** pour vous et vos employés, il nous fera plaisir de partager notre expertise/connaissance avec vous pour que vous trouviez la couverture qu'il vous faut.

NOTRE ENGAGEMENT ENVERS VOUS ;

- Plus de 25 ans d'expérience dans le domaine de l'alimentation
- Conseils et expertise
- Une analyse comparative de vos garanties actuelles
- Des garanties conçues spécifiquement pour le domaine de l'alimentation
- Un service de prévention et de gestion de risques
- Des solutions alternatives
- Service hors pair avant, pendant et après sinistre

Un programme d'assurance bien conçu, a bien meilleur goût !

1-800-363-9538 • www.HEDinc.com/fr

VENTE DE TABAC AUX MINEURS

EN 2012, PLUS DE 300 DÉTAILLANTS ONT ÉTÉ PRIS EN INFRACTION À LA LOI SUR LE TABAC. ILS PAIERONT PROBABLEMENT UNE AMENDE ET PERDRONT LEUR PERMIS DE VENDRE DU TABAC POUR UN MOIS

NE FAITES PAS PARTIE DES STATISTIQUES, ÇA N'ARRIVE PAS QU'AUX AUTRES!

PROTÉGEZ-VOUS, FORMEZ ET SENSIBILISEZ VOS EMPLOYÉS AU « CARTAGE »

C'EST **GRATUIT**

AMDEQ

NOUS CARTONS les moins de 25 ans

Formation gratuite

PROGRAMME DE FORMATION WEB
sur la vente de produits interdits aux mineurs

Continuer à agir à titre de détaillant socialement responsable

S'assurer que votre personnel connaisse et applique les lois

Présenter une défense adéquate devant la justice, basée sur le fait que vous avez fait preuve de diligence raisonnable

Prévenir les pertes financières engendrées par la suspension de l'un ou l'autre des permis en cas d'infraction

CSMOCA
Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation
514 499 1598

association des marchands dépanneurs et épiciers du quebec

Pour information
tel 418 654 3232
1877 227 6045
WWW amdeq.ca

CHRO-NIQUES

L'ABUS DE POUVOIR

L'abus de pouvoir est défini comme étant le dépassement des limites légales d'une fonction. Cela dit, un supérieur se donnera souvent des droits, qui pour lui sont acquis, alors qu'en réalité ils ne le sont pas. Craignant des représailles, les employés garderont sous silence les actes de leurs supérieurs, car le pouvoir hiérarchique a malheureusement encore sa place. Voici l'histoire de notre dernier cas qui fait la lumière sur une tendance dépassée, mais ô combien réelle.

Monsieur X, directeur de marché d'alimentation depuis plusieurs années, a pris de bien mauvaises habitudes au fil du temps. Ce qui se voulait un jour possiblement une mesure de dépannage est devenu une habitude presque hebdomadaire. Demander un prêt en argent à partir du coffre-fort pour payer une épicerie sans que ce prêt soit remboursé, faire passer ses articles à la caisse pour ensuite faire mettre la transaction en suspens sans jamais faire rappeler cette dernière pour la payer, demander des produits sans frais à des fournisseurs et les faire livrer directement à son domicile, prendre des articles dans différents départements pour consommation immédiate sans les payer et j'en passe. Tous ces passe-droits parce qu'il était le directeur.

Lors de l'interception de ce directeur, les employés étaient tous au courant des passe-droits. Plusieurs en discutaient souvent entre eux, mais personne n'osait le dire au propriétaire, qui pourtant était victime de vol interne par son bras droit, son homme de confiance.

Ce qu'il faut comprendre c'est qu'un directeur demeure un employé du commerce tout comme l'ensemble de son équipe. Ses fonctions de gestionnaire ne lui confèrent aucun droit quant aux produits et à l'argent de l'entreprise. Bien que les employés aient souvent tendance à croire que le contrat entre un propriétaire et son directeur est ultra secret et que celui-ci lui confère des droits de propriété, rien ne doit être tenu pour acquis à moins d'avis contraire du propriétaire.

Les propriétaires se doivent de garder un lien d'affaires ultime sur la relation avec les fournisseurs de produits ainsi qu'avec les employés, et ce, même lorsqu'il y a un directeur en place. La confiance se doit d'être avertie et les employés doivent savoir que tous les membres du personnel doivent payer pour les produits qu'ils prennent et que les passe-droits ne sont pas coutume et ne sont pas tolérés sans la permission du propriétaire lui-même.

Il ne faut pas penser que l'exception de cette histoire fait la règle dans le marché, mais il ne faut pas se mettre la tête dans le sable et croire que de telles situations seraient impossibles dans votre commerce. Afin d'éviter ce genre de situation, il est important d'être transparent et de bien communiquer ce qui est toléré et ce qu'il ne l'est pas.

De plus, nous vous suggérons :

1. De faire la promotion de votre ligne de délation et de communiquer régulièrement avec vos employés de gestion;
2. D'imposer les mêmes règles d'éthique et de procédures à tous les employés lors d'achat de produits, et ce, peu importe le niveau hiérarchique;
3. De garder un certain lien de communication avec les fournisseurs et de questionner directement ces derniers sur les « gratuités » inexpliquées;
4. Finalement, lorsqu'un doute s'installe, parlez avec vos employés, ils en savent souvent plus que l'on pense!

Cynthia Breault
Groupe Conseil VCS

MIEUX PERFORMER DANS LA GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES!

Les deux dernières « chroniques environnement » publiées dans les éditions précédentes du RADAR traitaient du développement durable et de l'approvisionnement responsable dans l'industrie du détail. Dans ce numéro, nous abordons un enjeu environnemental bien connu des détaillants : la gestion des matières résiduelles (GMR).

Les Industries, Commerces et Institutions (communément appelé « ICI »), incluant les détaillants en alimentation, ont un rôle important à jouer pour l'atteinte des objectifs de la nouvelle Politique québécoise de gestion des matières résiduelles (PQGMR). L'objectif fondamental de cette politique est le suivant : éliminer une seule matière résiduelle au Québec, le résidu ultime.

Concrètement, la PQGMR vise à interdire l'élimination de toutes les matières organiques générées en quantité importante dans notre secteur, d'ici 2020. Je ne sais pas si vous le réalisez, mais 2020 : c'est demain!

Pour y arriver, la PQGMR propose un ensemble d'objectifs ambitieux visant notamment à mettre en valeur la majorité des matières résiduelles générées par les ICI, dont fait partie le secteur du commerce de détail. Il sera essentiel de pouvoir compter sur l'intervention efficace des détaillants pour mettre en œuvre des actions porteuses.

PAR OÙ COMMENCER?

L'adage suivant est à retenir : on ne gère pas ce qu'on ne connaît pas! Ainsi quand les entreprises décident d'améliorer leur gestion des matières résiduelles, la première étape consiste à mieux comprendre leur situation actuelle. Quelles sont les matières résiduelles générées? En quelle quantité? Est-ce que nous récupérons adéquatement? Actuellement, qu'est-ce qui fonctionne bien pour récupérer et valoriser les matières résiduelles? Qu'est-ce qui pourrait être amélioré?

Ces questions sont au cœur d'une démarche de planification de la gestion des matières résiduelles. D'ailleurs, plusieurs entreprises, commerces, organisations se dotent de plans de gestion des matières résiduelles pour s'assurer de poser des gestes judicieux pour atteindre leurs objectifs.

UNE AIDE FINANCIÈRE INTÉRESSANTE!

Le programme Performance des ICI en GMR administré par RECYC-QUÉBEC existe pour aider les détaillants à se doter d'une planification et aussi des équipements nécessaires pour améliorer leur performance environnementale. Voici les objectifs du programme :

- Soutenir les ICI dans la gestion des matières résiduelles en rendant plus accessibles les services de diagnostic et de planification des activités pour l'ensemble des matières résiduelles;
- Améliorer les activités de récupération des matières recyclables et valorisables telles que le papier, le carton, le plastique, le verre, le métal et les matières organiques.

Le programme, administré par RECYC-QUÉBEC, est doté d'un budget total de 10 M$ pour la période 2011-2015. Il finance deux types d'interventions :

Volet 1 : Bilan et amélioration de la performance en GMR

L'aide financière maximale, sous la forme d'une contribution non remboursable, est fixée à 50 % des dépenses admissibles pour un maximum de 7 000 $ par établissement.

Volet 2 : Acquisition d'équipements de GMR

L'aide financière maximale, sous la forme d'une contribution non remboursable, est fixée à 70 % du prix d'achat des équipements admissibles pour un maximum de 5 000 $ par établissement pour l'achat ou la location de contenants de récupération et jusqu'à un maximum de 20 000 $ par établissement pour l'achat d'équipements de conditionnement de la matière et de recyclage de la matière organique.

Pour plus de détails, consultez le site web de RECYC-QUÉBEC.

LA RECONNAISSANCE DE LA PERFORMANCE

Une fois que les détaillants auront mis en place de meilleures pratiques en GMR, inutile d'en faire le secret le mieux gardé de la planète! Il faut informer vos clients des différentes initiatives que vous avez réalisées. C'est d'ailleurs ce qu'a fait le IGA de Coaticook qui a atteint l'échelon Argent du niveau 3 – Performance du programme de reconnaissance ICI on Recycle! de RECYC-QUÉBEC. L'attestation existe pour reconnaitre les ICI qui ont mis en œuvre des initiatives de réduction à la source, de réutilisation, de recyclage et de valorisation de leurs matières résiduelles en plus de réaliser des activités d'information ou de sensibilisation.

Le Metro Plus Saint-Grégoire de Victoriaville et le IGA Alimentation Hochelaga G.S. inc. de Montréal ont pour leur part atteint le niveau 3 – Performance, échelon Bronze. Comme quoi la performance rime avec rayonnement et potentiellement avec la fidélisation de la clientèle!

Pour tout détaillant désireux d'en savoir plus sur les autres outils gouvernementaux, la plateforme ***www.developpementdurable.gouv.qc.ca*** est pour vous! Ce site regorge de guides de mise en œuvre, de programmes d'aide financière et de formations pour aider les entreprises à faire avancer concrètement leurs démarches en développement durable. Et ce, un geste à la fois!

Source : Bureau de coordination du développement durable du MFEQ

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE
au profit de la performance

LES CONVENTIONS ENTRE ACTIONNAIRES

On constate souvent que bien des différends qui amènent les actionnaires à consulter un avocat auraient pu être évités, si une convention entre actionnaires avait été signée ou mieux rédigée.

Les lois relatives aux sociétés régissent la structure commune pour toutes les sociétés, alors que la convention entre actionnaires contient les règlements généraux convenus entre les actionnaires de l'entreprise pour répondre aux besoins particuliers selon les objectifs convenus entre les actionnaires de l'entreprise.

Selon M. François Morency, président d'AVISO : les conseillers financiers, plus l'entreprise est petite plus la convention devient essentielle.

LES BUTS DE LA CONVENTION

La convention entre actionnaires doit servir l'actionnaire; elle vise à inclure des dispositions afin d'éviter des recours légaux dans des situations potentielles comme :

1. Assurer le maintien de la détention proportionnelle d'actions entre les actionnaires. Cet aspect est également couvert dans les articles de l'Acte constitutif;
2. Conserver le caractère « privé » de la société en empêchant des tiers d'en devenir actionnaires sans le consentement des parties;
3. Assurer un marché pour les actions en prévoyant des clauses à cet effet;
4. Empêcher les actionnaires minoritaires d'être lésés par les actionnaires majoritaires;
5. Régler certains points qui pourraient être source de conflit dans l'administration et les activités de la société;
6. Conférer aux actionnaires le pouvoir décisionnel de la société.

Selon M. Morency, « une entreprise, c'est une machine à décision et la convention gouverne la conduite des associés selon la vie d'une entreprise et en traite les principaux impacts financiers ». Le moindre obstacle dans sa capacité d'émettre des chèques, de conclure un accord, de contracter un emprunt met en danger sa survie.

LA CONVENTION UNANIME DES ACTIONNAIRES

Pour qu'elle puisse prendre effet, tous les actionnaires doivent y consentir. Le but de la convention unanime est de restreindre le pouvoir des administrateurs et d'augmenter celui des actionnaires dans la gestion des activités commerciales et les affaires internes de la société.

Cette convention confère aux actionnaires les pouvoirs suivants :

1. la déclaration des dividendes;
2. l'émission d'actions;
3. la nomination des dirigeants;
4. la rémunération des administrateurs et des dirigeants.

LA FIN DE LA CONVENTION

La convention prévoit qu'elle cesse d'avoir effet lorsque l'actionnaire cesse d'être actionnaire. Il vaut mieux ne pas indiquer de date de fin de la convention puisqu'on n'y réfère qu'en cas de besoin.

UNE CONVENTION QUI PRÉVOIT TOUT!

En sa qualité d'expert, M. Morency croit que la convention traite de problèmes importants et propose des pistes de solutions. Il est d'avis qu'il n'existe pas un modèle uniforme qui puisse répondre aux particularités de chaque entreprise et traiter des intérêts de chaque associé. Chaque entreprise est unique comme la convention qui l'encadre. La convention doit vous convenir comme une paire de gants : pas trop ajustée, ni trop grande. Pourquoi remettre votre tranquillité d'esprit à plus tard?

LA CONVENTION ET LE TRANSFERT D'ENTREPRISE

La convention entre actionnaires peut être un outil intéressant de planification fiscale en vue du transfert d'entreprise. Dans un contexte de préparation à la retraite, les diverses dispositions prévues permettent à l'actionnaire de bénéficier d'un contexte fiscal avantageux.

N'hésitez pas à consulter un expert qui analysera les conséquences fiscales et l'importance de certaines dispositions.

Colette E. Bournival
Chef de la conformité
et vice-présidente,
gestion privée

GESTION DE PORTEFEUILLE LANDRY

POURQUOI RECRUTER CHEZ LES TRAVAILLEURS PLUS ÂGÉS?

PARCE QUE LA SOURCE DE RECRUTEMENT PRIVILÉGIÉE DES ENTREPRISES DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION SE TARIT

Depuis toujours, les entreprises du commerce de l'alimentation, tout comme celles du commerce de détail, de la restauration et du tourisme, comptent sur l'apport de la main-d'œuvre étudiante pour combler des postes saisonniers l'été, et à temps partiel durant l'année scolaire. Nous sommes donc plusieurs à courtiser les jeunes, qui eux se font de plus en plus rares!

Même s'il faut redoubler d'efforts pour continuer d'intéresser les jeunes aux emplois du commerce de l'alimentation, cela ne sera pas suffisant. Il faudra aussi cerner d'autres bassins potentiels de recrutement de main-d'œuvre afin de contrer la baisse démographique des jeunes.

PARCE QUE LA RARETÉ DE LA MAIN-D'ŒUVRE SERA DE PLUS EN PLUS PRÉOCCUPANTE

Certains chiffres ne mentent pas. La population active du Québec amorce un déclin inévitable. Pour compenser ce déclin, deux mesures se présentent comme les solutions les plus réalistes : augmenter le nombre de travailleurs immigrants et maintenir en emploi les travailleurs âgés le plus longtemps possible.

Les détaillants en alimentation ont pignon sur rue partout au Québec. Dans plusieurs régions du Québec où le nombre de personnes immigrantes demeure faible, la piste du recours aux travailleurs plus âgés se positionnera comme la seule solution valable à moyen terme.

PARCE QUE LES RETRAITÉS… VEULENT TRAVAILLER

Des milliers de baby-boomers s'apprêtent à prendre leur retraite.

Et le mot retraite ne semble plus avoir le charme d'autrefois. Si certains ont hâte de quitter l'emploi qu'ils occupent depuis longtemps, d'autres, après une petite pause bien méritée, font des projets pour entreprendre une seconde carrière.

Pour plusieurs de ces jeunes retraités, il est hors de question de s'installer confortablement à la maison devant un écran haute définition. Désireux de découvrir un nouveau milieu de travail et de maintenir un environnement social actif, ils reviennent sur le marché du travail.

PARCE QUE C'EST UNE SOLUTION EFFICACE ET ÉPROUVÉE.

Certaines entreprises misent déjà sur l'embauche de travailleurs de 50 ans et plus. Des entrevues réalisées pour le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation (CSMOCA) nous ont permis de relever certains avantages à recruter dans le bassin des travailleurs plus âgés. On nous mentionne que ces travailleurs sont :

1. Assidus et fiables
2. Crédibles aux yeux des clients
3. Préoccupés par la qualité de leur travail
4. Loyaux envers leur employeur
5. Respectueux envers le client
6. Autonomes

À la suite de ces entrevues, le CSMOCA a développé pour vous des outils pratiques, gratuits et simples à utiliser pour le recrutement et la gestion de cette main-d'œuvre. Visitez le ***www.csmoca.org*** pour les consulter.

Nadine Moranville
Chargée de projets et des communications

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

ACTUALITÉ DES TCAQ

Les Tables de concertation agroalimentaire (TCAQ) ont comme principale mission de faire la promotion du secteur bioalimentaire de la région à laquelle elles sont attachées. Elles font le lien entre les instances gouvernementales, les entreprises de production et de transformation agroalimentaire et les différents intervenants du marché, comme les détaillants en alimentation.

Elles sont en majeure partie financées par les centres locaux de développement (CLD), les municipalités (par l'entremise des Conférences régionales des élus), le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ), l'Union des producteurs agricoles et quelques autres organismes. Il existe des Tables dans pratiquement toutes les régions administratives du Québec, couvrant ainsi le territoire québécois presque dans son ensemble.

Les détaillants en alimentation à la recherche de produits de leur région peuvent faire appel à la Table de concertation agroalimentaire de leur région. Sachez que les Tables organisent aussi des activités destinées à leurs membres ou aux entreprises de leur région. Il est donc possible de communiquer avec les Tables pour explorer les possibilités d'organisation d'activités de promotion ou de formation.

DÉTAILLANTS : CHAUDIÈRE-APPALACHES A BESOIN DE VOUS!

La Table Agroalimentaire de la Chaudière-Appalaches (TACA), au nom des acteurs impliqués dans le développement de la filière agroalimentaire régionale, entreprend un chantier visant à redéfinir les orientations de son développement pour la période 2014-2020.

À cet effet, la TACA aura besoin de votre opinion! Nous solliciterons les acteurs de cette filière au cours des prochains mois. Les détaillants en font partie et nous comptons sur vous pour répondre à un court questionnaire. Cela nous permettra de mieux connaître les attentes et la vision de celles et ceux qui, chaque jour, sont à la rencontre des consommateurs et font vivre ce secteur agroalimentaire.

Vous ne recevez pas notre Infolettre hebdomadaire? Vous n'êtes peut-être pas inscrit à notre liste d'envoi. Dans ce cas, veuillez nous transmettre vos coordonnées à l'adresse : ***info@taca.qc.ca*** pour participer à cette courte enquête.

Pour en savoir davantage ou pour signifier votre intérêt à y participer :

Jean-Michel Bordron, directeur général de la TACA
418 837-9008, poste 243

ACTEURS DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE : UN NOUVEAU SITE WEB POUR PROMOUVOIR VOS PRODUITS!

Le portail agroalimentaire de la région de la Capitale-Nationale ***Venezygouter.com*** arrive! Ce nouvel outil mettra en vedette les produits régionaux et sera en ligne au printemps. Assurez-vous dès maintenant que votre entreprise y soit!

Venezygouter.com, c'est toute l'information sur l'industrie agroalimentaire de la région : les services, les activités, les acteurs, sans oublier vos produits!

Vous êtes producteur, transformateur, distributeur ou restaurateur? Votre entreprise est située dans Portneuf, Charlevoix ou La Jacques-Cartier, à Québec, sur la Cote-de-Beaupré ou encore sur l'île d'Orléans? Vous voulez avoir votre place dans cette grande vitrine que sera ***Venezygouter.com***?

Alors, inscrivez-vous dès maintenant au répertoire! C'est gratuit! Pour ce faire, il suffit de vous rendre au ***Venezygouter.com*** et de fournir les informations requises.

Il est possible d'obtenir des renseignements supplémentaires sur le portail ***Venezygouter.com*** en communiquant avec Christian Thivierge à la Table agroalimentaire de la Capitale-Nationale au numéro suivant : 418 529-8475, poste 229.

DÉTAILLANTS RECHERCHÉS POUR UN PROJET DE MARCHANDISAGE

Le CDBAL (Conseil de développement bioalimentaire de l'agglomération de Longueuil) reprend l'idée de stimuler des projets de marchandisage des aliments du Québec chez les détaillants à l'image du concours Les Aliments du Québec dans mon panier initié à l'automne dernier par l'A.D.A. Un projet similaire sera réalisé à nouveau avec les 10 premiers marchands alimentaires qui s'inscriront auprès du CDBAL et qui accepteront de collaborer avec le Cégep de St-Jean-sur-Richelieu.

En effet grâce à la précieuse collaboration de deux professeurs en gestion de commerce du Cégep de Saint-Jean-sur-Richelieu, le CDBAL pourra compter sur la participation de 10 équipes de 4 étudiantes et étudiants qui feront la conception et la réalisation d'un îlot de marchandisage thématique. En octobre 2013, les étudiants réaliseront les îlots et pourront évaluer l'impact sur les ventes et la notoriété du produit. Une spécialiste en marchandisage en épicerie sera présente pour appuyer les équipes dans l'élaboration de leurs outils; elle a d'ailleurs animé des visites chez des marchands afin de montrer comment cibler les meilleurs points de vente. La réussite d'un tel projet dépend de la collaboration des producteurs-transformateurs avec les détaillants. Pour les étudiants, passer de la théorie de la communication de masse et du marchandisage à un projet concret en épicerie est certainement une introduction incomparable à la filière bioalimentaire avec chacun de ses maillons.

Le CDBAL veut donc s'associer à 10 marchands détaillants toutes bannières confondues afin de faire un grand blitz de marchandisage spécial pour les produits certifiés par Aliments du Québec qui sont produits, fabriqués et transformés sur le territoire de l'agglomération de Longueuil ou de la Montérégie.

Pour les marchands, le CDBAL offre donc un projet « clé en main » afin de se positionner favorablement dans la dynamique de la commercialisation des aliments du Québec issus de notre territoire. Le nouveau site Internet du Mois des saveurs gourmandes fera le suivi du volet détaillant avec les projets de marchandisage.

Vous êtes marchand, petit ou grand, et voulez profiter du projet pour améliorer le marchandisage des produits du Québec que vous offrez déjà, communiquez avec Marie Simard au 514 831-8656 ou par courriel à ***direction@cdbal.org***. Une réponse de votre part d'ici la mi-avril serait appréciée afin de faire le jumelage avec une équipe d'étudiants.

DC1300-159 (2013-02)

Tous les employeurs et les travailleurs du Québec peuvent maintenant transmettre leur réclamation en ligne à la suite d'un accident du travail.

Rendez-vous au **www.csst.qc.ca/reclamation**.

Parce que le Québec a besoin
de tous ses travailleurs

CSST

LA RÉCUPÉRATION DES CONTENANTS CONSIGNÉS

En vertu de la Loi sur la vente et la distribution de bière et de boissons gazeuses dans les contenants à remplissage unique, tous ceux qui vendent des contenants consignés ont l'obligation de les reprendre. C'est la fameuse formule « qui vend, reprend ».

Gérer les retours de contenants consignés tout en conservant les lieux salubres demande une logistique considérable qui génère des coûts additionnels. Voici quelques informations utiles qui risquent de faire gagner temps et argent aux détaillants qui, jour après jour, soutiennent le système de consigne bien qu'il existe une autre solution qui a fait ses preuves : la collecte sélective.

RECYCAN, VOUS CONNAISSEZ?

Recycan est un organisme qui collecte les contenants de bières sous consigne publique aux formats divers en verre clair, en verre vert ou en aluminium de ses deux propriétaires, Labatt et Molson. Les produits sont multiples : Corona, Heineken, Stella Artois, Sol, Coors Light, Labatt Bleue, etc.

Les plaintes concernant la fréquence de passage de Recycan en magasin nous sont rapportées fréquemment. Le délai entre chaque visite varie d'un endroit à l'autre et les raisons justifiant le retard ou l'absence de collecte sont nombreuses. Bref, prévoyez le coup avant que votre entrepôt déborde. Pour prévoir une collecte, vous n'avez qu'à composer le numéro suivant :

- **514 457-0322 ou 1 800 464-0622**
- **Vous pouvez aussi contacter le représentant de Labatt ou Molson, puisque Recycan leur appartient.**

BGE VOUS CONNAISSEZ?

BGE (Boissons Gazeuses Environnement) est un organisme sans but lucratif créé par l'industrie des boissons gazeuses du Québec pour administrer le système de consignation des contenants à remplissage unique de boissons gazeuses et assurer le respect de la loi, de la règlementation et de l'entente portant sur la consigne. La mission de BGE est de contribuer à la protection de l'environnement en favorisant la récupération et le recyclage des contenants de boissons gazeuses à remplissage unique. Si vous éprouvez des problèmes n'hésitez pas à les contacter au :

- **514 747-7737 ou 1 877 226-3883 (sans frais)**

RÉCUPÉRATION DES CONTENANTS DE BOISSONS GAZEUSES

Les deux principaux acteurs dans le secteur des boissons gazeuses, Coca-Cola et Pepsi, récupèrent eux-mêmes leurs contenants sous consigne publique au moment où ils effectuent leur livraison. Si les contenants s'amoncellent ou que vous éprouvez un problème, il suffit habituellement de contacter votre représentant pour corriger la situation.

CRU OU CRM ?

Qu'est-ce qu'un « CRU » ?

Il s'agit d'un Contenant à Remplissage Unique portant la mention « Consignée Québec » d'une valeur de consigne de 5 ¢, 10 ¢ ou 20 ¢ selon le cas. Il peut s'agir d'une canette d'aluminium, d'une bouteille de plastique ou de verre, utilisées pour les boissons gazeuses ou la bière.

Qu'est-ce qu'un « CRM » ?

Un Contenant à Remplissage Multiple - ou si vous préférez la bonne vieille bouteille brune de bière - vendu avec un dépôt dont les caractéristiques et les propriétés font en sorte qu'il puisse être réutilisé un minimum de dix fois aux mêmes fins pour lesquelles il avait été conçu à l'origine. Au plan légal, ce n'est pas un contenant consigné et donc, il ne porte pas la mention « Consignée Québec », car il n'est pas soumis à cette loi. Les brasseurs ont établi, bien avant le système de consigne publique, un système privé de dépôt pour s'assurer que les consommateurs rapportent leurs contenants intacts. Les bouteilles brunes de bières ayant toutes le même format sont un exemple de CRM.

UNE RESPONSABILITÉ PARTAGÉE

Responsabilités des détaillants :

1. Remettre aux consommateurs qui rapportent leurs contenants consignés, la valeur de la consigne (5 ¢, 10 ¢ ou 20 ¢)
2. Rembourser en argent le montant de la consigne si le consommateur l'exige

Responsabilités des récupérateurs :

1. Récupérer les contenants similaires (même matière et volume) que les contenants vendus, livrés ou donnés au détaillant
2. Récupérer les CRU de bière à la même fréquence que la distribution et rembourser la consigne
3. Remettre au détaillant la valeur de la consigne + 2 ¢ par contenant en guise de prime de manutention
4. Remplacer les sacs des gobeuses à la même fréquence que la distribution ou remettre au détaillant une note de crédit en guise de compensation pour l'utilisation des sacs requis par le modèle de gobeuse
5. Acheminer les contenants chez les recycleurs

RÉCUPÉRATION DES CONTENANTS DE BIÈRE CONSIGNÉS

La plupart des embouteilleurs de bière que ce soit Sleeman, Brasseurs RJ, McAuslan, Boréale, etc. récupèrent eux-mêmes leurs contenants sous consigne publique au moment des livraisons. Si vous manquez de cartons, que les contenants s'amoncellent, il suffit habituellement de contacter votre représentant pour corriger la situation.

SI VOUS ÊTES INSATISFAITS ET VOULEZ FAIRE UNE PLAINTE

Association des détaillants en alimentation du Québec

Contactez-nous à l'A.D.A. pour nous informer des problèmes que vous éprouvez. Nous pourrons ainsi mieux documenter ce dossier et faire les représentations nécessaires auprès des organismes concernés.

- ***info@adaq.qc.ca***
- **514 982-0104 ou 1 800 363-3923 poste 244**

RECYC-QUÉBEC

La société d'État **RECYC-QUÉBEC** est, de par la Loi, responsable du système de consignation publique. Elle agit en partenariat avec les embouteilleurs de boissons gazeuses, les brasseurs de bière, les détaillants, etc. Pour toute information ou pour faire parvenir vos plaintes, n'hésitez pas à contacter Mme Marie Longpré, adjointe à la consigne chez Recyc-Québec.

- ***m.longpre@recyc-quebec.gouv.qc.ca***
- **514 352-5002 ou 1 800 807-0678 poste 2237**

COORDONNÉES DU MINISTRE RESPONSABLE DE LA CONSIGNE

Monsieur, Yves-François Blanchet
Député de Johnson, Parti québécois

Ministre du Développement durable, de l'Environnement, de la Faune et des Parcs

Édifice Marie-Guyart
675, boul. René-Lévesque Est, 30e étage
Québec (Québec) G1R 5V7

- **Téléphone : 418 521-3911**
- **Télécopieur : 418 643-4143**

CFIG FCEI

CANADIAN FEDERATION OF INDEPENDENT GROCERS
FÉDÉRATION CANADIENNE DES ÉPICIERS INDÉPENDANTS

PROGRAMME DE BOURSES NATIONAL 2013

BOURSES DISPONIBLES POUR LES ÉTUDIANTS DU SECONDAIRE, CÉGEP/UNIVERSITÉ

DATE LIMITE D'INSCRIPTION
31 MAI 2013

INSCRIVEZ-VOUS À
WWW.CFIG.CA

BOURSE NATIONALE DE $10,000

ET UN

VOYAGE TOUTES DÉPENSES PAYÉES À TORONTO

4 X $2,000 DE BOURSES RÉGIONALES

COMMANDITAIRES DU PROGRAMME DE BOURSES NATIONAL FCEI 2013

SIAL 2013 Marché de l'alimentation Nord-Américain Canada Toronto & SET 2013 Canada Toronto

30 avril au 2 mai 2013
Direct Energy Centre
Visitez-nous au **sialcanada.com**

SIAL Canada à Toronto
LA CAPITALE DE L'INNOVATION ALIMENTAIRE EN AMÉRIQUE DU NORD

> **APPROVISIONNEZ** vos magasins en innovations
> **RÉCOLTEZ** de nouveaux produits à saveur internationale
> **DIFFÉRENCIEZ** vos tablettes de la compétition
> **RENCONTREZ** toute l'offre en un seul lieu

un événement comexposium The place to be
SIAL, une filiale du groupe Comexposium

By SIAL GROUP
www.sial-group.com

INVITATION SPÉCIALE AUX MEMBRES

TARIF PRÉFÉRENTIEL DE 25 $

Tarif régulier 70 $

Inscription en ligne à partir de janvier 2013 sur **www.sialcanada.com**

CODE DE PRÉ-ENREGISTREMENT
ADA2013

Après avoir complété votre inscription, vous recevrez votre badge par courriel.

Pour toute question concernant votre inscription
info@sialcanada.com
1 866 281-7425

Misez sur L'EXPÉRIENCE!

générationexpérience

À votre service!

BIENTÔT DISPONIBLE
MISEZ SUR LA GÉNÉRATION EX

Guide pratique pour les employeurs du commerce de l'alimentation qui désirent employer des travailleurs expérimentés

BIENTÔT EN LIGNE
CALCULATEUR INTERACTIF DE CONCILIATION TRAVAIL/RETRAITE

Permettez à vos travailleurs expérimentés de déterminer facilement le nombre d'heures de travail pouvant être effectuées sans affecter leurs revenus de retraite.

Une réalisation de

Commission des partenaires du marché du travail Québec

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

COMITÉ SECTORIEL DE MAIN-D'ŒUVRE DU COMMERCE DE L'ALIMENTATION
1030, RUE BEAUBIEN EST, LOCAL 301
MONTRÉAL (QUÉBEC) H2S 1T4

T 514 499-1598
WWW.CSMOCA.ORG
INFO@CSMOCA.ORG

Cocktail dînatoire

Section des membres-fournisseurs A.D.A.

Réseautage + Conférence sur les tendances du marché Secteur alimentaire. Réalisée par : nielsen

Soirée animée par Mélanie Maynard

Lundi 22 avril 2013
à compter de 17 h

Hilton Bonaventure
Salle de bal :
Mont-Royal
900 rue de la Gauchetière Ouest,
Montréal

Inscription : **gdesjardins@adaq.qc.ca**

Il reste encore quelques places !