RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Avril-Mai 2014

SITE WEB DE L'A.D.A.

BIEN PLUS QU'UN NOUVEAU LOOK !

Plus de détails en page 12

ALCOOL QUÉBÉCOIS

L'A.D.A. invite des producteurs au SIAL

▸ P.6

GUICHET BANCAIRE PRIVÉ

Plus de la moitié sont retiré du marché

▸ P.6

BOISSONS SUCRÉES

De nouvelles données

▸ P.7

Point de vue

COMMUNIQUER, COMMUNIQUER, COMMUNIQUER

Bien communiquer est essentiel afin d'accomplir notre rôle, c'est-à-dire défendre vos intérêts. Tranquillement mais sûrement, nous adaptons nos façons de faire afin de répondre à vos besoins et consolider notre rôle de référence dans l'industrie.

Tout a commencé avec la nouvelle mouture de notre magazine RADAR. En adoptant un nouveau design et en changeant de format, nous avons donné un second souffle à notre principal outil de communication avec nos membres. Merci à tous nos partenaires qui s`impliquent financièrement afin que notre magazine demeure aussi pertinent et axé sur la réalité des détaillants en alimentation. Amis, collègues, prenez le temps de remarquer ces partenaires, ce sont des joueurs importants dans notre industrie.

Plus récemment, nous avons dévoilé notre nouveau site web. Il s'agit d'un outil de plus nous permettant de consolider notre rôle de référence dans l'industrie. Bien plus qu'un nouveau look, on y trouve dorénavant l'évolution mois par mois des dossiers que nous menons. De plus, vous pouvez également consulter le magazine RADAR sur votre tablette numérique ou sur votre téléphone intelligent. En effet, tous les RADAR de 2008 à aujourd'hui sont accessibles sur notre site web. À vous d'en profiter ! Si ce n'est déjà fait, allez jeter un coup d'œil au **www.adaq.qc.ca**, ça vaut vraiment la peine !

En terminant, je vous rappelle que le mardi 20 mai prochain aura lieu notre 51e tournoi de golf. Inscrivez-vous rapidement, nous affichons complet depuis 3 ans ! Ce serait un plaisir que vous soyez si nombreux que je sois obligé de réserver un autre terrain pour combler la demande. N'oubliez pas que, pour ceux qui préfèrent le vélo, il y aura une randonnée de plusieurs kilomètres. Alors, que vous soyez golfeur ou cycliste, on vous attend à 8h30 au club de golf Elm Ridge le 20 mai prochain.

Bon printemps à tous !

Daniel Choquette
Président

ESPÉRONS QUE NOS VŒUX SOIENT ENTENDUS

Au moment d'écrire ces lignes, nous sommes une fois de plus en campagne électorale. Cette dissolution de l'Assemblée vient mettre fin ou en veilleuse plusieurs dossiers. Encore une fois, plusieurs députés partiront et plusieurs autres arriveront. Nous devrons encore une fois nous familiariser avec ces nouvelles figures du monde politique, apprendre à nous connaître, rétablir les liens de confiance, expliquer qui nous sommes, repositionner les dossiers de l'industrie, etc., etc.

Quelquefois cela nous avantage : nous l'avons vu dans le dossier de la consigne, dont l'augmentation accordée par le Parti libéral, qui voyait la consigne passer de 5¢ à 10¢ en décembre 2012, a été annulée avec l'arrivée du Parti québécois au pouvoir. Ce dossier finira-t-il par aboutir? Nous verrons quelle orientation prendra ce dossier avec l'arrivée du prochain gouvernement.

D'autres fois, cela nous désavantage : nous le vivons avec la Loi sur les heures d'ouverture dans les zones touristiques où ce dossier fait du surplace depuis plusieurs années. Un autre dossier qui, lui aussi, fait du surplace est celui des alcools artisanaux. Verrons-nous un jour une fin heureuse dans ce dossier? Le projet de souveraineté alimentaire est venu forcer la main du gouvernement pour ce type de produits. Les reverrons-nous sur les tablettes? Nous l'espérons fortement et nous espérons l'appui de la SAQ dans ce dossier.

La presque totalité des consommateurs québécois vient dans nos magasins chaque semaine. Nous sommes la vitrine idéale pour rejoindre le consommateur, et ce, nous le défendons avec vigueur. La façon dont le prochain gouvernement se positionnera reste à voir. Nous espérons seulement que nos vœux seront entendus.

Pour ce qui est du dossier du lait, la Régie des marchés agricoles, qui a tenu une audience le 29 janvier dernier dans le but de questionner la pertinence de la réglementation, n'a toujours pas rendu de décision à cet égard, et ce, plus de 6 semaines plus tard.

Bien que nos trois grands distributeurs (Metro, Loblaw et Sobeys) étaient en faveur de garder la réglementation, l'Association qui les représentait à la table a été la seule à ne pas se prononcer en faveur de garder en place cette réglementation. Même l'Association des consommateurs est venue expliquer pourquoi ses membres étaient en faveur.

C'est avec grande impatience que nous attendons cette décision qui, je l'espère, sera connue au moment où vous lirez ces mots.

À bientôt !

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
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
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
Jean-François Marcoux
Ginette Reid
Mario Sauvé
Christian St-Jacques
André Tremblay

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 et coordonnatrice, section des membres-fournisseurs

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

ALCOOL 6
SIAL Canada : L'A.D.A. fait de la place pour les alcools québécois

PAIEMENT 6
Du nouveau sur les frais de cartes de crédit

Un nombre considérable de guichets sont retirés du marché

AGROALIMENTAIRE 7
États-Unis : Vers un nouveau système d'étiquetage

Boissons sucrées : De nouvelles données

Tous unis derrière la règlementation du prix du lait !

DOSSIERS DIVERS 8
Le gouvernement du Québec dépose son budget 2014-2015

Élection provinciale : les membres de l'A.D.A. soulèvent 3 aberrations

TABAC 8
Hausser les taxes nuit aux corps policiers

Le fédéral équilibre son budget par l'entremise du tabac

ENVIRONNEMENT 9
Collecte sélective ou consigne : L'A.D.A. rencontre le CREATE

LAURÉAT : TEMPLE DE LA RENOMMÉE A.D.A. 2014 9

À LA MÉMOIRE DE 9

NOUVEAU SITE WEB DE L'A.D.A. 10

L'ACTUALITÉ DES TCAQ 14

Chroniques

ENVIRONNEMENT 18
La collecte sélective : Le transport en commun des matières recyclables

RESSOURCES HUMAINES 19
L'intégration de vos nouveaux employés

PLACEMENT 20
Garder le focus sur l'essentiel

PRÉVENTION 20
La formation des employés, profitablement subtile

FORMULAIRE D'INSCRIPTION DU TOURNOI DE GOLF 21

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 16 500 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

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**

SMF

SECTION MEMBRES-FOURNISSEURS

NOSTALGIE

Chers collègues,

Le choix du titre de cette chronique repose sur un mot qui est omniprésent par les temps qui courent! En fait, que vous soyez un fournisseur ou un détaillant, le mot nostalgie évoque le même sens. Ne vous est-il pas arrivé, récemment, de rencontrer quelqu'un qui vous a dit : « faire des affaires en 2014 n'est pas aussi plaisant que dans le bon vieux temps! » Force est d'admettre que c'est un commentaire qui rejoint un nombre grandissant de personnes dans notre merveilleux petit monde de l'Alimentation. Je me suis longtemps demandé s'il ne s'agissait pas d'un mauvais rêve et que tout ceci disparaîtrait sous peu, mais quand en plus les gens ajoutent : « et le pire, c'est que ça ne va pas s'améliorer! », c'est que le réveil est brutal!

Qu'en est-il du temps où les fournisseurs et les principales bannières pouvaient négocier des ententes WIN-WIN, où l'exécution en magasin était impeccable, où les prix étaient justes et équitables, où le respect était mutuel et où faire une carrière dans cette industrie était stimulant? Toutes ces questions soulèvent un point commun qui s'applique aux deux parties et qui malheureusement devient de plus en plus préoccupant pour nous tous : comment se sortir de cet élan de négativisme qui frappe notre industrie?

La nouvelle façon de faire des distributeurs insuffle un vent de panique auprès de la communauté des fournisseurs et nul doute qu'avec la consolidation qui prend place, ce phénomène pourrait prendre de l'ampleur. Au menu : augmentation des programmes de commercialisation sans négociation, gel des hausses de prix, harmonisation, synergie, etc., dans un marché où la croissance est limitée et où le consommateur a développé des habitudes d'achat plus vigilantes. Cette pression indue se fait ressentir sur tous les artisans de notre industrie, mais plutôt que de revenir aux bonnes vieilles méthodes de négociations, on adopte la ligne dure. Ceci pourrait entraîner des répercussions dévastatrices sur tous, forçant les fournisseurs à revoir leur « go to market strategy ».

De lourdes conséquences pourraient affecter notre industrie, mais clairement, en tant que partenaires d'affaires, nous ne pouvons nous permettre d'envisager un tel scénario. C'est pourquoi nous devons faire tout ce qui est possible afin d'éviter que ce rêve ne se transforme en cauchemar! Il est de la responsabilité de tous les joueurs de cette industrie de rétablir la situation avant qu'il ne soit trop tard. Nous sommes ouverts au dialogue afin de traiter de différentes pistes de solution aidant à rectifier cette situation. La position des fournisseurs est claire à ce sujet : il faut revoir nos façons de faire conjointement avec les bannières majeures.

Nous souhaitons vivement que ce dialogue s'établisse rapidement et c'est pourquoi nous entamerons des démarches en ce sens prochainement.

Dossier à suivre...

Merci,

Marc Sauvageau
Président SMF

De gauche à droite

GÉRALD CAYOUETTE
Aliments de consommation Maple Leaf
VICE-PRÉSIDENT SMF

CHRISTIAN BÉRUBÉ
Meilleures Marques ltée / Groupe St-Hubert
SECRÉTAIRE

MARC SAUVAGEAU
Acosta Ventes et Marketing
PRÉSIDENT SMF

ÉRIC CARDIN
Les Brasseries Sleeman

JEAN-FRANÇOIS COURCHESNE
Chagall Design
TRÉSORIER

MARTIN PROVOST
Boulangerie Weston / Gadoua

DANIEL FRADETTE
Pepsico Canada

MARC CARPENTIER
Agropur / Division Natrel

MARTIN PAYANT
Unilever Canada

PIERRE CAYER
Savoura / Les Serres du St-Laurent

Est absent sur cette photo :
***Stéphane Bouchard** – Distribution Régitan*

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

SIAL CANADA : L'A.D.A. FAIT DE LA PLACE POUR LES ALCOOLS QUÉBÉCOIS

L'A.D.A. a profité du Salon International de l'Alimentation (SIAL Canada) pour mettre de l'avant des produits alcooliques québécois que nos membres détaillants aimeraient pouvoir offrir dans leurs commerces. Pour l'occasion, nous avons invité deux fabricants d'alcool québécois à faire déguster leurs produits au kiosque de l'A.D.A. Ainsi, les 14 685 visiteurs ont pu apprécier les produits des entreprises suivantes :

1. Domaine La Branche
   Érablière-Cidrerie-Vignoble, St-Isidore
2. Domaine De Lavoie
   Vignoble-Cidrerie, Rougemont

Nous espérons que le prochain gouvernement sera à l'écoute des producteurs, des détaillants et surtout des consommateurs qui souhaitent tous pouvoir se procurer les différents alcools québécois chez leur détaillant du coin. D'ailleurs, en octobre dernier, nous avons lancé la campagne « Ce n'est pas l'envie qui manque » pour rappeler au gouvernement que le réseau des détaillants en alimentation est complémentaire à l'offre de la SAQ.

PAIEMENT

DU NOUVEAU SUR LES FRAIS DE CARTES DE CRÉDIT

Dans le budget fédéral déposé en février dernier, le ministre des Finances reconnaît que les détaillants canadiens paient des frais plus élevés qu'ailleurs dans le monde. Ainsi, le gouvernement s'engage à « promouvoir l'équité et la transparence sur le marché des cartes de crédit ». Bien que l'A.D.A. se réjouisse de cet engagement, cela fait déjà plusieurs années que nous rappelons au gouvernement que la seule façon d'arriver à atteindre une équité dans le système de paiement canadien consiste à réaliser une analyse indépendante des coûts du système. Il s'agit d'une prémisse de base à l'imposition de règles d'opération plus équitables entre les intervenants du système de paiements.

Pour une première fois, le gouvernement canadien adresse les conclusions du Tribunal de la concurrence. On peut y lire : « En 2013, le Tribunal de la concurrence a conclu que certaines règles des réseaux de Visa et de MasterCard ont un effet négatif sur la concurrence, ce qui se traduit par des coûts plus élevés pour les marchands. À la lumière de ces résultats, le gouvernement collaborera avec les intervenants pour promouvoir des pratiques équitables et transparentes et pour contribuer à faire diminuer les coûts assumés par les marchands lors de l'acceptation des cartes de crédit, tout en encourageant ces marchands à offrir de meilleurs prix aux consommateurs. »

À quand une analyse indépendante des coûts du système de paiement canadien ?

La journaliste Stéphanie Grammond (La Presse) résume, selon nous, assez bien la situation : « Les commerçants, qui n'ont pas le choix d'accepter toutes les cartes de crédit, refilent ces frais à l'ensemble de leur clientèle en haussant leurs prix de vente. Ainsi, les gens qui paient comptant ou ceux qui ont une carte sans privilèges se trouvent à subventionner les primes des détenteurs de cartes Platine ou Infinite. Un système où les pauvres subventionnent les riches. Un système qui encourage les consommateurs à payer à crédit. Inacceptable! Qu'est-ce qu'Ottawa entend faire? Des consultations, a-t-on appris hier. Ensuite, il espère renforcer son Code de conduite lancé en 2010. Il y a fort à faire, car ce fameux code volontaire n'avait pas changé grand-chose. » Ce dossier est encore loin d'être réglé. Les frais de transactions ne diminueront pas de sitôt, mais la reconnaissance du problème par le ministre Flaherty est, selon nous, un premier pas important.

UN NOMBRE CONSIDÉRABLE DE GUICHETS SONT RETIRÉS DU MARCHÉ

Six mois après l'entrée en vigueur de la nouvelle règlementation, l'Autorité des marchés financiers (AMF) estime que près de la moitié des guichets automatiques bancaires privés (GAB) ont été retirés du marché. Seulement 1 260 entreprises ont fait une demande d'obtention de permis, ce qui représente près de 2 500 guichets, comparativement à un peu plus de 5 000 avant l'implantation d'un permis obligatoire en juin 2013.

Exploiter un guichet sans permis est valide d'une amende variant entre 15 000 $ et 200 000 $.

Rappelons que ce nouvel encadrement règlementaire des GAB découle de l'adoption de la Loi sur les entreprises de services monétaires adoptée en décembre 2010. Par cette loi, le gouvernement souhaitait, à juste titre, lutter notamment contre l'évasion fiscale. À l'époque, les membres de l'A.D.A. s'étaient impliqués activement dans ce dossier afin de souligner l'importance d'encadrer le milieu, sans pour autant trop alourdir le processus. Plusieurs de nos demandes ont été intégrées dans la loi. Néanmoins, force est d'admettre que le fardeau règlementaire ainsi que les frais récurrents ont convaincu bon nombre de propriétaires de guichet à « tirer la plug » sur une des seules alternatives qui permet de diminuer l'ampleur des frais de paiement pour les commerçants.

NOMBRE DE GUICHETS OPÉRATIONNELS AVANT ET APRÈS LA NOUVELLE LOI

Avant **5 000**	Après **2 500**

Comme bon nombre de ses collègues, André Forget, propriétaire de trois dépanneurs dans l'Est de Montréal, comprend tout à fait qu'un ménage pouvait s'imposer : « Par contre, je trouve moins drôle l'ajout de frais pour enquêter sur moi ainsi que tous mes employés qui pourraient être impliqués de près ou de loin par un guichet. Définitivement, en tant que commerçant, peu importe le mode de paiement des clients, il n'y a pas moyens d'éviter des frais élevés! » Rappelons que, chaque année, les détaillants canadiens paient plus de 5 milliards de dollars en frais uniquement pour les paiements par carte de crédit.

FRAIS ASSOCIÉS À L'OBTENTION D'UN PERMIS

Enquête SQ 113 $ / personne (physique ou morale)
Permis 202 $ / guichet exploité

AGROALIMENTAIRE

ÉTATS-UNIS : VERS UN NOUVEAU SYSTÈME D'ÉTIQUETAGE FDA

En février dernier, la première dame des États-Unis, Michelle Obama, a présenté des propositions visant à adapter l'étiquetage alimentaire. Cette dernière affirme qu'il est important d'adapter le système actuel afin de répondre aux nouvelles habitudes de consommation des Américains ainsi qu'aux nouvelles données scientifiques ayant fait leur apparition. Le nouveau système d'étiquetage, élaboré par la FDA (l'Agence des produits alimentaires et des médicaments), propose notamment de changer la description des calories et des portions alimentaires contenues dans chaque contenant, la description actuelle ne reflétant plus les quantités consommées par les Américains.

Il s'agit d'une initiative qui va fort certainement recueillir beaucoup d'appuis, mais il ne faut pas oublier que les modifications aux emballages ont un coût. De plus, il y a une limite quant à la quantité d'information que l'on peut mettre sur un produit. Il en va de l'efficacité de l'information véhiculée. D'ailleurs, la dernière révision ici même au Canada (portant sur la valeur nutritionnelle) avait causé d'importants problèmes pour certains produits dont la surface était restreinte (p. ex. les fromages portionnés). Il faut continuer de permettre aux entreprises de promouvoir leur produit; ça doit demeurer l'objectif principal. Tous conviendront que si on ne voit plus le fromage dans son emballage, il sera passablement moins attrayant pour le client.

BOISSONS SUCRÉES : DE NOUVELLES DONNÉES

Un rapport de Santé Canada affirme que les boissons énergisantes pourraient être liées à des effets indésirables chez 75 Canadiens entre 1999 et 2013. Appelé à commenter le sujet, le cardiologue Paul Poirier, qui réalise actuellement un doctorat sur les effets des boissons énergisantes sur la santé, rappelle qu'à l'heure actuelle rien n'indique que de telles boissons affectent la santé.

« Rien ne me dit que ça augmente la tension artérielle ou rend des patients cardiaques. »

Dr Poirier

Les propos du Dr Poirier sont appuyés par les résultats du rapport de Santé Canada qui stipule que « la consommation quotidienne par la population adulte en général de deux portions d'une boisson énergisante typique serait sans danger et n'aurait donc pas de conséquence en matière de santé ». Malgré tout, rappelons l'importance de poser des gestes tels que l'a fait Santé Canada en janvier 2013, en modifiant la règlementation sur la teneur en caféine ainsi que l'étiquetage des boissons énergisantes, en plus d'impliquer l'ACIA dans le processus afin de s'assurer du respect des nouvelles mesures. Nous sommes toujours convaincus qu'il est préférable d'éduquer les différentes strates de la population, surtout celles plus vulnérables, pour en faire des consommateurs avisés.

DONNÉES SUR LES BOISSONS ÉNERGISANTES

7 MILLIONS Nombre de canettes de boissons énergisantes consommées par mois au Canada.	**400 MILLIGRAMMES** Quantité de caféine permise par jour.
17% Des jeunes Québécois affirment consommer des boissons énergisantes 2 fois ou + par mois.	**201** Nombre de marques de boissons énergisantes vendues au Canada.

TOUS UNIS DERRIÈRE LA RÈGLEMENTATION DU PRIX DU LAIT !

Les acteurs de la filière laitière québécoise ont tous plaidé, à l'exception du CCCD qui a préféré s'abstenir de position, pour le maintien de la réglementation sur les prix du lait, lors de la dernière audience de la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec (RMAAQ), le 29 janvier dernier.

L'utilisation systématique du lait comme produit d'appel a des effets sur les habitudes de consommation.

L'A.D.A. se réjouit de voir une telle unité au sein de la filière permettant d'éviter que le lait ne devienne un produit d'appel (loss leader). Nous sommes convaincus que cette denrée de base ne doit pas favoriser la concentration du pouvoir d'achat du lait dans les mains des enseignes corporatives : grands commerces généralistes, escompteurs, pharmacies, conglomérats de dépanneurs et pétrolières.

En Ontario, où le système est dérèglementé, s'acheter un contenant de 1 litre ou encore de 2 litres de lait pour en mettre dans son café n'est pas une bonne affaire : ça coûte bien souvent plus cher que d'acheter un format de 4 litres et de jeter l'excédent une fois le produit périmé. Un des objectifs de l'établissement des prix du lait est justement d'assurer une disponibilité de ce produit alimentaire jugé essentiel à travers les différentes régions, via un nombre suffisant de laiteries et de commerces de détail. Nous savons que la réalité des laiteries régionales est assez préoccupante et nous sommes les mieux placés pour faire un compte rendu de la situation difficile qui prévaut pour nos membres au détail.

Au cours des séances de la RMAAQ des dernières années, nous nous sommes efforcés de faire état de la guerre sur les prix du lait en déposant devant la RMAAQ une comparaison des prix de détail du lait (2 % de m.g.) constatés dans un échantillon représentatif de l'ensemble des points de vente au détail. Nous croyons avoir pu démontrer clairement qu'un grand nombre d'intervenants au détail utilisent le lait comme produit d'appel. Nous croyons à la disponibilité accrue de cet important produit alimentaire de base à un prix raisonnable. C'est dans l'intérêt général des consommateurs et de la filière laitière que le processus qu'encadre la RMAAQ continue de protéger le marché québécois du lait qui est beaucoup plus équilibré.

RAPPEL : LE SALAIRE MINIMUM AUGMENTE EN MAI

À partir du 1er mai 2014, le salaire minimum augmentera à nouveau pour se situer à 10,35 $/heure. Cette hausse touchera directement plus de 345 000 travailleurs dont 90 % travaillent dans le secteur des services, comme l'hôtellerie, la restauration ou le commerce de détail. Il est vrai que cette hausse aura un effet indéniable sur la masse salariale des entreprises. Toutefois, il faut également y voir une façon d'augmenter la rétention du personnel.

CAMPAGNE ÉLECTORALE

ÉLECTION PROVINCIALE : LES MEMBRES DE L'A.D.A. SOULÈVENT 3 ABERRATIONS

Même si les détaillants en alimentation sont d'importants vecteurs économiques, tant en termes d'achats québécois que d'emplois créés, nos préoccupations sont souvent reléguées à la queue de la liste des priorités politiques. C'est pourquoi les membres de l'A.D.A. ont posé trois questions aux candidats qu'ils ont croisé dans leur circonscription respective. Ces questions découlent de 3 aberrations touchant le secteur du détail alimentaire qui devraient être adressées par le prochain gouvernement. Nous avons acheminé une lettre aux chefs des quatre principaux partis politiques. Voici les questions :

1. Pourquoi est-il impossible de vendre les vins/alcools québécois dans notre réseau ?

Depuis trop longtemps, les détaillants en alimentation ne peuvent pas offrir des accords avec tous les alcools de notre terroir. Permettre d'y vendre les alcools artisanaux québécois, comme on le fait pour tous les autres produits d'ici, s'inscrirait dans la continuité de nos activités. Pourquoi ne pas utiliser les deux réseaux à leur plein potentiel, d'autant plus que ces alcools sont déjà disponibles dans le secteur de la restauration?

2. Il est devenu impératif d'informatiser l'ensemble des points de vente de détail pour éviter différentes problématiques qui nuisent à l'ensemble de l'industrie. Qu'est-ce que votre parti propose à ce sujet ?

Des milliers de points de vente n'ont même pas de courriel et d'ordinateur connecté à Internet accessible dans leur entreprise, en 2014. Une aide pour rattraper le retard informatique permettrait aux commerçants d'être moins vulnérables. Il est impératif de mettre en place un programme pour informatiser les points de vente alimentaire et ainsi être en mesure de répondre à l'ensemble des défis qui pointent à l'horizon comme, bien sûr, les rappels, mais aussi la traçabilité, la formation continue des employés ou la diffusion efficace des obligations réglementaires.

3. Comment le gouvernement du Québec peut tolérer que les compagnies de crédit se paient sur le montant de la TVQ ?

Les frais d'acceptation de cartes de crédit payés par les commerçants canadiens, estimés à 5 milliards de dollars par année, figurent parmi les plus élevés au monde. Le Tribunal de la concurrence a reconnu la nécessité d'une réglementation, mais nous attendons toujours les gestes concrets du gouvernement fédéral. Fait préoccupant, les géants du crédit en collaboration avec leurs partenaires du secteur bancaire se financent à même la TVQ.

Le problème que nous vous soumettons est que les frais chargés aux commerçants ne sont pas de 2 % des coûts des biens vendus, mais bien 2 % des coûts des biens vendus incluant les taxes. Personne ne devrait être autorisée à faire un profit sur la taxe qui revient à l'État.

LE GOUVERNEMENT DU QUÉBEC DÉPOSE SON BUDGET 2014-2015

Peu avant le déclenchement des élections générales, le ministre des Finances du Québec, Nicolas Marceau, a présenté le budget 2014-2015. Sans grande surprise, il ne contient pas d'annonce majeure ni de proposition de modification règlementaire significative. Si cela a de quoi réjouir certains, d'autres restent sur leur faim.

Bien que l'A.D.A. avait des attentes quant à l'utilisation des crédits, nous sommes conscients du contexte économique précaire et nous nous réjouissons que ce budget ne comporte pas de nouvelles hausses de taxes arbitraires comme ce fut le cas en 2012. Par contre, il faudra attendre le résultat des élections afin d'avoir une meilleure idée de ce que nous réserve la prochaine année.

TABAC

LE FÉDÉRAL ÉQUILIBRE SON BUDGET PAR L'ENTREMISE DU TABAC

Au grand désarroi des détaillants en alimentation, le gouvernement fédéral a choisi d'utiliser une hausse de la taxe sur le tabac pour équilibrer son budget. En effet, la cartouche de 200 cigarettes va coûter 4,03 $ de plus et le prix des produits du tabac sera désormais indexé au coût de la vie tous les cinq ans. Il s'agit d'une mesure particulièrement préoccupante principalement pour les détaillants de petites surfaces, pour qui les produits du tabac peuvent représenter plus de 40 % des ventes.

Rappelons qu'en novembre 2012, le gouvernement Marois avait aussi annoncé un dégel de sa taxe spécifique sur les produits du tabac, ce qui se traduisait par une hausse similaire de 4 $ pour chaque cartouche. Heureusement, Québec ne nous a pas réservé une autre belle surprise du genre dans son budget déposé à peine une semaine après le budget Flaherty.

Hausser les taxes, particulièrement celle sur le tabac, a toujours été une méthode facile pour tous les gouvernements afin d'augmenter les entrées fiscales à court terme. Par contre, à long terme la réalité est toute autre, puisque l'histoire nous rappelle les effets pervers notamment sur la rentabilité des commerces touchés par des baisses de ventes légales et, par extension, sur le manque à gagner dans les coffres de l'État.

REVENUS GÉNÉRÉS PAR LA TAXE FÉDÉRALE SUR LE TABAC

Montant	Année
685 M$	2014-2015
660 M$	2015-2016

Source : Budget fédéral 2014

HAUSSER LES TAXES NUIT AUX CORPS POLICIERS

Parallèlement à la hausse de taxes, le gouvernement fédéral accorde 91,7 M$ de crédits additionnels à la GRC afin qu'elle intensifie ses actions contre la contrebande du tabac. C'est comme si le gouvernement tentait de se racheter malhabilement. Bien que cet investissement soit nécessaire, la hausse drastique des taxes sur le tabac va contrecarrer directement les efforts des différents corps policiers. Dans le contexte actuel, il devient très important de pouvoir contrer rapidement le déploiement des réseaux illicites partout dans la province, car la demande pour des produits bon marché grimpera en flèche.

> *« Ceux qui se font attraper sont bien malchanceux, on est comme un panier percé! »*
>
> *Jean-Pierre Fortin, président du Syndicat des douanes et de l'immigration*

Le travail des différents corps policiers sur le terrain est primordial. Pourtant, faute d'effectif, le nombre de saisis a diminué entre 2009 et 2013 bien que la valeur ait augmenté : « Très peu de marchandises sont véritablement inspectées aux frontières, on se fie beaucoup à la bonne volonté et à la bonne foi des expéditeurs », ajoute Carlos A. Godoy, relationniste de la Coalition nationale contre le tabac de contrebande (CNCTC). En 2014, il faudra encore plus de saisies et de présences policières pour compenser l'effet de la hausse de taxes sur la demande pour les produits illicites.

VARIATION DU NOMBRE DE SAISIES DE TABAC DE CONTREBANDE

Année	Nombre de saisies	Valeur
2009	3 168	11 014 963 $
2013	2 299	17 289 622 $

ENVIRONNEMENT

COLLECTE SÉLECTIVE OU CONSIGNE : L'A.D.A. RENCONTRE LE CREATE

L'A.D.A. a rencontré deux représentants du CREATE (Centre de recherche en économie de l'environnement, de l'agroalimentaire, du transport et de l'énergie de l'Université Laval) chargés de réaliser l'étude comparative des systèmes de consignation et de collecte sélective. L'objectif de la rencontre était de leur partager l'expertise des détaillants en alimentation dans les deux systèmes. Nous avons également profité de l'occasion pour exposer les principaux enjeux entourant la gestion de nos matières résiduelles.

À notre demande, la rencontre a pu inclure la visite d'un commerce alimentaire. Les administrateurs de l'A.D.A., Michel Dépatie (Metro Plus Dépatie, Laval) et André Forget (Dépanneurs Forget, Montréal), ont guidé la rencontre en compagnie de notre Vice-président, Affaires publiques Pierre-Alexandre Blouin. Pour l'occasion Mme Françoise Paquette du CQCD et M. Jean-Guy Côté du CCCD se sont également joints à la rencontre. Les chercheurs doivent encore rencontrer plusieurs groupes dans un temps restreint puisque leur mandat doit être complété d'ici novembre 2014.

Les membres de l'équipe qui travaille sur cette étude comparative sont : le chargé de projet Patrick Gonzalez (Directeur du CREATE, Université Laval), George Criner (University of Maine), Gale Ellen West (CREATE, Université Laval), Marc Journeault (École de comptabilité, Université Laval), Jean Dubé (Université du Québec à Rimouski) et Sarah Trabelsi (CREATE, Université Laval).

Rappelons qu'en décembre 2012, le ministre Yves-François Blanchet annulait la hausse de la consigne (5¢ à 10 ¢) décrétée à la surprise générale par son prédécesseur Pierre Arcand. Il annonçait du même coup la réalisation d'une étude comparative de la performance des systèmes de collecte sélective et de consignation. Nous rappelions depuis longtemps l'importance d'évaluer la performance des deux systèmes concurrents, comme l'ont recommandé les membres de la Commission des Transports et de l'Environnement dans son rapport de 2008, avant de poser des gestes qui pourraient influer sur les résultats, comme hausser arbitrairement la consigne publique.

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 14, 15 et 16 novembre prochain au Hilton Lac-Leamy.

Soyez des nôtres pour cette soirée mémorable!

Pour information :
adaq.qc.ca

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

M. ROBERT SAVOIE
Salaison Saint-André, Montréal

Salaison St-André Ltée
Qualité et service depuis 1964

Les représentants des petites surfaces sont heureux de dévoiler le lauréat 2014 du Temple de la renommée de l'A.D.A. D'un commun accord, ils ont choisi Robert Savoie, propriétaire de Salaison Saint-André situé à Montréal.

À la mémoire de

L'A.D.A. désire transmettre ses condoléances aux familles, aux proches et aux amis des personnes décédés.

NOËL ALLARD
1927 - 2014

M. Allard a été marchand Metro durant plus de 45 ans principalement dans le quartier Ste-Rose à Laval. Il est le père de Louise Allard, épouse et associée de Christian Jasmin, propriétaire du IGA Famille Jasmin situé à Ste-Adèle et ex-président de l'A.D.A.

GÉRARD CHAMPAGNE
1942 - 2014

M. Gérard Champagne a été marchand IGA dans le quartier Verdun à Montréal. Il est le père de Jonathan Champagne, propriétaire du IGA Champagne situé à Verdun et administrateur de l'A.D.A.

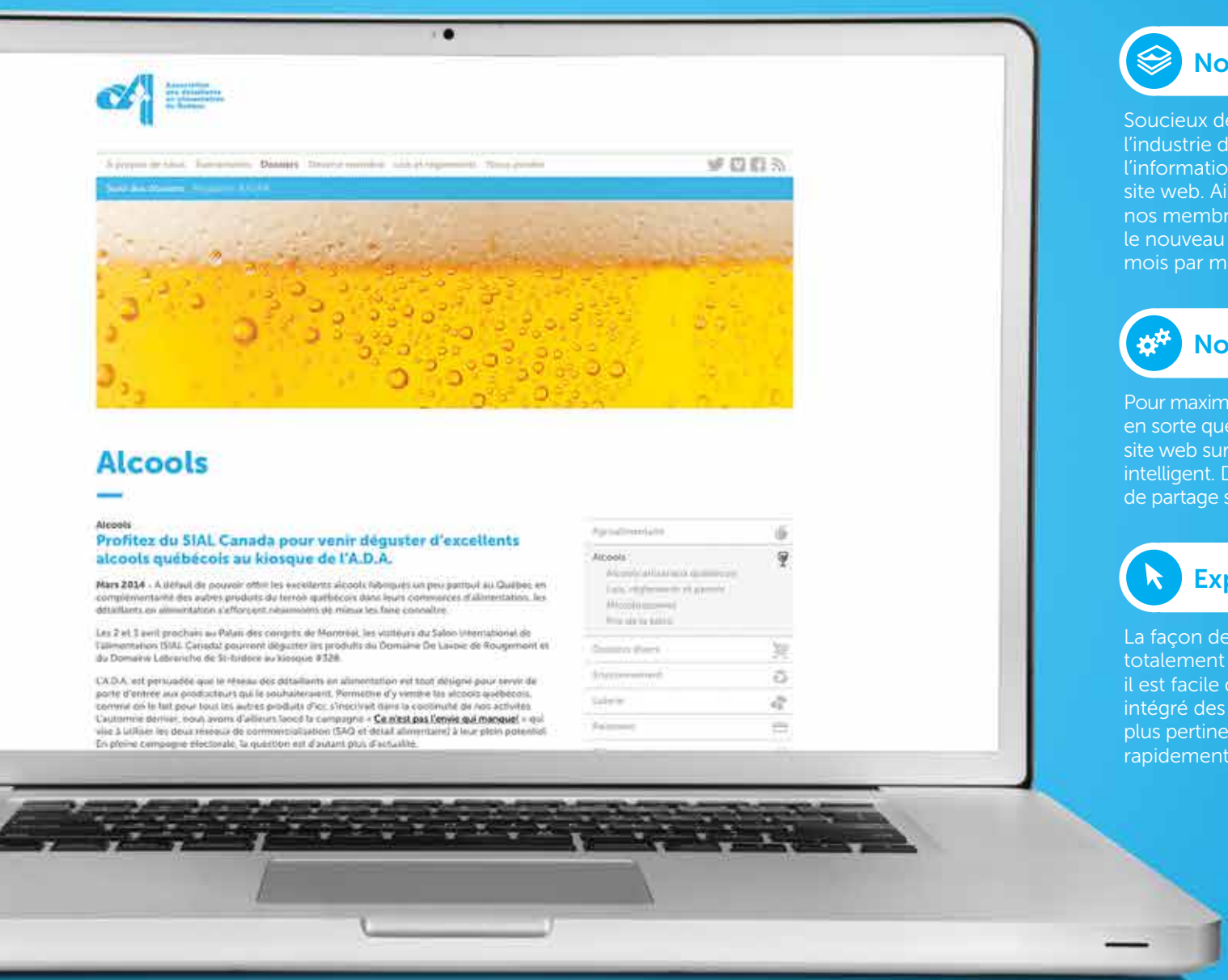
LUC GÉLINAS *1960 - 2014* | **JULIE LEMIEUX** *1978 - 2014*

Julie Lemieux et Luc Gélinas étaient tous deux cadres à la Société des alcools du Québec (SAQ) depuis de nombreuses années. Mme Lemieux, 35 ans, occupait un poste de directrice de comptes à la SAQ-Alimentation alors que son conjoint M. Gélinas, 54 ans, était vice-président ingénierie et immobilier.

Via cette tribune, l'A.D.A. souhaite rendre hommage à tous ceux et celles qui ont travaillé de près ou de loin dans le secteur de l'alimentation et qui, malheureusement, sont décédés. N'hésitez pas à nous informer du décès de gens dans votre entourage. Nous aimerions leur rendre hommage. Écrivez nous à **info@adaq.qc.ca**

Site web de l'A.D.A.

Bien plus qu'un nouveau look.



Nouveau contenu

Soucieux de demeurer LA référence dans l'industrie de l'alimentation, nous avons bonifié l'information que nous communiquons via notre site web. Ainsi, en plus de présenter l'Association, nos membres (détaillants et fournisseurs), etc. le nouveau site comporte également l'évolution mois par mois des dossiers que nous menons.

Nouvelles fonctionnalités

Pour maximiser nos chances d'être lu, nous avons fait en sorte que les utilisateurs puissent consulter notre site web sur leur tablette numérique et téléphone intelligent. De plus, nous avons intégré les fonctions de partage sur les médias sociaux et par courriel.

Expérience plus conviviale

La façon de naviguer sur le notre nouveau site à totalement été repensé. Plus simple et convivial, il est facile de s'y retrouver. Nous avons également intégré des boîtes de recherches aux sections les plus pertinentes afin d'aider les utilisateurs à trouver rapidement ce qu'il cherche.

Le RADAR où vous voulez quand vous voulez !

Dorénavant, il est possible de consulter notre magazine RADAR sur votre tablette numérique ou sur votre téléphone intelligent. En effet, tous les RADAR de 2008 à aujourd'hui sont accessibles sur le notre site web. À vous d'en profiter !

Visitez adaq.qc.ca

Association des détaillants en alimentation du Québec

DC300-263 (2014-03)

Assurer leur formation et leur supervision, c'est payant !

En tant qu'employeur, vous avez l'obligation de former et de superviser les nouveaux travailleurs, notamment les travailleurs ayant immigré depuis peu. Pour prévenir les accidents, assurez-vous qu'ils comprennent bien les consignes de sécurité et qu'ils les appliquent.

Parce que le Québec a besoin
de tous ses travailleurs

www.csst.qc.ca

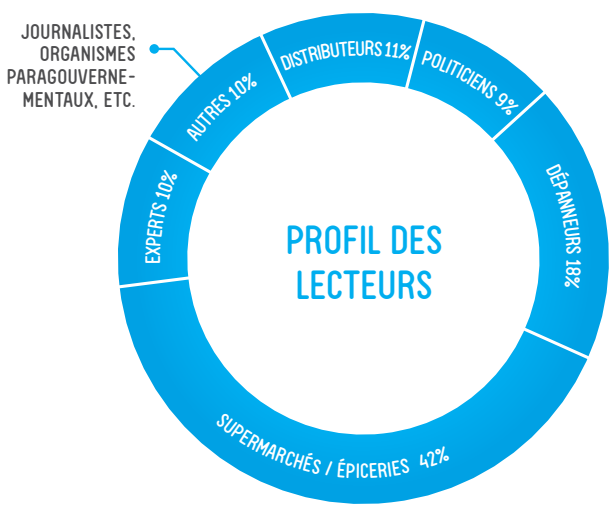
CSST

L'ENDROIT IDÉAL POUR AFFICHER VOS PRODUITS ET SERVICES !

Le RADAR est l'outil de communication privilégié avec nos membres détaillants, fournisseurs et partenaires de l'industrie. Publié 5 fois par année, c'est l'endroit idéal pour afficher vos produits et services ! Que ce soit pour une publicité, une insertion ou un publireportage, nul doute que le RADAR doit faire partie de votre stratégie de communication.

7 000
LECTEURS PAR ÉDITION RÉGULIÈRE

30 000
LECTEURS PAR ÉDITION SPÉCIALE



CONTACTEZ-NOUS POUR VOIR LES DIFFÉRENTES OPPORTUNITÉS.

514-982-0104 OU 1-800-363-3923 POSTE 244 / MFRASER@ADAQ.QC.CA

Association des détaillants en alimentation du Québec

PENSE-BÊTE

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 canettes sous consigne publique, aux formats divers, de ses deux propriétaires : Labatt et Molson.

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 MINISTÈRE RESPONSABLE DE LA CONSIGNE

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

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

ACTUALITÉ

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.

1

UNE CAMPAGNE POUR DÉCOUVRIR LES PRODUITS DE L'OUTAOUAIS !

Au printemps dernier, grâce au support du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec, de la Conférence régionale des élus de l'Outaouais, du ministère des Finances et de l'Économie du Québec et de Développement économique Canada, la Table de concertation agroalimentaire de l'Outaouais lançait une campagne visant à faire la promotion des cinq fromageries présentes en Outaouais, dans une trentaine de points de vente.

Suite au succès de cette campagne, nous avons décidé de revenir à la charge, mais cette fois-ci, en ajoutant sept entreprises produisant différents produits tels sirop d'érable, poulet, bison, chocolats, produits laitiers et pommes de terre. Nous avons donc adapté le visuel lancé lors de la campagne des fromages afin de rendre celui-ci plus inclusif.

Alors que nous maintenons notre souhait de compléter les autres initiatives telles Aliments du Québec ou encore les campagnes propres à chaque grande chaîne et non les remplacer, nous souhaitons quand même aider les consommateurs à trouver les produits de leur région sur les tablettes des différents détaillants. Nous sommes convaincus que cette campagne, intitulée « Découvrez les produits de l'Outaouais », que nous sommes présentement à mettre en place, contribuera à l'atteinte de cet objectif.

Nous remercions encore une fois tous les détaillants de l'Outaouais qui prendront part à ce projet. Suite au succès de la campagne touchant les fromagers de la région, nous souhaitions faire évoluer cette campagne pour y inclure d'autres produits de la région déjà présents chez les détaillants de l'Outaouais, mais qui trop souvent passent inaperçus dans la masse. Une telle campagne ne pourrait être réussie sans le support des détaillants participants. Merci!

2

GOÛTEZ LANAUDIÈRE

Le Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière (CDBL) est fier d'annoncer la publication de l'édition 2014 du répertoire « Goûtez Lanaudière! », une excellente promotion des produits alimentaires de la région.

Proposant aux consommateurs des photos des différents produits, des informations sur les entreprises et les coordonnées des détaillants impliqués dans cette campagne d'achat local, cette sixième édition du répertoire « Goûtez Lanaudière! » est publiée à 60 000 exemplaires et est maintenant disponible chez les 28 détaillants et chez les 40 producteurs et transformateurs participants. De plus, vous pouvez vous procurer le répertoire aux bureaux du CDBL (110, rue Beaudry Nord, à Joliette) ou consultez le www.goutezlanaudiere.ca.

DES TCAQ

3

DES PRODUITS RÉGIONAUX RECONNUS CHEZ LES ÉPICIERS !

La Table de concertation agroalimentaire des Laurentides (TCAL) encourage les efforts des producteurs innovants qui amènent chez les détaillants des produits depuis longtemps développés et maintenant commercialisés chez l'épicier.

À l'automne 2013, Eau d'Érable Pure Oviva a lancé sa tournée « OVIVA sur la Route » avec plusieurs dégustations en épicerie, à tous les week-ends. Le résultat est un franc succès tant pour les épiciers et leurs employés que pour les clients ! L'Eau d'Érable Pure Oviva n'était pas très connue et la demande pour le produit n'était, par conséquent, pas encore très abondante.

De 10 à 12 dégustations par week-end sont faites à travers le Québec, chaque semaine. Une équipe ultra dynamique et bien formée sur le produit est présente pour renseigner la clientèle des multiples façons d'utiliser l'eau d'érable ainsi que ses vertus. Certains clients, tellement heureux de trouver enfin de l'eau d'érable dans leur épicerie après des années d'attente, en ont même acheté jusqu'à 3 caisses pour être certains de ne pas en manquer jusqu'à la prochaine coulée!

L'objectif, avec l'Eau d'Érable Pure Oviva, est de rendre disponible à tous ce merveilleux breuvage. Les dégustations demeurent le meilleur moyen d'y arriver et les détaillants sont de très bons alliés. Après quelques mois en tournée dans les épiceries, l'équipe a développé une logistique qui s'adapte bien au cadre des opérations des magasins.

Un autre produit naturel se rend sur les tablettes des détaillants. Très attendues des « consommateurs-gourmets » aguerris, les pousses et les fleurs des Jardiniers du chef se retrouvent à l'épicerie. Les produits sont disponibles dans les meilleurs restaurants et sont maintenant reconnus avec les plus grands noms de la cuisine internationale : « Notre lien avec les restaurateurs s'est amorcé par le hasard d'une connaissance en cuisine qui voulait avoir un produit spécifique. Un phénomène de bouche à oreille s'est ensuite propagé dans le milieu de la gastronomie québécoise. Une niche s'est installée, des liens se sont créés. Nos relations consistent maintenant en des échanges intéressants et mutuellement enrichissants », nous raconte Nathalie Roy de l'entreprise Jardiniers du chef.

La TCAL poursuit la mise en valeur de ce produit délicat et recherché qui prend son essor grâce à la participation des détaillants qui s'adaptent à la demande.

4

SAVOUREUX MARCHANDISAGE : C'EST DANS L'AGGLOMÉRATION DE LONGUEUIL QUE CA SE PASSE

Petit projet deviendra grand! C'est en effet ce que s'est dit le CDBAL quand il a réussi à mobiliser les enseignants du département de Gestion de commerces du Cégep Édouard-Montpetit, après avoir fait une première année de collaboration avec le Cégep Saint-Jean-sur-Richelieu.

Une nouvelle fois, il nous fallait démarcher des détaillants et des entreprises de la filière bioalimentaire afin de faire non pas 10, mais bien 20 équipes (étudiants-producteurs/transformateurs-détaillants). Ce seront donc 6 enseignants et 80 étudiants répartis dans deux institutions qui utiliseront les projets de marchandisage pour mettre à profit la théorie et pour relever un vrai défi d'innover en commercialisant en épicerie les produits alimentaires d'ici, des produits qui contribuent notamment à la dynamique des aliments du Québec.

Le CDBAL a tendu la main à ses vis-à-vis d'Expansion PME et de la commission de la Vallée-du-Haut-St-Laurent (CAAVHSL) et quelques partenaires pour repérer et démarcher des entreprises de transformation intéressées à embarquer dans le projet. Merci à toutes celles qui s'investissent : Gourmaïs, Transherbe, les entreprises Pâtes et Croûtes, Huile Champy, Fromagerie Polyethnique, Serre Lefort, Grisspasta, Entreprise Lacoste, Le Dindon du Québec, Exceldor, Cochonailles Champenoises, Corfias, Pâtisserie Gaudet, Entreprises Carcajeres et vous ?

Quant aux démarches pour les détaillants, le CDBAL a fait appel à l'ADAQ et a demandé aux marchands dynamiques du territoire de cibler d'autres détaillants. Merci à tous ceux qui ont accepté à ce jour : METRO DROUIN, IGA VINCENT, AVRIL(2), IGA BARITEAU, METRO SABREVOIS, IGA COUSINEAU, IGA LAMBERT, METRO RIENDEAU, IGA PICARD, IGA RAYMOND, METRO COLLIN, IGA HÉBERT et PICARD ... et vous ?

Vous êtes une entreprise alimentaire et voulez embarquer dans le projet de marchandisage? Vous connaissez une entreprise qui pourrait être intéressée? Vous êtes un détaillant et voulez participer? Contactez le CDBAL au 514-831-8656.

LE mois DES saveurs gourmandes
AGGLOMÉRATION DE LONGUEUIL

CDBAL

365, rue St-Jean, bureau 212
Longueuil (Québec) J4H 2X7

www.moisdessaveurs.ca
www.fleursetsaveursagglo.org

Découvrez la nouvelle **recette du succès!**

REJOIGNEZ LE MOUVEMENT
et découvrez d'autres témoignages
au programmemelior.com

Laurence Da Silva Décarie
Nutritionniste
Sobeys Québec

PACINI · IGA · nutrifrance · Groupe Compass · Fleury Michon La passion du bon · Sélection du pâtissier · Loblaw · HYPO délices

Melior, est rendu possible grâce au soutien de Québec en Forme.

Québec en forme

set 2014 Canada Montréal

SIAL 2014 Marché de l'alimentation Nord-Américain Canada Montréal

Merci aux membres détaillants et fournisseurs de l'ADA pour avoir fait de cette édition un succès.

SAVOUREZ LE GOÛT DU SUCCÈS!

11e ÉDITION MONTRÉAL 2014

un événement comexposium The place to be

SIAL Célébrez 50 ans d'innovation By SIAL GROUP www.sial-group.com

MEMBRES

RÉSERVEZ VOS DATES!
POUR 2015

DU 28 AU 30 AVRIL 2015
Direct Energy Centre, Toronto

Membres fournisseurs, profitez du tarif Fidélité à 26$

Contactez Thierry Quagliata à **tquagliata@expocanadafrance.com** ou **514 289-9669**, poste 2232

Mathieu Viens

GASPÉSIE

Nos présidents régionaux

ESTRIE
Éric Bouchard
IGA Bouchard
6185, Chemin de Saint-Élie
Sherbrooke, Québec, J1R 0L1

OUTAOUAIS
Isabelle Tassé
Supermarché Tassé (Provigo)
22, Des Flandres
Gatineau, Québec J8T 4R7

SAGUENAY-LAC ST-JEAN / CÔTE-NORD
Caroline Bouchard
Marché Centre-Ville (AXEP)
31, rue Jacques-Cartier Ouest
Chicoutimi, Québec G7J 1E7

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE / NORD-DU-QUÉBEC
Julie Pelletier
IGA Famille Pelletier
1801, 3e Avenue
Val-d'Or, Québec J9P 5K1

CENTRE-DU-QUÉBEC
Martin Auger
Super Marché Clément (IGA)
2000, boulevard Louis-Fréchette
Nicolet, Québec J3T 1M9

QUÉBEC / CHAUDIÈRE-APPALACHES
Francis Veilleux
Boucherie Veilleux inc.
1000, boulevard Vachon Nord
Sainte-Marie-de-Beauce,
Québec G6E 1M2

MAURICIE
Marc DeMontigny
Supermarché R. Fournier inc (Metro)
850, boulevard Thibeau
Trois-Rivières, Québec G8T 7A6

MONTÉRÉGIE
Michel Lemieux
Marché Michel Lemieux inc. (IGA)
450, boulevard Richelieu
Richelieu, Québec J3L 3R8

GASPÉSIE
Mathieu Viens
Marché L.V. Ltée (Metro)
686, boulevard Perron
Carleton-sur-Mer,
Québec G0C 1J0

BAS-ST-LAURENT
Frédéric D'Amours
Marché Centre-Ville (Richelieu)
59, Hôtel-de-Ville
Rivière-du-Loup, Québec G5R 1L4

MONTRÉAL-EST
André Forget
Dépanneur Forget (Beau-Soir)
8445, Ontario Est
Montréal, Québec H1L 3E7

MONTRÉAL-OUEST
Enrico Lalonde
IGA Extra, Famille Lalonde
640, Jacques-Bizard
Montréal, Québec H9C 2H2

LE TRANSPORT EN COMMUN DES MATIÈRES RECYCLABLES

À titre de détaillant, vous êtes à même de constater tous ces nouveaux produits mis en marché. La diversité des produits offerts, combinée aux habitudes de consommation, pose un défi environnemental incontournable pour notre société. Les consommateurs sont à la recherche de nouveauté, tandis que les fabricants redoublent de créativité pour assurer une constante évolution de leurs produits. Ces changements incessants affectent aussi les emballages. Plus attrayant que jamais, l'emballage joue un rôle clé dans la commercialisation. Celui-ci doit répondre à des contraintes de coût, de fabrication, de transport et, désormais, doit prendre en compte des critères de recyclabilité.

Les contenants, les emballages et les imprimés (CEI) arrivés à la fin de leur vie utile doivent être pris en charge par un système efficace, flexible et performant. La collecte sélective s'avère une solution rentable et écologique pour exploiter le gisement de matières recyclables. C'est le transport en commun des matières recyclables vers un avenir durable!

+ FLEXIBLE

En premier lieu, la collecte sélective permet une adaptation facile par rapport à l'évolution des marchés. Les nouveaux types de matériaux et d'emballages s'intègrent plus aisément au sein d'un système qui reçoit déjà une variété de matières. En effet, le bac de récupération regroupe un éventail de CEI, optimisant ainsi la collecte et le transport des matières recyclables. Comme le système de collecte s'ajuste aux transformations des marchés, il prévient la création de filières de collecte spécifique et évite l'ouverture de centres de dépôt additionnels dans les espaces publics ou privés.

En second lieu, les centres de tri sont conçus pour le traitement de chacune des matières. Le système actuel permet de supporter des augmentations de volumes de matières. Le succès de la collecte sélective passe par sa capacité d'adaptation. De plus, le geste du citoyen envers la collecte sélective demeure simple. Quel que soit le contenant, l'emballage ou l'imprimé, il pourra récupérer plus et mieux.

+ D'ÉVOLUTION ET D'INNOVATION

Les taux de récupération de la collecte sélective sont en augmentation depuis plusieurs années (2000 : 20,5 % des matières recyclables récupérées; 2010 : 64,8 % des matières recyclables récupérées). Comparativement à d'autres systèmes existants qui stagnent, la collecte sélective est encore en progression. Elle offre un potentiel d'innovation considérable sur lequel miser.

D'autre part, certains membres du regroupement bacs+ sont très impliqués dans l'amélioration de la qualité du tri et dans la création de nouveaux débouchés. L'objectif est de donner de la valeur à l'ensemble des matières recyclables de la collecte sélective.

Un exemple de débouchés résultant de l'initiative de Tricentris est son usine de micronisation du verre à Lachute avec l'utilisation de poudre de verre en guise d'ajout cimentaire. Le fait de remplacer le ciment par 30 % de poudre de verre permet de réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) de la production de béton tout en améliorant sa résistance. Le remplacement d'une tonne d'ajout cimentaire par de la poudre de verre permet d'éviter l'émission d'une tonne de gaz à effet de serre[1]!

bacs+

BÉNÉFICES DE L'AUGMENTATION DE LA **COLLECTE SÉLECTIVE**

+ EFFICACE

Le bac permet de récupérer tous les contenants, consignés ou non, en plus des emballages et des imprimés.

AUGMENTONS ENCORE + LE NOMBRE DE BACS

+ SIMPLE

Il est facile d'utiliser son bac de récupération. Nul besoin de rapporter les contenants aux points de vente.

SIMPLIFIONS-NOUS ENCORE + LA VIE

+ ACCESSIBLE

Le bac est présent dans la quasi-totalité des foyers du Québec et dans une multitude de lieux publics.

ÉTENDONS ENCORE + LA COLLECTE SÉLECTIVE

+ PERFORMANT

Le bac est un système en progression constante et contribue fortement à l'atteinte des objectifs de récupération du gouvernement du Québec.

ASSURONS ENCORE + LA PROGRESSION DE LA COLLECTE SÉLECTIVE

+ ÉCOLOGIQUE

En privilégiant le bac de récupération, nous réduisons les émissions de gaz à effet de serre (GES).

CONTRIBUONS ENCORE + AU DÉVELOPPEMENT DURABLE

[1] Document de communication de la SAQ: «Valoriser le verre, des occasions d'affaires à saisir »

[2] USEPA : 4.8 metric tons CO2E /vehicle/year (http://www.epa.gov/cleanenergy/energy-resources/refs.html)

+ RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

La collecte sélective contribue également de manière significative à la réduction des GES : 1,7 millions de tonnes en équivalent de CO2 évités en 2008, ce qui représente le retrait de plus de 350 000 véhicules par année[2] sur nos routes.

Lorsqu'il est question de diminuer l'impact environnemental de nos activités, il est rassurant de trouver une solution efficace et performante. La collecte sélective est le système de récupération qui contribue le plus aux efforts de réduction des GES. Poser le bon geste, c'est appuyer le transport en commun des matières recyclables vers un avenir durable. Voilà une autre bonne raison de soutenir le renforcement de la collecte sélective.

La reconnaissance de tous ces bénéfices permet de bien mesurer la performance de la collecte sélective. Nous sommes tous des consommateurs de plus en plus conscientisés par les impacts de nos gestes. Vous portez également le chapeau de détaillant. Continuons ensemble à faire plus et mieux avec nos contenants, nos emballages et nos imprimés en les déposant dans le bac de récupération. C'est un geste simple !

Carole Grenier
Directrice, Affaires publiques
Renforcement de la collecte sélective

eeq
Éco Entreprises Québec

L'INTÉGRATION DE VOS NOUVEAUX EMPLOYÉS

Tous s'entendent pour dire que le recrutement d'un nouvel employé est un coût pour une organisation. Pour que ce coût se transforme en investissement, il faut que vous puissiez compter sur l'engagement de votre nouvelle recrue; et pour que cette dernière s'engage, elle doit sentir qu'elle a fait le bon choix et qu'elle est reconnue. Il faut donc lui offrir un accueil à la hauteur de la qualité du service que vous offrez à la clientèle de vos magasins.

VOICI CINQ ÉTAPES FACILES À RÉALISER QUI FERONT TOUTE LA DIFFÉRENCE DANS L'ACCUEIL DE VOTRE NOUVELLE RECRUE

1. **Préparez son espace de travail**

   C'est élémentaire, mais primordial! Le nouvel arrivé doit constater, avec plaisir, que ses nouveaux coéquipiers ont pris le temps de lui faire une place, ce qui lui donnera, dès son arrivée, une image très positive de votre organisation.

2. **Faites le tour du magasin pour le présenter à l'ensemble des employés**

   Le but est de l'intégrer, dès sa première journée, à l'ensemble de vos employés et non pas seulement à l'équipe de son rayon. Ainsi, dès son premier jour, il se sentira à l'aise de demander de l'aide, au besoin.

3. **Informez ses futurs collègues de son arrivée**

   La veille de son arrivée, prenez quelques minutes pour présenter le nouvel arrivant et ses futures fonctions à vos employés. Cela diminuera la méfiance naturelle que les gens éprouvent devant un nouveau visage et évitera qu'on le prenne pour un client!

4. **Planifiez sa première semaine**

   Le nouvel employé doit passer du temps avec ses collègues pour bien comprendre le rôle de chacun. Plutôt que de le laisser sur un vague « Fais le tour des gens ici... », donnez-lui un horaire précis et bien organisé en fonction des tâches de chacun.

5. **Le rencontrer chaque semaine**

   On se rend compte très vite que les journées filent et que la dernière rencontre avec le nouvel employé remonte à plusieurs semaines. Réservez du temps à votre calendrier, cinq minutes suffisent, pour le questionner à savoir s'il se sent à l'aise avec ses nouvelles fonctions et son équipe de travail. Dites-lui de ne pas hésiter à venir vous voir, au besoin.

Un employé bien intégré à son équipe de travail et à ses fonctions offrira un rendement optimal plus rapidement.

Le succès d'une équipe de travail heureuse et performante repose principalement sur le fait que chacun des employés doit avoir la profonde conviction qu'il a sa place et que son apport est important pour l'organisation.

Nadine Moranville
Chargée de projets et des communications

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

GARDEZ LE FOCUS SUR L'ESSENTIEL

Le marché boursier a été excellent depuis le creux de 2009. L'indice S&P500 a atteint un sommet en 2013, alors que les indices internationaux n'étaient pas loin derrière. Le moment semble opportun pour faire le point sur l'ensemble de vos portefeuilles gérés et pour prendre avantage de vos gains accumulés.

Un rééquilibrage permet de vous assurer que le niveau de risque de votre portefeuille est maitrisé en comparant la déviation par rapport à la cible initiale pour chaque classe d'actifs (actions, obligations, immobilier, etc.), les zones géographiques et la pondération des secteurs qui composent votre portefeuille. Le style du gestionnaire (valeur ou croissance ou les deux) peut également vous aidez à obtenir une meilleure diversification.

Habituellement, les hausses de marché entraînent un excès de confiance chez les investisseurs qui souhaitent une croissance encore plus élevée, au lieu d'agir avec prudence et de prendre une part de ses profits. Dans l'établissement des objectifs à long terme, il ne faut pas oublier la sécurité du capital qui figure bien souvent au sommet des priorités lors de l'établissement de la politique de placement de plusieurs investisseurs.

Un investisseur avisé sait qu'un changement de son comportement peut survenir selon la tendance des marchés : lors d'une baisse, on aime croire que cela n'aura pas de fin, et pendant une période à la hausse, on s'imagine que ça va continuer encore très longtemps sans égard au cycle économique. Actuellement, il est prudent de penser que les rendements du marché pour 2014 et 2015 pourraient être moins élevés que ceux de 2013. Mais personne ne sait ce que nous réserve l'avenir ni avec certitude l'impact qu'auront les nouvelles économiques et financières.

Le focus de l'investisseur devrait donc rester sur le rendement requis à long terme pour atteindre sa sécurité financière et réaliser ses objectifs décrits dans la politique de placement. Il doit s'assurer de la construction d'un portefeuille et d'une stratégie de placement bien diversifiés avec une gestion du risque actif pour affronter les corrections de marché qui se produiront de temps à autre.

INDICES	RENDEMENT TOTAL 2013 (CAD)
S&P 500	41,5%
MSCI mondial	36,1%
MSCI EAEO	31,8%
S&P/TSX	12,9%

POUR GARDER LE CAP SUR VOS OBJECTIFS, VOICI EN 5 POINTS L'ESSENTIEL À FAIRE SANS COMPROMIS

1. **Établissez des objectifs réalistes.**

   Utilisez des projections de rendement conservatrices pour limiter l'impact des mauvaises surprises. Faites rédiger un plan financier qui détaille vos objectifs et vos attentes pour augmenter vos chances de réussite.

2. Faites l'appariement des actifs en fonction des passifs à venir.

   Ce qui est absolument nécessaire (must-have) devrait avoir une approche à la gestion plus conservatrice et ce qui fait partie de la liste des souhaits (wish-list) pourrait avoir un objectif de rendement plus élevé et conséquemment un profil de risque plus élevé.

3. **Maintenez un portefeuille diversifié de qualité.**

   En plus des éléments qui sont mentionnés plus haut, le rééquilibrage est fondamental à la protection du capital. Maintenez la bonne répartition et profitez du marché actuel pour le faire.

4. **Réinvestissez vos revenus de dividendes et d'intérêts.**

   C'est une technique simple et efficace qui vous permet d'augmenter la valeur de vos placements.

5. **Épargnez sur les frais et les impôts.**

   Implanter des stratégies prudentes de fractionnement de revenu avec votre conjoint et vos enfants vous fera économiser des impôts et conséquemment le rendement des avoirs gérés. Revoyez les frais que vous payez pour les réduire si possible. Les fonds mutuels peuvent avoir des frais élevés et selon les classes d'actifs, vous pourriez les remplacer par des fonds négociés en bourse qui ont des frais beaucoup moins élevés.

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

GESTION DE PORTEFEUILLE LANDRY

LA FORMATION DES EMPLOYÉS, PROFITABLEMENT SUBTILE

J'ai eu le bonheur de rencontrer deux passionnées de la formation d'employés...vous les connaissez? Laurence et Nadine du CSMOCA, deux femmes qui participent activement au développement de la qualification de la main-d'œuvre et qui tentent de trouver des solutions pour parfaire l'équilibre entre l'offre et la demande de main-d'œuvre. Bon, me direz-vous, en quoi cela a-t-il un lien avec la sécurité ?

À première vue, je me suis dit : « ça va coûter une fortune aux marchands et puis, comment mesurer l'impact réellement ? ». Après tout, mon mandat c'est la prévention des pertes, non ? Je comprends, au fil de la rencontre, qu'il faut aller au-delà des coûts de formation pour vraiment apprécier son impact en magasin. Donner une formation à son employé, c'est lui envoyer les messages suivants :

1. Tu es assez important dans mon organisme pour que j'investisse en toi.
2. Voilà un certificat qui officialise à quel point on valorise ton poste et tes compétences.
3. Sois fier de ton travail, car je suis fier de toi.

En valorisant le travail des employés, on lance le message qu'ils ont de l'importance, qu'il ne s'agit pas seulement d'une « jobine en attendant que le goût me pogne de retourner à l'école ».

Quand les employés sont motivés et qu'ils sentent leur travail valorisé, ils ont tendance à mieux accomplir leurs tâches et à mieux suivre les règles mises en place.

Leur message en retour sera :

Tu investis en moi, donc tu crois en mes capacités. Pour cela, je respecterai « peut-être mieux » tes demandes. (Il y a quand même des cas qui sont perdus!)

Ne vous attendez pas à entendre votre poissonnier chanter « Kumbaya my love » immédiatement; le retour sur investissement est plus subtil que ça! De plus, leur programme de reconnaissance des compétences permet aux boucher, poissonnier, boulanger et pâtissier de recevoir une certification de leurs compétences. C'est génial!

C'est bien beau tout cela, mais ça coûte combien? RIEN, NADA, NOTHING, NICHTS, NIENTE. Le gouvernement subventionne ces frais... oui, je sais, moi aussi je suis tombée en bas de ma chaise!

Je pose donc mon sceau d'approbation et je vous recommande fortement d'y adhérer. Enfin, un investissement plaisant! Pour plus de détails, visitez le **www.csmoca.org**

Cynthia Breault
Groupe Conseil VCS

VCS SÉCURITÉ

INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT !

FORMULAIRE

51e TOURNOI DE GOLF ANNUEL DE L'A.D.A.

VENEZ CROISER LE FER

20 MAI 2014

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

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 9 mai 2014. Aucun remboursement après cette date. Pour plus d'information : 514.982.0104 poste 231.

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

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 _____

QUATUOR (membre-fournisseur)		x 1 370 $ =	
QUATUOR (non membre-fournisseur)		x 1 570 $ =	
JOUEUR INDIVIDUEL (membre-fournisseur)		x 395 $ =	
JOUEUR INDIVIDUEL (non membre-fournisseur)		x 450 $ =	
DÉTAILLANT MEMBRE A.D.A.		x 295 $ =	
SOUPER		x 185 $ =	
Montant total à payer (plus taxes applicables)			

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

LIBELLER À A.D.A. ET POSTER À :
300, rue Léo-Pariseau,
Place du Parc,
Bureau 1100,
Montréal (Qc) H2X 4C1

UN PLAN SIMPLE POUR UN ÉTÉ ENSOLEILLÉ

GRÂCE À 9 FORMATIONS EN LIGNE

GRATUITES

commis 101

ici nous cartons

boulangerie et pâtisserie

mets préparés

boucherie

poissonnerie

fruits et légumes

épicerie

fromages et charcuteries

1-Embauchez votre personnel pour la période estivale

2-Planifiez deux heures de formation en ligne de votre choix

vos commis y apprendront les notions, tel que :

- notions d'hygiène et de salubrité,
- service à la clientèle
- connaissance des produits et leur conservation
- utilisation des outillages et des équipements

3-Constatez les acquis de vos nouveaux commis

4-Accueillez-les dans votre équipe

Comité sectoriel de main d'oeuvre du commerce de l'alimentation
7105, rue Saint-Hubert, local 105
Montréal (Québec) H2S 2N1
Téléphone: 514 499 1598
www.csmoca.org

PARCE QUE DES COMMIS BIEN FORMÉS, C'EST LA GARANTIE D'AVOIR UN BEL ÉTÉ!

et c'est GRATUIT

CFIG FCEI

PROGRAMME DE BOURSE D'ÉTUDES NATIONALE 2014

Le lauréat recevra les récompenses suivantes:

Une bourse d'études nationale D'une valeur de 6000$

Et un voyage pour une personne tous frais payés vers Toronto pour assister à la conférence Innovations Alimentaires Canada 2014

GIC 2014
GROCERY INNOVATIONS CANADA
INNOVATIONS ALIMENTAIRES CANADA

Inscrivez-Vous En Ligne Sur CFIG.ca Avant Le 30 Mai 2014

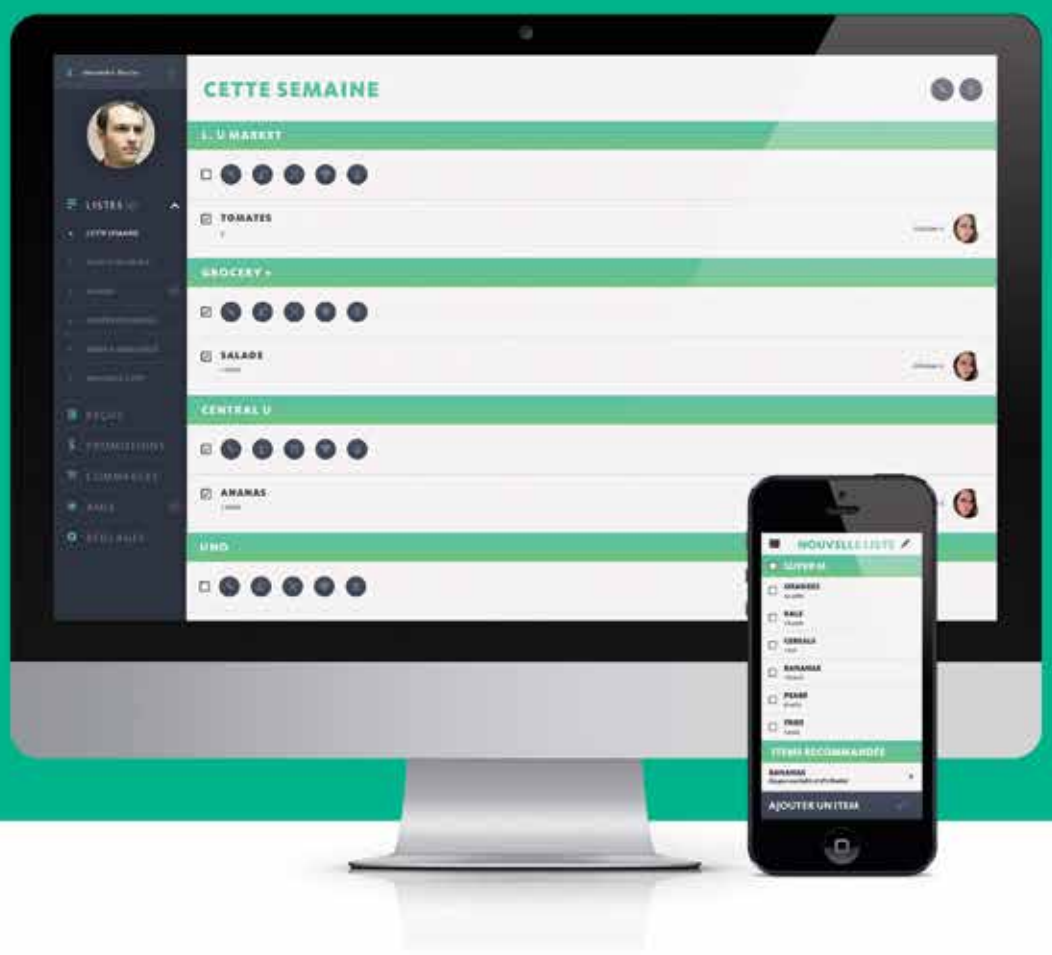
PLUS!
6 Bourses d'études Régionales de 2000$

CFIG FCEI

POUR PLUS DE DÉTAILS, VISITEZ CFIG.CA

CANADIAN FEDERATION OF INDEPENDENT GROCERS · FEDERATION CANADIENNE DES ÉPICIERS INDÉPENDANTS

AUGMENTEZ VOTRE CLIENTÈLE.
TIREZ PROFIT DES HABITUDES D'ACHAT.
DÉCUPLEZ VOTRE RETOUR SUR INVESTISSEMENT.



QUE VOUS PROPOSE LA PLATEFORME WEB & MOBILE RECCARD ?

Elle offre à vos clients une expérience d'achat facile, efficace et novatrice.

Elle vous connecte avec des consommateurs avides d'achats.

Vos promotions méritent d'être vues et partagées.

NOUS SOMMES LE PARTENAIRE D'AFFAIRES DES DÉTAILLANTS DU QUÉBEC. DÉCOUVREZ RECCARD AUJOURD'HUI.

www.reccard.com/ventes | 1-866-504-2252

Reccard MC

LA LISTE D'ACHATS FUTÉE

Natrel[MD]
NATREL.CA

UNE GRANDE FAMILLE
— DE PRODUITS LAITIERS —

ÇA MÉRITE

UNE GRANDE FAMILLE
DE DÉTAILLANTS

NOUVEL EMBALLAGE FRAÎCHEUR

AGROPUR[MC]
Coopérative laitière

Natrel, fier partenaire de l'ADA