RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Novembre-Décembre
2014

LE MINISTRE OLIVER RÉCLAME
UNE BAISSE VOLONTAIRE DES TAUX.

Y TROUVERONS-NOUS NOTRE COMPTE ?

▸ *P.6*

BAUX COMMERCIAUX :

Une préoccupation majeure !

▸ *P.7*

CONSIGNE :

Retour sur l'abandon de l'étude comparative.

▸ *P.8*

ALCOOL :

Shop in the shop : la SAQ va de l'avant.

▸ *P.8*

Point de vue

ATTENDONS AVANT DE CRIER VICTOIRE

En septembre 2013, suite à la décision du Tribunal de la concurence et après plusieurs années à travailler sur le dossier, la UNE de notre magazine portait la mention suivante : « Frais transactionnels : une lutte à finir ! » Pratiquement un an plus tard, nous voilà proches d'un possible dénouement. Par contre, même si les astres semblent plus favorables, dans un dossier aussi complexe que celui-ci et avec des géants qui investissent sans compter pour préserver leurs acquis, vous conviendrez que nous aurons probablement droit à de nouveaux rebondissements.

Suite à l'annonce du ministre des Finances, plusieurs scénarios de réduction des frais ont été avancés comme l'idée d'une réduction de 10 % des frais chargés aux détaillants. Si un tel scénario se produit, nous vous invitons à être prudent avant de crier victoire. Vous nous direz que, étant donné l'ampleur de la situation actuelle, toute diminution sera la bienvenue. Par contre, nous vous ferons remarquer que Visa et MasterCard ont déjà majoré significativement leurs frais au cours des dernières années. À cette majoration, il faut également ajouter la hausse constante du volume de transactions par crédit : 10% ne seraient rien de plus que quelques années de sursis.

Rappelons également que le ministre a clairement mentionné son désir d'intervenir afin que les consommateurs bénéficient d'une baisse des taux chargés aux détaillants. À ce sujet, espérons que la baisse sera d'au moins 25 % ne serait-ce que pour compenser les hausses subies au cours des dernières années.

En terminant, le ministre des Finances a mentionné qu'il souhaite un engagement volontaire de réduction des frais de la part de Visa et MasterCard. Sur cet aspect, nous devons avouer que nous sommes parmi les sceptiques. Voilà maintenant un peu plus de 4 ans que l'industrie du paiement canadien s'est dotée d'un code de conduite volontaire et que le secteur bancaire est sous surveillance. Avez-vous remarqué des changements à votre situation sinon une augmentation significative de votre facture ?

En espérant que vous serez nombreux à participer au congrès, mais également au concours *Les Aliments du Québec dans mon panier*.

Amicalement,

Daniel Choquette
Président

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

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

ÉDITEUR

Florent Gravel
info@adaq.qc.ca

COMITÉ DE RÉDACTION

Mathieu Fraser
mfraser@adaq.qc.ca

Pierre-Alexandre Blouin
pblouin@adaq.qc.ca

DESIGN + DIRECTION ARTISTIQUE

Sylvain Toulouse
sylvaintoulouse.com

RÉVISION LINGUISTIQUE

Gabriel Doré
gabriel.dore@gmail.com

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF

Daniel Choquette
Président

André Forget
Vice-président

Michel Dépatie
Trésorier

Ginette Reid
Secrétaire

ADMINISTRATEURS

Dominic Arsenault
Caroline Bouchard
Jonathan Champagne
Marcel Clermont
Bruno Desrochers
Yan Gladu
André Hubert
Guillaume Laroche
Jean-François Marcoux
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

CONCOURS : LES ALIMENTS DU QUÉBEC DANS MON PANIER 4

Suivi de dossiers

PAIEMENT 6

Le ministre Oliver serait sur le point d'annoncer une baisse volontaire des taux

S-202 : retour sur notre passage devant le Sénat

Capital One et Costco lancent la cadillac des cartes de crédit

TABAC 7

Tabac aromatisé et cigarette électronique dans la mire du gouvernement canadien

Contrebande : l'Agence du revenu du Canada bloque une enquête d'ACCÈS tabac.

DIVERS 7

Les hausses des baux commerciaux préoccupent les élus de Montréal

Boissons sucrées : réduction des calories de 20 %

ENVIRONNEMENT 8

Abandon de l'étude portant sur les coûts de manutention des CRU

Recyclage du verre : la patience a bien meilleur goût!

Offensive concertée des groupes pro-consigne contre le bac

Activité parlementaire bacs+

ALCOOL 8

Shop in the shop : la SAQ va de l'avant

Plaidoyer pour permettre aux détaillants en alimentation de vendre l'ensemble des vins 9

Les ventes de vins du Québec en SAQ, un succès mitigé

Subvention aux vignerons du Qc : une promesse qui se fait attendre

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE 10

Achats en ligne : Perspectives intéressantes et concurrence déloyale

Retour sur le lancement des ambassadeurs de la collecte sélective

Lac-Mégantic a maintenant un Metro

À LA MÉMOIRE DE 11

ACTUALITÉ DES TCAQ 14

INFRACTION POUR VENTE DE TABAC AUX MINEURS 16

LA RÉCUPÉRATION DES CONTENANTS CONSIGNÉS 19

Chroniques

RESSOURCES HUMAINES 20

L'intégration de vos nouveaux employés

PRÉVENTION 21

Fraude par carte de crédit

INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT !

Le volet détaillants de la 3e édition du concours Les Aliments du Québec dans mon panier aura lieu du 1er au 28 février 2015.

C'est quoi ? Il s'agit d'un concours dans lequel les détaillants en alimentation du Québec et leurs fournisseurs sont invités à réaliser un projet original de mise en marché d'un produit certifié par Aliments du Québec.

DATE LIMITE D'INSCRIPTION
31 JANVIER 2015

À GAGNER

REPORTAGE À LA TÉLÉ

Les 3 gagnants feront l'objet d'un reportage qui montrera aux consommateurs les dessous du processus de mise en marché des produits d'ici.

PROMOTION DE VOTRE PROJET

Tous les projets seront publiés sur le site Internet du concours, description et photos à l'appui. Chaque fiche descriptive de projet est partageable par courriel ainsi que sur les médias sociaux.

SOIRÉE DE RECONNAISSANCE

Les 3 matchs gagnants seront honorés par leurs pairs lors du congrès de l'A.D.A. qui aura lieu à Mont-Tremblant les 13, 14 et 15 novembre 2015.

CONDITIONS D'ADMISSIBILITÉ

1. Être le fruit d'une entente de gré à gré entre un détaillant et un fournisseur québécois.
2. Être original et unique à un point de vente (le temps du concours).
3. Le produit choisi doit être dûment référencé auprès d'Aliments du Québec.
4. Le produit choisi doit porter le logo[1] de l'une des certifications émises par Aliments du Québec directement sur l'emballage (le temps du concours).
5. Remplir le formulaire d'inscription et nous l'acheminer avant le 31 janvier 2015.
6. L'exécution en magasin doit être maintenue durant 4 semaines consécutives entre le 1er février et le 28 février 2015.
7. Les participants doivent nous acheminer leur bilan des activités avant le 14 mars 2015.

Marchandisage croisé

Rien n'empêche les participants de faire du marchandisage croisé. Par contre, le produit en vedette doit être celui avec lequel ils se sont inscrit.

[1] Des autocollants émis par Aliments du Québec peuvent être apposés manuellement sur les emballages.

CRITÈRE DE SÉLECTION

L'A.D.A. réunira un comité de sélection regroupant des experts de l'industrie alimentaire qui auront comme mandat d'évaluer les projets sur la base d'un seul critère : l'originalité et la qualité du marchandisage.

Par la suite, ils devront identifier le projet qui se distingue le plus dans chacune des trois (3) catégories.

Originalité et qualité du marchandisage

- **Petite et moyenne surface** (moins de 6 000 pi²)
- **Produit régional** (région administrative)
- **Renforcement d'une relation d'affaires établie** (5 ans et plus)

DATE IMPORTANTE

31 janvier 2015
Date limite d'inscription

1er au 28 février 2015
Exécution en magasin

28 février 2015
Les participants recevront, par courriel, le document « bilan des activités »

14 mars 2015
Date limite pour acheminer le bilan des activités

13, 14, 15 novembre 2015
Dévoilement des gagnants lors du congrès de l'A.D.A.

Attention

Tous les participants doivent garder le matériel nécessaire à la réalisation de leur projet en magasin jusqu'au 26 septembre advenant qu'ils soient déclarés gagnants.

Formulaire d'inscription disponible au : **www.concoursalimentsduquebec.com**

QUESTIONS, RÉCISIONS ?

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

Association des détaillants en alimentation du Québec

Aliments du Québec

Québec

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.

PAIEMENT

LE MINISTRE OLIVER SERAIT SUR LE POINT D'ANNONCER UNE BAISSE VOLONTAIRE DES TAUX

Au moment de mettre sous presse, nous sommes toujours en attente d'une annonce du ministre des Finances du Canada, M. Oliver. On attend cette décision depuis plusieurs semaines, mais le processus semble laborieux. Apparemment, différents groupes de pression tentent jusqu'à la dernière minute de diminuer la portée de l'engagement du gouvernement dans ce dossier.

Le ministre Oliver a déclaré publiquement qu'il souhaite obtenir l'engagement du secteur bancaire canadien et des géants du crédit pour que les détaillants profitent d'une diminution de leurs taux de transaction. La grande question que tout le monde se pose : est-ce que cette baisse sera suffisamment significative pour permettre aux commerçants d'en faire bénéficier les consommateurs? Cette question est d'autant plus pertinente sachant que le ministre s'était clairement montré favorable à une approche volontaire!

Est-ce que la baisse sera suffisamment significative pour permettre aux commerçants d'en faire bénéficier les consommateurs?

Si la diminution est trop faible, l'augmentation fulgurante du volume de transactions par carte de crédit au détriment des autres modes de paiement moins coûteux permettra à elle seule de compenser la diminution des taux. En quelques années seulement, ce serait un retour à la case départ et la crédibilité de tout le processus serait minée.

Lors des consultations sur le projet de loi S-202, nous avons mis l'emphase sur l'importance d'avoir un processus de surveillance peu importe sa forme, qu'il soit volontaire ou réglementaire. Dans le modèle vol–ontaire actuel, les détaillants doivent porter le fardeau de dénoncer les pratiques abusives alors qu'ils n'ont aucun rapport de force face aux géants du paiement. Bref, les banques et les géants du crédit doivent rendre des comptes et nous sommes toujours d'avis qu'une analyse indépendante des coûts réels du système canadien de paiement est la première chose à faire. Attendons de voir la suite.

S-202 : RETOUR SUR NOTRE PASSAGE DEVANT LE SÉNAT

Le 9 octobre dernier, l'A.D.A. était conviée par le Comité sénatorial permanent des banques et du commerce dans le cadre des consultations sur le projet de loi S-202, loi modifiant la Loi sur les réseaux de cartes de paiement (frais d'acceptation d'une carte de crédit). Notre argumentaire, favorable à S-202, visait principalement à convaincre les sénateurs de la pertinence de réaliser une analyse indépendante des coûts afin de mettre en place un système de paiement basé sur les coûts réels, ici au Canada.

Le projet de loi S-202 propose de fixer le tarif des frais d'acceptation d'une carte de crédit au détail à 0,5 % de la valeur de l'opération et à 0,3 % pour les organismes de charité et les institutions gouvernementales.

Nos représentants, Pierre-Alexandre Blouin et Isabelle Tassé, ont témoigné devant des sénateurs intéressés et visiblement sensibles à nos propos. Il faut dire qu'ils commencent à connaître nos arguments puisque ce n'est pas la première fois qu'un projet de loi du genre est étudié par ce comité. En fait, il s'agit de la 3e mouture présentée par la sénatrice Pierrette Ringuette.

Les Sénateurs Massicotte et Tkachuk ont insisté à de nombreuses reprises sur la prétendue inefficacité de la réglementation des marchés. Pourtant, l'expérience canadienne démontre que la logique de saine concurrence dans un contexte de libre marché ne s'observe pas dans le marché du paiement canadien actuel. Au contraire, nous assistons à une surenchère de frais entre les compagnies de crédit au détriment des détaillants ainsi que des alternatives à faibles coûts (p. ex. Interac). Il faut dire que la sortie préalable de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI), s'opposant à toute nouvelle réglementation, n'a fait qu'accentuer la confusion.

Quoi qu'il en soit, au-delà des taux en tant que tels, que nous souhaiterions bien évidemment les plus bas possible, nous avons plutôt misé sur la procédure, invitant les sénateurs à recommander une analyse indépendante des coûts du système canadien de paiement. Ainsi, nous pourrons savoir si notre système comporte ou non des situations abusives.

CAPITAL ONE ET COSTCO LANCENT LA CADILLAC DES CARTES DE CRÉDIT

Peu après avoir délogé American Express comme fournisseur officiel de carte de crédit chez Costco, Capital One a annoncé qu'elle offrira en exclusivité aux membres Costco le neck plus ultra des cartes à primes. Cette dernière, de marque MasterCard, n'aura aucun frais annuel et aucune limite de ristourne en argent. Sans frais annuels et avec un des programmes de récompenses les plus généreux qui soient, vous comprendrez donc que cette nouvelle carte MasterCard sera celle qui vous coûtera le plus cher en frais de transaction.

Cette annonce arrive moins d'un mois après que le ministre des Finances du Canada, Joe Oliver, ait invité les émetteurs de carte de crédit, comme Visa et MasterCard, à baisser leurs frais de transaction imposés aux détaillants. Le ministre avait alors exprimé son souhait de « voir ces changements survenir sur une base volontaire ». Force est d'admettre que le message ne s'est pas rendu.

TABAC

TABAC AROMATISÉ ET CIGARETTE ÉLECTRONIQUE DANS LA MIRE DU GOUVERNEMENT CANADIEN

La ministre de la Santé du Canada, Rona Ambrose, a annoncé de nouvelles modifications législatives visant, entre autres, à limiter davantage les ventes de produits du tabac aromatisé. Les modifications sont les suivantes :

1. Les interdictions actuelles sur l'utilisation de certains additifs en lien avec la fabrication et la vente de petits cigares viseraient également les cigares avec papier de manchette et les cigares munis d'une cape non apposée en hélice. Les interdictions s'appliqueraient aussi aux cigares pesants plus de 1,4 g, mais moins de 6 g, sans le poids des embouts.
2. Certains arômes traditionnellement destinés aux adultes seraient permis dans les cigares pesant plus de 1,4 g, mais moins de 6 g, sous réserve que ces derniers ne soient pas munis d'un filtre, d'un papier de manchette ou d'une cape non apposée en hélice. L'utilisation d'additifs qui confèrent un arôme communément attribué au porto, au vin, au rhum ou au whisky serait permise dans ces cigares.
3. Peu importe le type de cigare, le menthol ne serait pas visé par l'interdiction d'additifs, comme c'est le cas actuellement.

Du même coup, la ministre de la Santé a reconnu ne pas disposer de données probantes pour décider s'il faut réglementer ou non l'usage de la cigarette électronique. Ainsi, nous apprenions que Mme Ambrose a également demandé au Comité permanent de la santé d'étudier les risques et les avantages potentiels de la cigarette électronique et de solliciter les conseils de divers intervenants de la santé. Considérant tout le débat que suscite l'usage des cigarettes électroniques dans notre société, nul doute les résultats de cette étude intéresseront bon nombre d'intervenants.

CONTREBANDE : L'AGENCE DU REVENU DU CANADA BLOQUE UNE ENQUÊTE D'ACCÈS TABAC.

Le 16 octobre dernier, c'est avec grand désarroi que nous avons pris connaissance d'un article paru dans La Presse intitulé « Bras de fer juridique entre le fisc et le SPVM ». Dans ce texte, le journaliste nous apprenait que l'Agence du revenu du Canada (ARC) mettait toutes ses énergies afin de bloquer une enquête de la police de Montréal sur une « fraude fiscale colossale impliquant un réseau de contrebande actif ». Devant une telle nouvelle, nous avons cru pertinent d'interpeler la ministre fédérale du Revenu afin que cesse cette comédie.

Nous lui avons mentionné que nous désapprouvions les actions de l'ARC dans ce dossier et espérions que les responsables seraient rappelés à l'ordre. Devant l'ampleur du fléau que représente l'évasion fiscale, estimée à 3,5 G$ par année, seule une collaboration exemplaire entre TOUS les organismes concernés pourra augmenter nos chances de contrecarrer les nombreuses tactiques du crime organisé. En privant les forces policières et les autres organismes impliqués d'une partie ou de la totalité d'une information qui s'avère « urgente » et « essentielle » à leur enquête, l'ARC se trouvait à aider les suspects dans leurs tentatives de frauder le fisc québécois et canadien.

DOSSIERS DIVERS

LES HAUSSES DES BAUX COMMERCIAUX PRÉOCCUPENT LES ÉLUS DE MONTRÉAL

Alarmés par des détaillants subissant une véritable explosion des prix de leur bail commercial, les conseillers municipaux de Montréal ont adopté une motion demandant à la Commission sur le développement économique et urbain de se pencher sur la question.

La Commission devra notamment proposer des solutions pour limiter les hausses de loyers pour les locaux commerciaux. À l'heure actuelle, ces hausses injustifiées sont une des principales causes des nombreuses fermetures de petits commerces indépendants. On pourrait penser que les propriétaires ont horreur d'un local vide, mais non. Il semblerait qu'un local commercial cher, mais vide, vaut plus qu'un local moins cher, mais loué.

> *« On pense que la valeur spéculative fait en sorte qu'à la vente, un local commercial cher, mais vide, vaut davantage qu'un local moins cher, mais avec un locataire. »*
>
> *Richard Ryan, conseiller municipal du Mile-End*

Bien que le phénomène semble plutôt limité aux quartiers centraux de Montréal, tôt ou tard, la situation décriée touchera également les propriétaires de commerces situés à l'extérieur de Montréal. Pour y remédier, plusieurs solutions sont envisagées dont l'imposition d'une taxe à la vacance, l'élaboration d'un bail standard ou encore la création d'un Bureau du logement commercial. Il s'agit donc d'une préoccupation additionnelle pour les détaillants.

Nous aimerions beaucoup avoir votre opinion sur le sujet. ▸ info@adaq.qc.ca

BOISSONS SUCRÉES : RÉDUCTION DES CALORIES DE 20 %

En septembre dernier, Coca-Cola, PepsiCo et Dr Pepper ont annoncé une initiative visant à réduire le nombre de calories contenues dans leurs boissons de 20 %, d'ici les 10 prochaines années. Pour y arriver, ils comptent prioriser la commercialisation de leur marque de bouteilles d'eau minérale, les boissons sucrées artificiellement ainsi que les bouteilles ou cannettes de plus petites tailles.

APRÈS NEW YORK, SAN FRANCISCO

Après la ville de New York, c'est au tour de San Francisco de se lancer dans une guerre contre les boissons gazeuses, et ce, malgré l'échec subit par l'administration du maire Bloomberg.

En novembre, les citoyens de San Francisco devront trancher sur une proposition de la ville visant à taxer les boissons sucrées.

ENVIRONNEMENT

ABANDON DE L'ÉTUDE PORTANT SUR LES COÛTS DE MANUTENTION DES CRU

Dans le cadre des négociations des ententes sur la consigne publique, une firme a été mandatée par Recyc-Québec pour faire l'analyse des coûts réels chez les détaillants alimentaires. Alors que la firme déposait son rapport préliminaire au début septembre, Recyc-Québec a décidé d'annuler son contrat suite à l'opposition manifestée par les brasseurs et embouteilleurs pour des questions méthodologiques. Près de deux mois plus tard, rien ne semble avoir bougé!

Peu importe la façon de la récupérer, chez les détaillants ou dans d'hypothétiques centres de dépôt, de nos jours, la consigne coûte éminemment plus cher que le 0,02 $ de manutention dévolu aux détaillants depuis 1984. Il nous apparaît donc incontournable que Recyc-Québec relance dès que possible le processus d'analyse des frais de gestion de la consigne. Il nous semble tout aussi crucial d'analyser les importants flux monétaires nécessaires pour tenir à flot les centres de dépôt des autres juridictions qui font fantasmer de plus en plus de groupes qui y voient une alternative miracle pour récupérer nos contenants au Québec.

ACTIVITÉ PARLEMENTAIRE BACS+

Le 28 octobre, les membres de bacs+, dont l'A.D.A., s'étaient donné rendez-vous à la bibliothèque du parlement à Québec pour présenter aux élus la réalité de la collecte sélective et les initiatives des membres et des partenaires de bacs+. Acteurs de premier plan dans l'industrie de la collecte sélective Soleno Recyclage, NI Environnement et Gaudreau y ont présenté leurs dernières initiatives qui démontrent le potentiel du système de collecte sélective pour récupérer plus mieux et partout au Québec.

RECYCLAGE DU VERRE : LA PATIENCE A BIEN MEILLEUR GOÛT!

Suite à la fermeture de la seule usine du secteur de Montréal qui recyclait le verre, certains se sont inquiétés du fait que seulement 35 % du verre était recyclé et valorisé dans les sites d'enfouissement. Certains y sont même allés de commentaires laissant croire qu'il valait mieux cesser de mettre le verre au recyclage. La situation est certainement préoccupante, mais il est important que les citoyens et les entreprises continuent de mettre le verre dans le bac de recyclage!

Au Québec, nous avons fait d'importants progrès dans la gestion des matières résiduelles. Il reste encore beaucoup à faire, mais il demeure que le volume des matières vouées à l'élimination a reculé de 13 % depuis 1998. Cela est notamment dû aux consommateurs et entreprises qui ont, au fil du temps, appris à poser les bons gestes pour disposer de leurs matières recyclables. Il serait contreproductif que, par manque temporaire de débouchés, les citoyens cessent de mettre le verre au recyclage.

Développer des débouchés pour une matière, tout comme changer le comportement des consommateurs, ça prend du temps et de l'argent, mais il y a de la lumière au bout du tunnel! Plusieurs initiatives sont actuellement en processus de développement et d'autres sont à l'étude. Mentionnons seulement l'exemple de l'usine Tricentris qui transforme le verre en poudre, utilisée dans la fabrication du béton, et qui s'en sert pour produire de la laine d'acier.

Collectivement, nous avons des objectifs ambitieux à atteindre dans le cadre de la politique de gestion des matières résiduelles. Les ICI comme les consommateurs devront innover pour emprunter le virage important qui s'impose. Comme le mentionnait Denis Dufresne dans un éditorial du Journal La Tribune, « Tout cela, sera difficile à atteindre si, à la base, les citoyens ne font pas un bon tri et si les centres de tri ne sont pas équipés pour retirer en début de processus le verre cassé et les autres matières inappropriées. »

OFFENSIVE CONCERTÉE DES GROUPES PRO-CONSIGNE CONTRE LE BAC

Différents groupes pro-consigne ont décidé de s'attaquer de front à la gestion du verre dans la collecte sélective, ridiculisant au passage les efforts déployés de nos entreprises vertes à développer des débouchés et des retombées économiques ici, au Québec. C'est notamment le cas de Gaudreau avec ses dalles écologiques à base de verre et de Tricentris qui permet d'utiliser moins de ciment dans le béton en le remplaçant par de la poudre de verre micronisée.

Malheureusement, proposer un autre mode de collecte de contenants ne donnera pas des débouchés pour ce verre. OI, l'entreprise qui a relancé cette polémique par l'entremise de ses consultants, n'utilise pas de bouteilles vertes (vin) dans ses procédés. Va-t-on demander au consommateur qui met sa bouteille de vin à 94% dans son bac de se rendre à l'autre bout de la ville avec ses bouteilles de vin, plutôt que de les déposer dans son bac? Comment peut-on réalistement penser que cela ne va pas faire décliner les taux de retour actuels?

Actuellement, le réseau de plus de 8 000 points de vente peine à récupérer environ ± 70 % des 2 milliards de contenants à remplissage unique de bière et de boissons gazeuses mis en marché. De ce fait, les consommateurs perdent plus de 30 millions de dollars, y mettre plus d'argent serait particulièrement improductif pour notre société qui, économiquement, en a bien besoin!

Le bon geste environnemental que posent les consommateurs québécois en mettant ses bouteilles de vin ne doit pas être remis en doute, puisqu'il donne des taux de retour supérieurs à la consigne ontarienne qui stagne autour de 80%. Au même moment, nos centres de tri déploient de nouveaux processus, ici au Québec, pour développer des débouché, mais on préfère que le consommateur finance un 2e système en parallèle! Le Québec peut bien avoir des problèmes financiers.

Vouloir court-circuiter une étude sur la performance des systèmes de collecte sélective et de consignation tels que l'ont recommandé unanimement les membres de la Commission des Transports et de l'Environnement dans son rapport de 2008, on ne s'y prendrait pas autrement!

ALCOOL

SHOP IN THE SHOP : LA SAQ VA DE L'AVANT

La SAQ a annoncé publiquement les détails de son premier projet-pilote « shop in the shop » qui vise à implanter des succursales SAQ Express dans des supermarchés. Ce dernier aura lieu dans un Metro alors qu'un second projet, toujours dans un Metro, mais corporatif celui-là, devrait être annoncé sous peu. Tout semble donc progresser bien que nous sommes toujours sans réponses au sujet des préoccupations que nous avons soulevées. Évidemment, nous avons eu des échanges avec les responsables de la SAQ, mais nous n'avons, à ce jour, obtenu aucune garantie sur les craintes que nous avions énoncées dans notre magazine de juin :

1. Est-ce que l'implantation sera limitée aux commerces disposants d'un permis de vente d'alcool catégorie épicerie?
2. Qu'en est-il des tensions salariales occasionnées par la cohabitation d'employés aux tâches et rémunérations difficilement conciliables?
3. Nous craignons une déstabilisation du modèle d'affaires de vente de vin en épicerie : diminution de la profitabilité, déplacement des volumes de vente, concurrence déloyale, etc.

En réponse à toutes ces préoccupations, la SAQ affirme que nous regardons trop loin en avant... que c'est un projet pilote. Nous reconnaissons depuis le début que ce projet comporte de très bons ingrédients. L'augmentation de l'offre combinée à une affluence régulière est synonyme de succès commercial. Ce que nous craignons, c'est que les avantages, s'ils se matérialisent, bénéficient à une bien faible minorité de détaillants alors qu'une majorité des 8 000 détenteurs de permis d'alcool se retrouve avec les inconvénients, gracieuseté, faut-il le rappeler, de leur société d'État.

Pour le moment, tant Sobeys que Loblaws se sont publiquement dit en mode observation. De son côté, Costco s'est montré intéressé à implanter le modèle et Couche-Tard étudierait des solutions pour adapter le concept de la SAQ.

PLAIDOYER POUR PERMETTRE AUX DÉTAILLANTS EN ALIMENTATION DE VENDRE L'ENSEMBLE DES VINS

Dans son mémoire présenté devant la Commission d'examen sur la fiscalité québécoise et celle sur la révision des programmes, la Fédération des chambres de commerce du Québec (FCCQ) a plaidé pour que l'État permettre aux détaillants en alimentation de vendre l'ensemble des vins et spiritueux.

La FCCQ affirme que cela permettrait au gouvernement et à la SAQ d'accroître ses revenus sans pour autant augmenter le prix aux consommateurs. La Fédération estime que la SAQ réaliserait des économies considérables sur le plan des immobilisations, de la main-d'œuvre ainsi que sur la distribution.

> *« L'ouverture de la distribution au détail amènerait la SAQ à rationaliser son réseau de succursales, d'où des économies appréciables [...] En même temps, le nombre de points de vente augmenterait, au bénéfice des consommateurs. »*
>
> *Extrait du mémoire de la FCCQ*

Ainsi, la FCCQ propose que la SAQ conserve son rôle d'acheteur quasi monopolistique afin de maintenir son pouvoir d'achat. Elle argumente également à l'effet que la SAQ effectue toujours la distribution en gros afin de s'assurer de maintenir sa majoration sur l'ensemble des volumes de vins et spiritueux distribués au détail. Sur le fond, il s'agit d'une proposition logique, à la fois d'un point de vue logistique, mais surtout financier. Espérons qu'elle sera retenue par les commissaires dans le rapport final.

LES VENTES DE VINS DU QUÉBEC EN SAQ, UN SUCCÈS MITIGÉ

Les récentes données de la SAQ démontrent que, entre février et juin dernier (période marquant l'introduction de la nouvelle section « Origine Québec »), les ventes de vins du Québec ont augmenté de 60 %, ce qui représente une hausse de 100 000 bouteilles. Bien que nous nous réjouissions de cette augmentation des ventes, c'est toujours des chiffres insignifiants dans le contexte global de la consommation de vin au Québec.

L'inaccessibilité aux tablettes demeure une préoccupation majeure pour bon nombre de producteurs qui ne sont pas ou si peu sur les rayons de la SAQ ou qui souhaiteraient simplement que d'autres tablettes soient accessibles à leurs produits comme pour les microbrasseurs ou cidriculteurs. À ce sujet, nous rappelons au gouvernement que les détaillants en alimentation sont prêts à en faire plus et n'attendent qu'un GO pour aider les producteurs d'alcools d'ici dans leur développement , que ce soit par l'entremise du projet de loi 395 que nous attendons impatiemment ou tout autre façon.

DONNÉES SUR LES VINS DU QUÉBEC

400	Nb. de succursales SAQ
180	Nb. de succursales avec section « Origine Québec ».
72 %	Pourcentage de Québécois qui souhaiteraient que leur épicier ou dépanneur du coin puisse vendre des vins du Québec.
73	Nb. de vignobles au Québec

SUBVENTION AUX VIGNERONS DU QC : UNE PROMESSE QUI SE FAIT ATTENDRE

L'aide financière à la commercialisation et de mise en valeur des vins québécois promise aux vignerons par le gouvernement Marois tarde à se matérialiser. Il semble que le gouvernement libéral a du mal à payer aujourd'hui ce que le gouvernent péquiste avait promis hier.

Pour les vignerons du Qc, l'enjeu est de taille. En effet, l'annonce du gouvernement Marois venait doubler l'aide prévue, la faisant passer approximativement de 2 à 4 $. Ainsi, pour chaque bouteille vendue en succursale à la SAQ, le vigneron toucherait 18 % du prix de vente tablette. Cette aide devait être rétroactive à septembre 2013 et se poursuivre jusqu'à la fin mars 2014. Cependant, le problème c'est que les vignerons attendent toujours les profits des ventes de leurs bouteilles en SAQ.

Cette situation a été dénoncée par le président de l'Association des Vignerons du Québec (AVQ) qui a déclaré à plusieurs médias se sentir trahi et amer par rapport au retard que prend le Québec en matière de viticulture.

> *« Les producteurs ont fourni la qualité des vins en SAQ, la société d'État a fourni la vitrine, mais on ne sait plus si le gouvernement va de l'avant avec le programme ou s'il se retire. Pour les producteurs viticoles, ça représente un enjeu majeur alors que certains se battent actuellement pour la survie de leur entreprise »*
>
> *Charles-Henri de Courssergues, président AVQ*

Au dire du ministre des Finances, le chèque serait dans la poste. Par contre, il n'a pas précisé les montants qui seront versés aux vignerons ainsi que la méthode de calcul des montants qui auraient été octroyé. Ainsi, à partir du 31 mars 2014, les vignerons ne savent pas s'ils toucheront ou non une aide.

Bien que le montant en question demeure nébuleux, des échos nous parviennent à l'effet que l'État doit aux vignerons plus de 1,5 M$. À défaut de paiement, les producteurs viticoles entendent exercer des moyens de pression auprès du gouvernement. D'ailleurs, ils songent sérieusement à retirer leurs produits des tablettes de la SAQ, si aucun remboursement ne leur est fait d'ici les prochaines semaines. Un autre groupe de vignerons préconise plutôt une percée dans les épiceries et dépanneurs pour les vins québécois.

Nouvelles de l'industrie

ACHATS EN LIGNE : PERSPECTIVES INTÉRESSANTES ET CONCURRENCE

L'achat de produits de consommation sur Internet est voué à un avenir prometteur. Selon les statistiques véhiculées lors d'un webinaire du Food Institute, les ventes d'épicerie en ligne devraient atteindre 80 à 123 G$ d'ici 2023. Actuellement, elles se chiffrent à 27 G$.

S'il est vrai qu'il y a une occasion à saisir, reste encore à savoir qui va réussir à tirer son épingle du jeu et de quelle façon. Selon le PDG du Conseil Québécois du Commerce de Détail (CQCD), Léopold Turgeon, le temps presse pour les détaillants québécois. Les consommateurs sont sur le web, mais, contrairement aux grands joueurs internationaux, les détaillants du Qc n'y sont pas ou très peu.

PROPORTION DES ACHATS RÉALISÉS EN LIGNE PAR LES QUÉBÉCOIS			
Amazon	**37 %**	Kijiji	**26 %**
eBay	**35 %**	Les Pacs	**10 %**

UNE CONCURRENCE DÉLOYALE

C'est un fait, les achats en ligne sont en croissance constante, et ce, même pour le secteur de l'alimentation. Le commerce électronique mondial connait une hausse de 19 % par année depuis 2011 et génère désormais des ventes estimées à 963 G$ en 2013. Selon un récent sondage Ipsos, 82 % des internautes canadiens ont effectué un achat en ligne en 2013 et le total des dépenses est de 954 $ en moyenne.

Devant une telle embellie, certaines multinationales ont flairé la bonne affaire et développé des stratagèmes afin d'éviter de payer de l'impôt. Ainsi, dans un article de La Presse, une professeure en fiscalité de l'Université de Sherbrooke rapportait que « malgré des revenus nets de 11,7 milliards en 2011, eBay rapportait un taux d'imposition effectif mondial de 3 % et a expliqué que cette diminution était principalement attribuable à l'augmentation du bénéfice dans des territoires à faible taux d'imposition.» Devant cette situation, la professeure se posait la question légitime suivante : « Comment une société peut-elle générer d'importants profits, notamment au Canada, et payer moins de 3 % d'impôt effectif, alors que les entreprises canadiennes payent un taux nominal d'impôt d'environ 26 % ? »

Bref, il est grand temps de revoir les règles fiscales, élaborées dans les années 1920, qui permettent de telles échappatoires. Selon l'enseignante, une des solutions envisageables serait d'imposer la responsabilité de la perception des impôts et taxes aux intermédiaires de paiement. Bien que ça risque d'être plutôt complexe à appliquer, il s'agit d'une solution qui mérite d'être étudiée.

RETOUR SUR LE LANCEMENT DES AMBASSADEURS DE LA COLLECTE SÉLECTIVE

Le 16 octobre dernier, Éco Entreprises Québec et ses partenaires, la Table pour la récupération hors foyer, bacs+ et le Regroupement des maisons de jeunes du Québec (RMJQ), ont procédé au dévoilement des premiers projets approuvés dans le cadre du programme « Les Ambassadeurs de la collecte sélective ». L'événement a eu lieu en présence du ministre de l'Environnement, M. David Heurtel, qui a tenu à souligner à quel point il est fier de constater que la protection de l'environnement stimule les jeunes à ce point.

Le programme des Ambassadeurs de la collecte sélective permet aux jeunes de s'impliquer concrètement dans leur communauté et de participer au développement du meilleur réseau de récupération hors foyer en Amérique du Nord. Il consiste en une aide financière versée aux maisons de jeunes qui développeront une démarche pour inciter la municipalité à installer des équipements de récupération ou encore une activité de sensibilisation auprès de la population locale, deux avenues visant à optimiser la récupération des matières recyclables au Québec, par le biais de la collecte sélective.

LAC-MÉGANTIC A MAINTENANT UN METRO

Le 15 octobre dernier, il y avait une foule impressionnante pour marquer l'ouverture du Metro Plus Centre-ville de Lac-Mégantic. Situé au 6000 rue Papineau, le supermarché est le premier commerce à voir le jour dans le nouveau centre-ville unifié, dans le quartier Fatima. Grâce à un investissement de plus de 12 millions de dollars, les Méganticois seront servis par quelque 125 employés, dont la majorité était à l'emploi de l'ancien magasin de la rue Frontenac. Le magasin est opéré par M. Philippe Valiquette, associé principal du Metro Plus Centre-ville.

« Il était impératif pour nous de continuer à servir la communauté de Lac-Mégantic, et ce, le plus rapidement possible. C'est pourquoi nous avons travaillé très fort de concert avec la Ville pour bâtir le nouveau pôle commercial dans le quartier Fatima » a déclaré Christian Bourbonnière, vice-président, principal, division Québec, Metro inc.

À la mémoire de

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

LOUIS CREVIER
1949 - 2014

Lundi 1er septembre 2014, M. Louis Crevier est décédé entouré des siens à Laval à l'âge de 64 ans. Il a suivi les traces de son grand-père Alphonse, de son père Edmond avec ses frères Hugues et Pierre. L'histoire des Crevier chez IGA, comme marchand, a débuté dès la fondation de la bannière en 1956. Outre son épouse, Mme Chantal Crevier (Morin), il laisse dans le deuil ses filles Manon et Fanny.

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

LE 13 ET 14 AVRIL, 2015 – VANCOUVER CONVENTION CENTRE

GSW 2015

@CFIGFCEI

/CFIGFCEI

www.cfig.ca/gsw

GROCERY SHOWCASE WEST

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

Vous appréciez notre travail ?

Devenez membre détaillant ou fournisseur.

www.adaq.qc.ca

Suivez-nous

Commentez

CONTACTEZ NOUS ?
Mathieu Fraser
514-982-0104 poste 244
ou mfraser@adaq.qc.ca

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

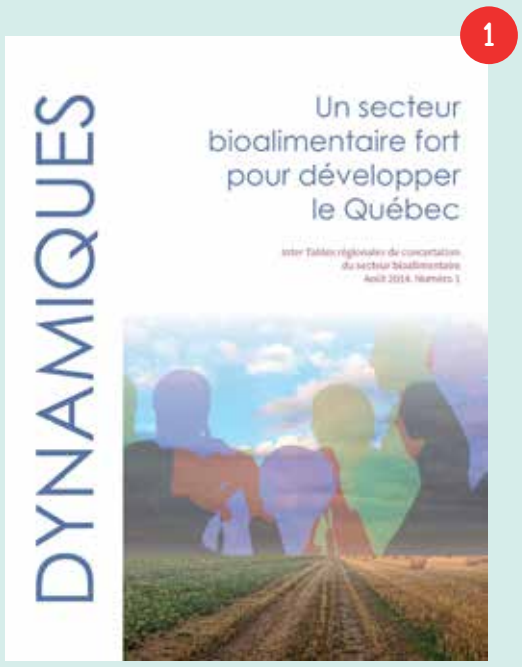
Association des détaillants en alimentation du Québec

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 PREMIÈRE POUR LES DYNAMIQUES BIOALIMENTAIRES DU QUÉBEC

C'est en août 2014 que le réseau des Tables de concertation agroalimentaire du Québec (TCAQ) a instauré la publication *DYNAMIQUES : un secteur bioalimentaire fort pour construire le Québec.*

L'expérience des Tables démontre qu'il existe différentes façons d'effectuer la concertation des acteurs du bioalimentaire. En effet, chaque région du Québec possède ses spécificités d'organisation et de prise en charge de son développement. Voilà pourquoi les Tables de concertation agroalimentaire du Québec ont décidé de faire converger et fructifier leurs champs d'expertise, dans le but de servir les multiples fonctions du secteur bioalimentaire.

DYNAMIQUES vise d'abord à regrouper et à analyser les réalisations jugées comme porteuses d'innovation, de manière à faciliter leur diffusion. DYNAMIQUES souhaite également mettre en lumière l'importance des régions concernant le système alimentaire québécois et affirme ainsi la volonté des Tables de contribuer significativement à la réussite de la Politique de souveraineté alimentaire du gouvernement du Québec.

La publication regroupe 99 fiches de projet construites selon une double référence. Une première en liens avec les objectifs généraux de la Politique de souveraineté alimentaire; une seconde regroupant des thèmes rassembleurs qui en découlent. Chacune de ces fiches présente non seulement les éléments moteurs et singuliers des dynamiques mises de l'avant, mais se veut renforcée par une analyse de leur retentissement ou des engagements qui les animent. Afin que ce travail de mise en commun et d'échange s'inscrive dans la durée ainsi que dans la recherche de valeur ajoutée et de synergie entre les régions, le réseau des TCAQ s'engage à produire DYNAMIQUES à tous les ans.

Pour consulter le document en ligne, rendez-vous sur le site www.cibim.org, dans la section QUI SOMMES-NOUS. Pour plus d'information, communiquez avec Julie Godbout : **communications@cibim.org**.

DES TCAQ

2

DES VIDÉOS POUR PROMOUVOIR LES CRÉATEURS DE SAVEURS CANTONS-DE-L'EST

Afin de continuer le déploiement de la marque Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est, le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) a récemment publié des capsules vidéo sur le Web. Ces capsules mettent en vedette des producteurs et des transformateurs dans leur environnement. Chacun y va de ses pensées sur la marque régionale.

Avec l'essor de Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est, qui compte maintenant 85 membres, et la présence dans les épiceries de la région qui continue de croître, le temps était venu d'expliquer plus en détail aux consommateurs ce que signifie l'acte d'achat des produits de la région. La formule de capsules vidéo est toute simple. Il s'agit essentiellement d'un producteur qui explique un aspect de la marque et des images variées sur une foule de producteurs, de produits en fabrication et de produits finis. La durée ne dépasse pas deux minutes, ce qui permet de garder le consommateur intéressé d'un bout à l'autre de la capsule via la découverte de produits et de paysages typiques de la région.

Les aspects traités vont de la qualité des produits à l'économie locale en passant par l'agrotourisme et, bien sûr, le déploiement en épiceries avec les Épiciers complices et les Espaces boutiques.

Découvrez les capsules vidéo sur les Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est dans la zone vidéo du site **www.createursdesaveurs.com**.

3

VENDRE DES ALIMENTS DE PRÉPARATION RÉGIONALE

Dans le cadre d'un projet pilote en commercialisation locale dans les MRC d'Argenteuil et des Laurentides, la Table agroalimentaire régionale (TCAL) amorce l'élaboration d'un guide de mise en marché. Alors que les marchés publics tirent à leur fin, les artisans de nos terroirs retournent à l'intérieur et se préparent à la longue traversée de l'hiver québécois.

Si les marchés publics offrent aux artisans la possibilité de se rapprocher de leurs clients et de combler plus aisément leurs désirs, les rigueurs de l'hiver les en séparent brutalement. Aussi, rejoindre sa clientèle autrement, par l'entremise de points de vente, constitue une priorité pour l'entrepreneur autonome qui œuvre dans l'agroalimentaire. En tandem avec lui, les propriétaires des commerces de détail cherchent eux aussi à combler les désirs de leur clientèle, celle-ci souvent à la recherche de ces petites spécialités auxquelles elle s'était habituée.

Si l'achalandage local le permet, l'entrepreneur pourra peut-être vendre à partir de chez lui, mais il devra tôt ou tard songer à élargir son bassin de clients et peut-être aussi son offre. Par exemple, si un petit producteur vend des œufs l'été, alors que ses poules pondent en abondance, il songera peut-être à vendre des quiches l'hiver, alors que les poules pondent beaucoup moins. Et l'épicier sera peut-être intéressé à vendre ces mêmes quiches. Le pourront-ils?

Dans cette démarche, des détaillants, des agrotransformateurs et des producteurs seront rencontrés afin de développer la meilleure stratégie de commercialisation pour le succès de toutes les entreprises participantes. Nous vous reviendrons avec les défis et les résultats de cet effort de commercialisation régionale de 24 entreprises visées par la démarche.

DOSSIER

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;
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 (aux 6 mois) 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
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

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 Milot
Provigo Michel Milot
429, rue Saint-Jacques
Saint-Jean-Sur-Richelieu,
Québec J3B 2M1

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

Si on savait à l'avance... on ferait tout pour empêcher que ça arrive

228 travailleurs se blessent chaque jour

DC1300-305 (2014-09)

Parce que le Québec a besoin de tous ses travailleurs

www.csst.qc.ca

CSST

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**

L'INTÉGRATION DE VOS NOUVEAUX EMPLOYÉS

Il y a un coût relatif au recrutement de nouveaux employés. Il faut donc s'assurer d'offrir un accueil à la hauteur de la qualité du service que vous offrez à votre clientèle dans vos magasins. Votre nouvelle recrue doit sentir qu'elle a une place de choix dans votre organisation et qu'elle a pris la bonne décisionen acceptant un poste au sein de votre organisation. Voici cinq étapes faciles à réaliser, mais qui feront toute la différence.

Un employé bien intégré à son équipe de travail et à ses fonctions lui permettra de vous offrir un rendement optimal, le plus rapidement possible.

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

PRÉPARER SON ESPACE DE TRAVAIL

C'est élémentaire, mais primordial, de constater que ses nouveaux équipiers ont pris le temps de lui faire une place. Ceci lui donnera, dès son arrivée, une image très positive de votre organisation.

FAITES LE TOUR DU MAGASIN POUR LE PRÉSENTER À L'ENSEMBLE DES EMPLOYÉS

Pour l'intégrer dès sa première journée à l'ensemble de vos employés, non pas seulement à l'équipe de son rayon, pour qu'il se sente à l'aise de demander de l'aide au besoin.

INFORMER 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 naturelle méfiance que nous avons devant un visage inconnu et cela évitera qu'on le prenne pour un client!

PLANIFIER 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.

LE RENCONTRER CHAQUE SEMAINE

On se rend compte très vite que les journées filent et l'on réalise que la dernière rencontre avec ce 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 avec son équipe de travail, et proposez-lui de ne pas hésiter à venir vous voir au besoin.

TQUES

FRAUDE PAR CARTES DE CRÉDIT

Présentement, un nouveau stratagème est utilisé pour commettre de la fraude par carte de crédit, dans la région de Québec. Voici le modus operandi qui est utilisé.

Les fraudeurs se présentent dans le commerce pour faire des achats. Lorsque la carte de crédit est passée dans le lecteur, celle-ci est refusée ou bloquée. Le système indique au caissier de communiquer avec l'institution financière afin d'avoir un numéro d'autorisation pour procéder à la transaction. L'employé, s'apprêtant à faire l'appel, est alors interrompu par le « client » et ce dernier informe le caissier qu'il a atteint la limite sur sa carte, mais que la banque lui a remis un code de quatre (4) chiffres qui débloquera la transaction. Le caissier entre ainsi le code donné par le client et la transaction est acceptée.

Sachez qu'en aucun temps un client peut avoir en sa possession un numéro d'autorisation, et ce, peu importe ce qu'il peut vous dire.

Ce qu'il faut savoir est que ces transactions « forcées » sont invalides et les commerçants ne peuvent pas les contester puisque, selon Visa et MasterCard, les procédures, en ce qui a trait à l'acceptation des cartes de crédit, n'ont pas été suivies par les employés aux caisses. Sur le reçu s'imprimant du système caisse, les lettres « FP » apparaissant à la fin du numéro d'autorisation indiquent que la transaction a été forcée.

No aut. Q561FP

AFIN DE PRÉVENIR UNE TELLE SITUATION, LORSQU'UNE TRANSACTION PAR CARTE DE CRÉDIT EST REFUSÉE, SACHEZ QUE

- Vous devez demander au client de vous remettre une autre carte ou demander un autre mode de paiement pour finaliser la transaction.
- Une carte à puce ne peut pas être passée dans le lecteur magnétique comme une carte sans puce.

Cynthia Breault
Groupe Conseil VCS

Découvrez la nouvelle **recette du succès!**

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

M. Faucher
Président
Boulangerie St-Méthode

PACINI · IGA · nutrifrance · GROUPE COMPASS · Fleury Michon La passion du bon · ST-MÉTHODE 1947 · Loblaw · HYPO délices · SÉLECTION DU PÂTISSIER

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

Québec EN FORME

C'EST FACILE!

FORMATIONS ET COMPÉTENCES · MAIN D'OEUVRE · OUTILS

TOUTE LA GESTION
DE VOS EMPLOYÉS
PASSE PAR ICI

WWW.CSMOCA.ORG

LES BONNES PRATIQUES
GÉREZ VOS EMPLOYÉS
GESTION INTERGÉNÉRATIONNELLE

RECRUTER
EMBAUCHER
RÉMUNÉRER
GÉRER
TERMINER

OFFRE D'EMPLOI TYPE
FORMULAIRE DE DEMANDE D'EMPLOI
EXEMPLE DE GRILLE D'ENTREVUE
FORMULAIRE DE PRISE DE RÉFÉRENCES
ENQUÊTE DE FIABILITÉ

DC1300-304RO (2014-09)

Si on savait à l'avance... on ferait tout pour empêcher que ça arrive.

Ensemble, il faut agir pour rendre tous nos milieux de travail sécuritaires !

Parce que le Québec a besoin
de tous ses travailleurs

www.csst.qc.ca

CSST

arneg
CANADA

FABRICANT DE COMPTOIRS RÉFRIGÉRÉS POUR LES SUPERMARCHÉS, BOUCHERIES, FROMAGERIES, POISSONNERIES, RESTAURANTS, FRUITERIES, PÂTISSERIES, DÉPANNEURS

TEMPÉRATURE DE SUCCION
+20°F

MODÈLE PL05-5
BTU/PI: 1425

COMPTOIR PRODUITS LAITIERS

TEMPÉRATURE DE SUCCION
+34°F

MODÈLE MONTRÉAL
BTU/PI: 330

COMPTOIR PRODUITS LAITIERS AVEC PORTES

DISPONIBLE ÉGALEMENT AVEC CHARGEMENT ARRIÈRE

arneg
CANADA
18, rue Richelieu, Lacolle (Québec) J0J 1J0 CANADA
Tél. : 450 246-3837 • 1 800 363-3439 • Téléc. : 450 246-4428
www.arnegcanada.com

BEENVIRONMENT
BEENERGY
arneg WORLD