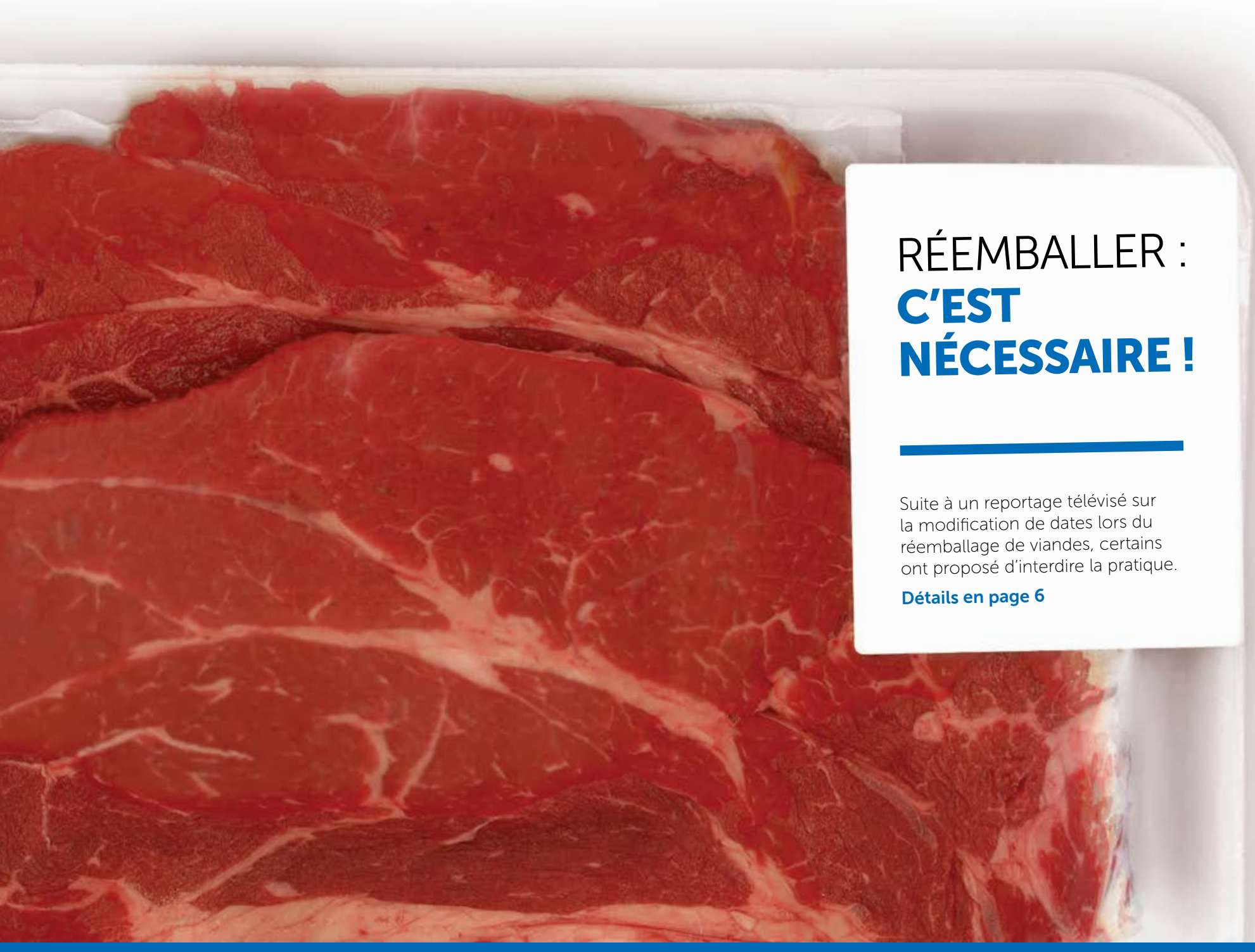
RADAR

ASSOCIATION
DES DÉTAILLANTS
EN ALIMENTATION
DU QUÉBEC

Janvier-Février-Mars
2015



RÉEMBALLER : C'EST NÉCESSAIRE !

Suite à un reportage télévisé sur la modification de dates lors du réemballage de viandes, certains ont proposé d'interdire la pratique.

Détails en page 6

OPÉRATION VERRE-VERT

Du sable dans l'engrenage!

P.7

FRAIS TRANSACTIONNELS

Plus de questions que de réponses.

P.8

ALCOOL QUÉBÉCOIS

Annonce imminente?

P.23

POINT DE VUE

DES SOLUTIONS QUI N'EN SONT PAS !

La diffusion d'un reportage sur le réemballage de viandes dont la date d'origine a été modifiée a fait beaucoup jaser dans les médias. Bien que le phénomène dénoncé soit tout à fait inacceptable, la solution proposée par le ministre du MAPAQ, soit d'interdire le réemballage, serait impraticable pour les détaillants soucieux d'offrir un service personnalisé à leurs clients (voir les détails en page 6).

Le réemballage doit se faire dans les règles de l'art et en respectant à la lettre les règles en vigueur. Les contrevenants doivent être punis; ils ne nuisent pas seulement à leur réputation, mais à celle de toute notre industrie. Le réemballage est plus que nécessaire dans le secteur du détail alimentaire, il fait partie de notre quotidien. L'interdire arbitrairement serait comme tenter de tuer une mouche avec un bazooka!

Dans un autre ordre d'idées, vous avez sûrement entendu parler du nouvel engagement de Visa et MasterCard concernant les frais pour l'acceptation des paiements par carte de crédit. Ils ont promis de maintenir un taux moyen de 1,5 % pour les 5 prochaines années ce qui, selon le ministre des Finances du Canada, justifie une baisse de coûts pour les consommateurs. RIDICULE ! Les détaillants en alimentation ne verront aucune différence sur leurs factures (voir les détails en page 8). Si le ministre souhaitait réellement voir une baisse de coûts, il aurait dû exiger une baisse significative des taux comme c'est actuellement le cas en Australie et en Europe.

Dans ce dossier, deux choses m'exaspèrent ! D'abord : pourquoi au Canada les géants du crédit (Visa et MasterCard) ne peuvent offrir mieux qu'un taux moyen de 1,5 % ? Il y a longtemps que le taux est fixe en Australie (0,5%) et, récemment, le taux a été fixé à 0,3 % pour toute l'Union européenne. Pourtant, sauf erreur, le niveau d'utilisation du crédit est plus élevé chez les consommateurs canadiens que chez les consommateurs européens.

Ensuite, pourquoi nous payions BEAUCOUP plus cher pour une transaction par carte de crédit que par carte de débit? D'un point de vue technique, la transaction est pratiquement la même et les garanties qu'on nous offre sont pratiquement identiques. La différence se situe au niveau des généreux programmes de récompenses que les géants du crédit utilisent comme stratégie de fidélisation. Pourquoi le ministre des Finances du Canada accepte-t-il que ce soit les détaillants, dont les marges de profits sont quasi inexistantes, qui financent les programmes de fidélisation desquels on ne tire aucun avantage? Bref, l'annonce de Visa et MasterCard ne constitue pas une solution au problème que nous dénonçons depuis plusieurs années.

En terminant, je vous souhaite à tous et à toutes une excellente année 2015, de la santé et que les ventes soient aux rendez-vous !

Daniel Choquette
Président

PAS DE CHANGEMENT, PAS D'AGRÉMENT !

Une autre année chargée vient de se terminer. Changement de gouvernement, augmentation des taxes sur le tabac, le vin et la bière. Par-dessus tout, malheureusement, le gouvernement n'a pas encore compris l'importance d'ajuster le prix minimum de la bière en fonction de cette taxe additionnelle. Au fédéral, les choses ne sont pas vraiment mieux. Timidement, le gouvernement tente d'influencer une diminution des frais de cartes de crédit en demandant une diminution volontaire des taux des émetteurs de cartes de crédit.

En 2015, allons-nous réussir à convaincre le gouvernement provincial que les contenants à remplissage unique d'aluminium et de plastique doivent être transférés vers la collecte sélective? Cela permettrait entre autres une économie de ± 30 M$, pris inutilement dans les poches des contribuables qui, dans cette période économique difficile, pourraient les dépenser de façon beaucoup plus utile.

Un autre dossier qui nous a fait mal paraître est celui du réemballage des viandes, alors qu'un boucher, plutôt que de rapporter le magasin délinquant au MAPAQ, a préféré donner un « show » en approchant une journaliste. Celle-ci a bien tenté d'influencer le consommateur en jouant habilement avec les mots. Heureusement, le consommateur, qui connaît bien son épicier, n'a pas embarqué dans ce stratagème. À l'approche des Fêtes, période très achalandée dans nos commerces, nous n'avions vraiment pas besoin de cela.

Pour ce qui est de notre congrès, félicitations à Louise et son équipe qui vous ont offert une autre fin de semaine extraordinaire. Plus de 420 congressistes y ont participé. (voir les détails en page 12)

Au fil des ans, nous avons intronisé plusieurs bâtisseurs de notre industrie. Cependant, un de ces grands, Gérald Lord, ne l'avait pas été encore. Profitant d'une soirée allégée vendredi, je me suis permis de corriger cette erreur de parcours, afin que Gérald rejoigne ces collègues pionniers de l'alimentation. La famille, toute émue, a vraiment apprécié ce geste.

Je profite de l'occasion pour souhaiter une belle retraite à Roch Pilon ! Celui-ci a vu en l'A.D.A. une opportunité de rallier tous les marchands Provigo qui, d'ailleurs, occupaient plus de la moitié de la salle au congrès cette année. Cela rend très fier notre président, Daniel Choquette, qui reçoit un appui inconditionnel de sa bannière.

En terminant, au nom de notre très dévoué personnel, ainsi qu'en mon nom, je vous souhaite une année 2015 où votre panier d'épicerie sera rempli de plein de bons produits!

Continuez de lire les informations pertinentes dans notre magazine RADAR et ne vous gênez surtout pas pour nous suivre sur notre site Internet.

Au plaisir,

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.

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

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

adaq.qc.ca

Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Canada
Bibliothèque nationale du Québec

ISSN : 1708-4776

RADAR

ÉDITEUR
Florent Gravel
info@adaq.qc.ca

COMITÉ DE RÉDACTION
Mathieu Fraser
mfraser@adaq.qc.ca
Pierre-Alexandre Blouin
pblouin@adaq.qc.ca

DESIGN + DIRECTION ARTISTIQUE
Sylvain Toulouse
sylvaintoulouse.com

RÉVISION LINGUISTIQUE
Gabriel Doré
gabriel.dore@gmail.com

CONSEIL D'ADMINISTRATION

COMITÉ EXÉCUTIF
Daniel Choquette
Président
André Forget
Vice-président
Michel Dépatie
Trésorier
Ginette Reid
Secrétaire

ADMINISTRATEURS
Dominic Arsenault
Jonathan Champagne
Marcel Clermont
Marc DeMontigny
Bruno Desrochers
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
Élisa Gonzalez
Analyste, Affaires publiques
Louise Gravel
Directrice, Événements et base de données
Manon Dextras
Directrice, Finances et administration

SOMMAIRE

SECTION MEMBRES-FOURNISSEURS 5

SUIVI DE DOSSIERS

AGROALIMENTAIRE

Modification des dates d'emballage : le jeu n'en vaut pas la chandelle ! 6

Il faut dénoncer les tricheurs 6

Boissons sucrées : Montréal et Amqui refusent d'imposer une taxe 7

ENVIRONNEMENT

Sacs de plastique : Montréal envisage de les bannir 7

Opération Verre-Vert : du sable dans l'engrenage 7

FRAIS TRANSACTIONNELS

Propositions de Visa et MasterCard : bonne ou mauvaise nouvelle ? 8

TABAC

Contrebande : projet de loi C-10 est adopté 8

Tabac : Les jeunes en consomment moins 8

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE 9

À LA MÉMOIRE DE 9

CONGRÈS ANNUEL 2014 12

FORMULAIRE D'ADHÉSION 18

PENSE-BÊTE : CONTENANTS CONSIGNÉS 19

REVUE DE L'ANNÉE 2014

Alcool 22

Paiement 24

Agroalimentaire 26

Environnement 29

Tabac 30

Dossiers Divers 31

PRÉSIDENTS RÉGIONAUX 32

CHRONIQUES

Le PAMT, une formule où tout le monde y gagne ! 34

Le temps, ce sacré voleur! 35

ACTUALITÉ DES TCAQ 38

INSCRIPTION 52e TOURNOI DE GOLF DE L'A.D.A. 39

Vous appréciez notre travail ?

Devenez membre détaillant ou fournisseur.

www.adaq.qc.ca

Suivez-nous

Commentez

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

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

Association des détaillants en alimentation du Québec

SMF

SECTION MEMBRES-FOURNISSEURS

LA SMF S'ACTIVE

Chers collègues,

Lors du dernier congrès de l'A.D.A., eut lieu la troisième édition du Temple de la renommée de l'A.D.A. section membres-fournisseurs. Pour l'occasion, nous avons dévoilé le tapis rouge à Cascades ainsi qu'aux frères Lemaire (Alain, Bernard et Laurent). Laissez-moi vous dire qu'ils ont grandement apprécié la soirée! C'est toujours des moments chargés en émotion lorsqu'on s'arrête un instant pour souligner l'apport exceptionnel des bâtisseurs de notre industrie. Je vous invite à visiter le **www.adaq.qc.ca/temple-renommee** pour regarder l'excellente vidéo que nous avons réalisée pour l'occasion. Merci à tous ceux et celles qui étaient présents. L'an prochain, nous espérons que vous serez encore plus nombreux les 13, 14 et 15 novembre 2015, au Fairmont du Mont-Tremblant. Surveillez les prochaines éditions du RADAR pour connaître le nom des intronisés 2015.

Puisqu'à la SMF on ne fait pas qu'introniser des gens à notre Temple de la renommée, laissez-moi vous parler un peu des dossiers que nous menons. D'abord, il y a l'enjeu du transport. Après plusieurs années à laisser l'état des routes se dégrader, les chantiers pour remettre le réseau à niveau se multiplient. Ce n'est qu'un début puisque les travaux majeurs sur l'échangeur Turcot et le pont Champlain n'ont pas encore débuté. Pour les transporteurs, la situation est préoccupante et les répercussions biens réelles. Dans un contexte où les bouchons de circulation ne sont plus des exceptions, mais plutôt la norme, il est devenu quasi impossible de continuer à respecter les diverses contraintes associées aux heures de livraisons imposées par les municipalités. C'est pourquoi nous avons formé un sous-comité « transport » afin d'entamer un dialogue avec les municipalités et tenter de trouver un terrain d'entente. À ce jour, le sous-comité est composé de Marc Carpentier (Agropur / Division Natrel), Jessica Bélair (Coca-Cola Canada), Éric Cardin (Les Brasseries Sleeman) et moi-même. Si jamais ce dossier vous préoccupe et vous souhaitez vous impliquer dans le comité, écrivez-nous sans plus tarder à l'adresse suivante : **info@adaq.qc.ca**

Ensuite, un autre dossier sur lequel nous travaillons depuis un bon moment est celui des produits périmés. Puisque les pertes se chiffrent en millions de dollars, il est normal qu'il s'agisse d'un sujet qui en préoccupe plus d'un. Toutefois, nous sommes à l'aube d'un règlement dans le cas des produits de viandes. Plus de détails vous seront communiqués sous peu. Dans ce dossier, les membres de la SMF et du conseil d'administration de l'A.D.A. ont fait un excellent travail. Je tiens à les remercier pour leur collaboration. Ensemble, ils ont démontré la pertinence de l'A.D.A., c'est-à-dire de regrouper les détaillants de différentes bannières et les fournisseurs de différents horizons afin de trouver une solution à un problème commun. Espérons que ce règlement servira de modèle pour les autres catégories de produits.

Finalement, je vous souhaite une belle et heureuse année 2015. J'espère qu'elle vous apportera tout ce que vous souhaitez... y compris de belles ventes !

Marc Sauvageau
Président SMF

COMITÉ DE DIRECTION

(de gauche à droite) :

1ère rangée (haut) : Jessica Bélair (Coca-Cola Canada), Marc Carpentier (Agropur / Division Natrel), Martin Provost (La Fernandière), Philippe Gadoua (Les Aliments Mejicano), Éric Cardin (Les Brasseries Sleeman), Élise Grondin (Smucker Foods of Canada),

2e rangée (bas) : Jean-François Courchesne (Chagall Design), Marc Sauvageau (Acosta Ventes et Marketing), Gérald Cayouette (Les Aliments de consommation Maple Leaf), Christian Bérubé (Meilleures Marques ltée)

Est absent de cette photo :
Jonathan Champagne
(IGA Champagne, Verdun)

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.

AGROALIMENTAIRE

MODIFICATION DES DATES D'EMBALLAGE : LE JEU N'EN VAUT PAS LA CHANDELLE ! ▼

À l'approche des Fêtes, un reportage de Radio-Canada rapporte que des bouchers de supermarchés auraient réemballé des viandes en modifiant leur date d'origine d'emballage. Réagissant au reportage, le ministre du MAPAQ, Pierre Paradis, a annoncé qu'il envisageait interdire la pratique du réemballage dans les épiceries.

Interpelée par les médias, l'A.D.A. a multiplié les entrevues pour rappeler que ce n'est pas le réemballage qui pose problème. Il s'agit plutôt de la modification de la date d'origine lors de l'impression de la nouvelle étiquette ou pire de la vente de produits insalubres tel que ce semblait être le cas du poulet dans le reportage. Nous sommes d'ailleurs surpris que l'équipe de Radio-Canada n'ait pas cru bon dénoncer le super–marché fautif au MAPAQ.

Réemballer un produit en changeant la date d'origine est interdit, mais n'a pas d'impact direct sur l'innocuité de l'item comme c'est le cas lors de la vente d'un produit insalubre. Il est donc important de faire une différence entre les deux infractions prétendues. Le système d'inspection québécois applique une gradation dans les infractions mais, comme c'est souvent le cas sur la place publique, on a malheureusement amalgamé toutes les infractions ensemble accentuant la confusion des consommateurs.

On réemballe pour plusieurs raisons : lorsqu'un emballage est légèrement détérioré ou sale, pour faire des changements de prix, pour changer les tampons absorbants de viandes desquelles trop de liquide s'est écoulé ou pour répondre aux demandes d'un client qui souhaite obtenir la moitié d'un rôti disponible dans le comptoir. De plus, lors du réemballage, les bouchers ont une occasion additionnelle de vérifier l'état d'un produit.

Le réemballage est un outil indispensable pour les détaillants propriétaires afin d'offrir un bon service à la clientèle. D'ailleurs, nombreux sont les Québécois privilégiant un point de vente pour bénéficier du service personnalisé de LEUR boucher. Aucun client ne souhaite acheter une pièce de viande dont l'emballage est gorgé de sang à cause de l'inclinaison de nos tablettes. Comment faire pour réduire le prix des T-Bones en promotion en circulaire le jeudi matin, alors que l'on ne peut apposer une seconde étiquette sur le paquet et que l'on est contraint par la loi sur l'exactitude des prix? Devrons-nous jeter ou donner tous ces produits?

Interdire le remballage serait une erreur aux conséquences très néfastes sur la vente de viande au Québec.

Est-ce que les consommateurs québécois souhaitent uniquement acheter de la viande préemballée en usine? Nous convenons qu'il est difficile d'intercepter un réemballage frauduleux à moins de prendre un fautif sur le fait, mais c'est aussi le cas pour un ensemble d'autres manquements possibles. On ne change pas une réglementation uniquement pour simplifier le travail des inspecteurs. Il faut soupeser les impacts sous-jacents à une telle mesure. Les inspecteurs du MAPAQ ont commencé à inspecter en dehors des heures ouvrables pour identifier les délinquants et c'était la chose à faire. Une convention collective ne devrait pas s'interposer s'il est question de protéger les consommateurs.

IL FAUT DÉNONCER LES TRICHEURS ▼

En plus des multiples entrevues, nous avons également acheminé une note à tous nos membres, leur rappelant leurs obligations afin qu'ils s'assurent que ces pratiques n'ont pas cours dans leurs commerces, puisque le tort pourrait être irréparable pour leur entreprise ainsi qu'à toute l'industrie du détail alimentaire.

Nul opérateur ne peut jouer avec les règles de conservation, de manipulation et de vente des aliments. La loi est en place et les contrevenants doivent être punis par l'autorité compétente. Le système québécois d'inspection, basé sur le risque et l'historique des exploitants, est efficace et fait en sorte que les contrevenants, au-delà des amendes ponctuelles, seront suivis de façon plus étroite par le personnel d'inspection des aliments. D'ailleurs, les employés spécialisés (bouchers, poissonniers, etc.) des commerces alimentaires québécois sont formés en salubrité et en manipulation des aliments. Ils connaissent la loi et ils ont également une responsabilité envers la clientèle.

Si des employés ou des consom–mateurs sont témoins d'une situation illégale, ils doivent la rapporter sans hésiter au propriétaire du commerce. Si pour quelque raison que ce soit ils craignent des représailles, ils peuvent nous contacter en toute confiden–tialité. Nous prenons cette situation très au sérieux.

Pour communiquer avec nous de manière confidentielle :
pblouin@adaq.qc.ca
ou 514-982-0104 p.227

L'A.D.A. : PLUS PERTINENTE QUE JAMAIS ▼

L'Industrie a besoin d'une instance regroupant tous les marchands afin de prendre position dans ce genre de dossier sensible. L'A.D.A. est toute désignée pour jouer ce rôle. Dans ce dossier, nous avons fait ce que nous faisons de mieux : être là où notre présence est requise pour éviter une perte de confiance des clients envers leur épicier. Nous avons su démontrer à quel point l'industrie prend la situation au sérieux et pose des actions pour y remédier.

ENVIRONNEMENT

BOISSONS SUCRÉES : MONTRÉAL ET AMQUI REFUSENT D'IMPOSER UNE TAXE ▼

Peu avant le temps des Fêtes, les membres du conseil de ville de Montréal et d'Amqui ont voté contre une résolution demandant au gouvernement du Québec d'imposer une taxe supplémentaire sur les boissons sucrées. L'A.D.A. salue la sagesse dont ont fait preuve les élus qui ont su peser le pour et le contre d'une telle résolution.

Les élus municipaux ont préféré demander au gouvernement du Québec d'envisager de légiférer pour obtenir un engagement des fournisseurs de boissons gazeuses de réduire le taux de calories, comme aux États-Unis, plutôt que de taxer davantage les consommateurs.

Les boissons sucrées sont déjà taxées comparativement à d'autres produits meilleurs pour la santé tels que les jus frais ou l'eau. Imposer une taxe additionnelle ne ferait que déplacer le problème puisque rares sont les clients qui vont changer leur comportement d'achat, à moins d'y imposer une taxe significative. Dans ce cas, ceux-ci auront simplement moins d'argent pour acheter des aliments sains.

SACS DE PLASTIQUE : MONTRÉAL ENVISAGE DE LES BANNIR ▼

L'automne dernier, le maire de Montréal, Denis Coderre, a avisé la population qu'il songe à bannir les sacs de plastique de son territoire. Nouveau ballon politique ou réelle intention? Seul l'avenir nous le dira. Une chose est certaine : une consultation publique aura lieu en 2015 sous l'égide de la Commission sur l'environnement et le développement durable, présidée par l'élue Elsie Lefebvre.

Le bannissement des sacs de plastique est un sujet qui revient périodiquement dans l'actualité. Il s'agit d'une solution simpliste à laquelle divers intervenants, souvent par manque d'infor–mation, prêtent de fausses vertus.

Un avis de Recyc-Québec portant sur le sujet le mentionne : « Il semble que la problématique associée aux sacs de plastique soit davantage attribuable à ce qu'ils symbolisent dans notre société de consommation ». Au Québec, les sacs de plastique représentent moins de 2 % de l'ensemble des matières résiduelles générées annuellement. Dans son avis, Recyc-Québec explique que les sacs de plastique ont un impact environnemental moindre que plusieurs autres types de sacs s'ils sont réutilisés, ne serait-ce qu'une seule fois par les consommateurs. Au Canada, 50 % des sacs de plastique sont réutilisés principalement comme sacs à déchets. Cela fait dire aux auteurs de l'avis que « l'important est de favoriser le réemploi des sacs de plastique et d'en consom–mer uniquement en quantité suffisante pour répondre aux besoins quotidiens. »

OPÉRATION VERRE-VERT : DU SABLE DANS L'ENGRENAGE ▼

L'automne dernier, des groupes pro-consigne ont lancé « l'Opération Verre-Vert » visant à inciter les consommateurs à retourner leurs bouteilles de vin à la SAQ jusqu'à ce qu'une consigne sur ces produits soit instaurée. Espérons que nos élus ne se laisseront pas berner par ce concert de violons, puisqu'imposer une consigne sur les bouteilles de vin est une solution qui ne tient pas la route !

C'est connu, la SAQ est opposée à l'ajout d'une consigne sur les bouteilles de vin. Contrairement à la croyance populaire, ce n'est pas pour une question d'argent, mais plutôt que cela ne réglerait en rien le manque de débouchés pour le verre coloré. D'un point de vue environnemental, c'est absurde de demander aux clients de prendre leur auto pour rap–porter leurs bouteilles vides et de demander qu'un camion passe chaque semaine récupérer les bouteilles en magasin, alors que la collecte sélective s'effectue chaque semaine directement chez les consommateurs.

« Au Québec, en ce moment, il n'y a aucune usine qui prend les bouteilles vertes. »

Renaud Dugas
porte-parole de la SAQ

Le manque de débouchés temporaire pour le verre vert est en voie d'être résolu. C'est un processus long et ardu qui nécessite des investissements considérables. Plusieurs initiatives sont actuellement en développement et d'autres sont à l'étude. Mentionnons seulement l'exemple de la Chaire SAQ de l'Université de Sherbrooke et de l'usine Tricentris qui s'affairent à développer un procédé permettant de transformer le verre en poudre afin de l'utiliser dans la fabrication du béton.

Bref, l'A.D.A. partage la position de la SAQ à l'effet que, collectivement, nous devons soutenir la recherche pour trouver des débouchés aux verres. Le fonction–nement du système de consigne publique comporte déjà plusieurs lacunes : sous-perfor–mance malgré 8000 points de retour, pertes annuelles de 30M$ pour les conso–mmateurs, insalubrité en magasin, service des récupérateurs en dents de scie, espaces d'entreposage manquants, frustration des clients, etc. Augmenter la quantité de contenants consignés est loin de faire partie des solutions. Au contraire, cela ne ferait qu'ajouter du sable dans l'engrenage!

FRAIS TRANSACTIONNELS

PROPOSITIONS DE VISA ET MASTERCARD : BONNE OU MAUVAISE NOUVELLE ? ▼

En novembre dernier, Visa et MasterCard ont annoncé un engagement « volontaire » soi-disant pour réduire les frais exorbitants que paient les détaillants lors des paiements par carte de crédit (voir tableau ci-dessous). Le ministre des Finances du Canada a accueilli favorablement cette proposition tout en prenant soin de mentionner qu'il s'agit d'une baisse de 10 % et, par conséquent, qu'il s'attend à une réduction des prix pour les consommateurs.

Bien que nous nous réjouissions du retour de ce dossier à l'agenda du ministre, nous avons plus de questions que de réponses suite à l'annonce des géants du crédit. En effet, nous voyons mal comment une baisse de 10 % peut réalistement se traduire en réduction des prix considérant qu'ils ont augmenté de 25 % en moins de deux ans. La baisse est tellement peu significative (taux moyen de 1,5 %) que, dans les faits, rares sont les détaillants en alimentation qui verront une diminution de leurs frais. Bien que le ministre ait déclaré que Visa et MasterCard « feront en sorte que tous les commerçants bénéficient d'une réduction des frais de carte de crédit », nous sommes persuadés que, au contraire, le maintien d'un taux aussi élevé associé à l'augmentation fulgurante de l'utilisation du crédit se traduira par une hausse des coûts pour l'acceptation des paiements par carte de crédit.

Un autre aspect que nous déplorons est le fait qu'il s'agisse d'un « taux moyen » et non d'un « taux fixe ». Concrètement, cela veut dire que nous sommes loin de la fin des cartes à primes assorties de frais exorbitants pour les détaillants. Comme certaines cartes auront un taux inférieur et d'autres un taux supérieur à 1,5 %, comment un détaillant peut-il anticiper ses coûts pour l'acceptation des paiements par carte de crédit ? Ultimement, accepter les paiements par crédit revient à signer un chèque en blanc aux géants du crédit.

Pour les détaillants en alimentation, le problème demeure entier. On s'explique mal pourquoi les géants du crédit ne peuvent proposer mieux qu'un taux moyen de 1,5 % au Canada, alors qu'en Europe le taux a récemment été fixé à 0,3 % ! De plus, pourquoi une transaction par carte de crédit coûte plus cher aux détaillants qu'une transaction par débit ? Toutes deux offrent les mêmes garanties de paiement fiable, rapide et sécuritaire. La seule différence c'est que l'une offre seulement une solution de paiement, alors que l'autre offre aussi de généreux programmes de récompenses. C'est inacceptable que les détaillants financent les programmes de fidélisation des géants du crédit !

Nous ne connaissons toujours pas quel est le coût réel pour opérer une transaction par carte de crédit.

RÉSUMÉ DE L'ENGAGEMENT DE VISA ET MASTERCARD ▼
Réduire les frais de carte de crédit à un taux effectif moyen de 1,50 % pendant une période de cinq ans débutant en avril 2015.
Faire en sorte que tous les commerçants bénéficient d'une réduction des frais de carte de crédit.
Accorder une plus grande réduction aux petites et moyennes entreprises et aux organismes de bienfaisance, qui détiennent le plus faible pouvoir de négociation.
Fournir une vérification annuelle par un tiers pour assurer le respect de ces mesures.
Résilier ou modifier en tout temps l'engagement.

TABAC

CONTREBANDE : PROJET DE LOI C-10 EST ADOPTÉ ▼

Le projet de loi C-10, proposant de nouvelles dispositions pour lutter contre la prolifération du tabac de contrebande, a finalement été adopté par le Parlement fédéral. Ainsi, les policiers auront plus de moyens à leur disposition pour faire la lutte à la contrebande de tabac.

Dorénavant, la possession de tabac de contrebande, dans le but d'en faire la vente, constitue une infraction au Code criminel. La loi propose également des sanctions plus sévères pour les contrebandiers récidivistes, dont des peines minimales obligatoires. Amender le Code criminel est un pas dans la bonne direction. Les agents sur le terrain avaient grandement besoin de nouveaux outils pour les aider à lutter efficacement contre la prolifération du tabac de contrebande. Espérons que l'entrée en vigueur de ces nouvelles dispositions s'effectue le plus rapidement possible.

Le gouvernement s'engage également à mettre sur pied un groupe de travail anti-contrebande composé de 50 agents de la GRC. Considérant l'ampleur du phénomène et les répercussions à la fois sociales et économiques, l'ajout de ressources est toujours le bienvenu. Par contre, une plus grande coopération entre tous les acteurs impliqués de près ou de loin dans la lutte à la contrebande est primordiale. Encore récemment, nous avons vivement dénoncé le blocage d'une enquête du groupe ACCÈS-tabac par l'Agence du revenu du Canada concernant une fraude fiscale colossale impliquant un réseau de contrebande actif : (voir détails en page 30). Espérons que cela ne se produira plus!

TABAC : LES JEUNES EN CONSOMMENT MOINS ▼

La plus récente étude de l'Institut de la statistique du Québec datant de 2013[1], révèle que la consommation de tabac a grandement diminué chez les étudiants du secondaire. En effet, la proportion de jeunes ayant consommé un produit du tabac est passée de 33 % à 12 %, entre 1998 et 2013. Lorsqu'on tient compte uniquement de la cigarette, l'usage est passé de 30 % à seulement 6 %.

Devons-nous rappeler que, dans cette période, les détaillants n'ont jamais eu le droit de vendre du tabac aux mineurs? Il y a fort probablement quelque chose qui a changé dans la perception de la population, notamment des parents, puisqu'il fallait bien que ces jeunes s'approvisionnent quelque part ou de quelqu'un.

1 *Étude réalisée entre novembre et décembre 2013 auprès de 5 000 jeunes du secondaire étudiant dans 153 écoles publiques et privées du Québec.*

NOUVELLES DE L'INDUSTRIE

UNE APPLICATION POUR VENDRE LES INVENDUS

À Paris, les commerçants du 5e arrondissement bénéficient d'un nouvel outil pour les aider à vendre leurs invendus et ainsi réduire leur perte. Grâce à l'application OptiMiam, ils peuvent dorénavant aviser les utilisateurs des promotions sur les produits frais, mais périssable sur le point de se retrouver à la poubelle.

L'avantage de cette application c'est qu'elle permet d'informer en temps réel les consommateurs, y compris ceux qui n'avaient pas prévu passer en magasin, des réductions proposées sur les invendus du jour. Ainsi, les clients peuvent voir l'offre de produits, les quantités restantes ainsi que la distance qui les sépare du commerce en question.

Pour accéder à cet outil, les commerçants doivent adhérer à un abonnement mensuel dont la somme varie entre 20 et 100 euros. De leur côté, les clients n'ont qu'à télécharger gratuitement l'application sur leur téléphone intelligent.

UNE ÉPICERIE EN BRAILLE AU CANADA

Quest Food Exchange, une épicerie dans l'Est de Vancouver, est selon toute vraisemblance la première épicerie au Canada à offrir des services pour les gens aveugles. Depuis octobre dernier, les clients malvoyants bénéficient d'inscrip–tions en brailles apposés sur toutes les étiquettes des produits et de scanners sonores leur permettant d'identifier les différents items.

L'ORDRE DES FOURNISSEURS DE LA BONNE TABLE DONNE À LA COMMUNAUTÉ

Suite à la cessation de ses activités, l'Ordre des fournisseurs de la bonne table (OFBT) a remis un montant de 960 $ à la Tablée des chefs. L'OFBT, qui regroupait plusieurs fournisseurs du secteur alimentaire, a cessé ses activés après 40 ans de service.

Après avoir évalué divers scénarios, les administrateurs ont choisi la Tablée des chefs, un organisme qui nourrit les générations futures en développant leur autonomie alimentaire. Le chèque a été remis à François Desroches (Directeur, formation culinaire de la Tablée) par Daniel Chailler (Grand Maître) et Pierre Brault (Grand Argentier).

À LA MÉMOIRE DE

L'A.D.A. désire transmettre ses condoléances aux familles, aux proches et aux amis de la personne décédée.

GILLES CHÈVREFILS 1935 - 2014

Le 22 décembre 2014, M. Chèvrefils est décédé à l'âge de 79 ans. Il a été marchand affilié à Metro de 1958 à 2001, aux côtés de son frère Jacques. Ensemble, ils ont opéré cinq magasins à Montréal et dans la région des Laurentides. Il a également été administrateur de Metro en 1977 et en 1978. M. Chèvrefils a également été intronisé au Temple de la renommée de l'A.D.A. en 2006.

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 entou–rage. Nous aimerions leur rendre hommage.

Écrivez nous à :
info@adaq.qc.ca

DC1300-321 (2014-11)

Si on savait à l'avance qui allait être victime d'un accident du travail,
on ferait tout pour empêcher que ça arrive.

Allégez la charge... en trouvant le bon appareil de manutention !

Parce que le Québec a besoin
de tous ses travailleurs

www.csst.qc.ca/manutention

CSST

Nouvel outil de recherche sur le site Web de la CSST

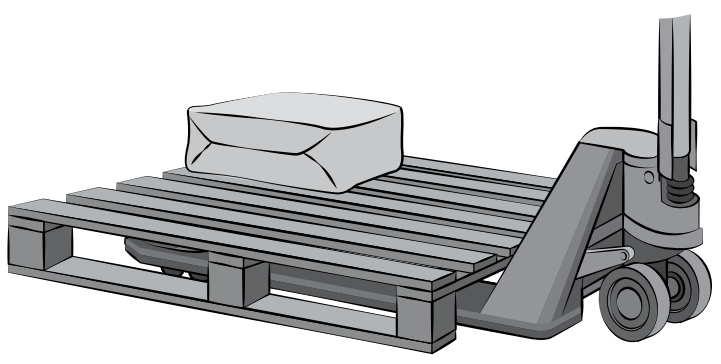
Allégez la charge… en trouvant le bon appareil de manutention !

Le simple déplacement d'une charge lourde peut s'avérer fastidieux. Dans les milieux de travail, comme les marchés d'alimentation, les charges sont variées. Travailleurs et employeurs ont souvent une idée de l'appareil à utiliser, mais lequel choisir ? Diable, socle roulant à quatre roues ; autant d'appareils qu'il est maintenant très facile de distinguer grâce au nouvel outil de recherche créé par la CSST.

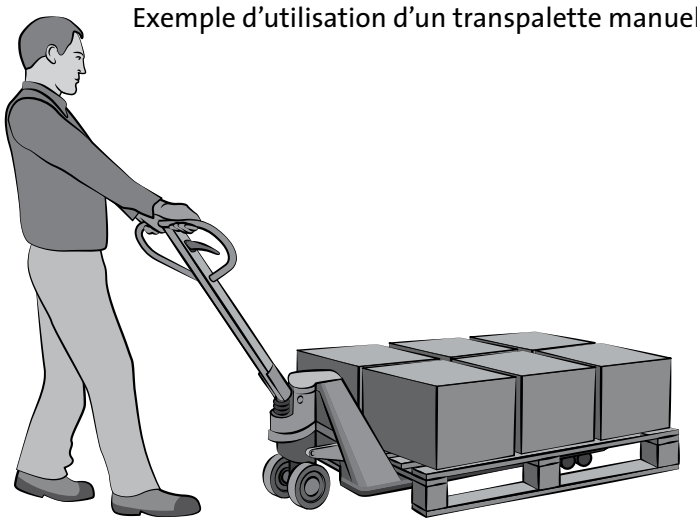
Comportant pas moins de 35 fiches illustrées d'appareils différents, ce répertoire Web unique en son genre simplifie la vie des employeurs et des travailleurs qui doivent effectuer des tâches de manutention manuelle. Le moteur de recherche permet d'effectuer une recherche par type de produits ou par déplacement.

Par exemple, si vous devez regarnir un étalage de fruits, vous pouvez d'abord sélectionner dans le menu déroulant « Caisses » parmi les « Produits à manutentionner ». Ensuite, vous préciserez parmi les déplacements possibles qu'il s'agit de « Placer à la bonne hauteur ». De cette manière, vous aurez accès à la fiche du transpalette manuel et des autres appareils de manutention qui conviennent le mieux à votre tâche.

Transpalette manuel



Exemple d'utilisation d'un transpalette manuel



DC1300-321 (2014-11) Illustrations : Marc Lalumière

Chaque fiche contient une description de l'appareil (modèles existants, capacité, etc.), les critères de sélection dont il faut tenir compte à l'achat ou à la location ainsi que les conseils pour une utilisation optimale et sécuritaire. Travailleurs et employeur pourront ainsi tirer profit du plein potentiel de l'appareil, assurer une meilleure répartition de l'effort et diminuer les risques de blessure !

Au moment de faire l'achat d'un appareil de manutention, il faut parfois choisir le type de roues, le type de poignées, le matériau, etc. En quelques clics dans l'outil de recherche, vous pourrez consulter les fiches des différentes pièces composant les appareils (roues, poignées), et ainsi obtenir l'information nécessaire pour faire des choix de façon éclairée.

Du petit appareil de manutention pouvant circuler en magasin jusqu'au gros appareil utile en entrepôt, c'est ici que vous les trouverez !

Une adresse à retenir :
www.csst.qc.ca/manutention

Parce que le Québec a besoin
de tous ses travailleurs

www.csst.qc.ca/manutention

CSST

CONGRÈS ANNUEL 2014

VOUS AVEZ ÉTÉ NOMBREUX À PRENDRE VOTRE PLACE !

Vous avez été plus de 420 détaillants, fournisseurs et partenaires à prendre part à notre 59e congrès annuel qui a eu lieu au Hilton Lac-Leamy, situé à Gatineau. Année après année, notre équipe travaille fort pour concocter une programmation à la fois enrichissante et divertissante. Voici un aperçu de cet événement des plus réussis !

PRENONS NOTRE PLACE !

Réunis sous le thème « Prenons notre place ! », les congressistes ont beaucoup apprécié l'opportunité d'échanger sur les différents enjeux de l'industrie lors des tables rondes.

Marie-Josée Drouin
Propriétaire du Metro Plus Drouin situé à Longueuil

Marcel Groleau
Président de l'Union des producteur agricoles

Isabelle Tassé
Présidente régionale de l'A.D.A. et propriétaire du Provigo Tassé situé à Gatineau

Michel Dépatie
Administrateur de l'A.D.A. et propriétaire du Metro Plus Dépatie situé à Laval.

SAISIR LE MOMENTUM !

Les Brasseurs du Temps et Les Brasseurs du Nord ont procédé à une importante annonce dans le cadre de notre congrès. En effet, les deux entités unissent leurs forces pour le plus grand plaisir des consommateurs. Détaillants, fournisseurs et partenaires présents ont pu apprécier les excellents produits des Brasseurs du Temps.

GÉNÉREUX DONT DE arneg CANADA

Grâce à la générosité de Arneg Canada, les congressistes ont tous reçu un exemplaire du magnifique livre *100 athlètes, 100 recettes*.

De gauche à droite : Florent Gravel (PDG de l'A.D.A.), Marie-Andrée Lessard (auteure et instigatrice du projet), Jean-François Archambault (DG et Fondateur de La Tablée des Chefs).

SPECTACLE DE MUSIQUE

La famille Pinchaud en a mis plein la vue aux congressistes lors du gala Temple de la renommée ! Les membres du groupe ont livré une performance époustouflante en interprétant plusieurs grands succès évoquant bien des souvenirs. Nul doute que l'événement restera gravé dans les mémoires.

DU MENTORAT FORT APPRÉCIÉ !

Depuis maintenant 2 ans, nous organisons une activité de réseautage et de mentorat ayant pour but de faire bénéficier à cinq entreprises agroalimentaires de l'expertise des membres détaillants et fournisseurs de l'A.D.A. en matière de mise en marché des produits locaux.

Samuel Bertrand (Ferme aux Saveurs des Monts)

Hassan Hojeij (Bouchée Vintage Bite)

Philippe Duguay (Ranch Panoramique)

Sam Nettavong (Sam Cuisine Thai)

UN ATELIER CULINAIRE TRÈS POPULAIRE !

Plus de 60 conjoint(e)s ont pris part à un atelier culinaire organisé en collaboration avec La Tablée des Chefs. Résultats : plusieurs centaines de repas préparés et plus de 1 400 $ remis à un organisme de la région de l'Outaouais.

TEMPLE DE LA RENOMMÉE A.D.A. 2014

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

DÉTAILLANTS

Jean Pelchat

M. Jean Pelchat (ex-propriétaire du Provigo Pelchat situé à Magog) en compagnie de sa famille, des représentants de Provigo/Loblaw ainsi que ceux de l'A.D.A.

Gérald Lord

Gérald Lord La famille de Gérald Lord (ex-propriétaire du IGA Lord situé à St-Jérôme) en compagnie des représentants de IGA ainsi que ceux de l'A.D.A.

Robert Savoie

M. Robert Savoie (propriétaire de la Salaison St-André, située à Montréal) en compagnie de sa famille et des représentants de l'A.D.A.

Yves LeBel

M. Yves LeBel (ex-propriétaire du Metro de La Pocatière et de Chandler) en compagnie de sa famille, des représentants de Metro ainsi que ceux de l'A.D.A.

Pierre Sévigny

M. Pierre Sévigny (propriétaire IGA Sévigny situé à Laval) en compagnie de sa famille, des représentants de IGA/Sobeys ainsi que ceux de l'A.D.A.

FOURNISSEURS

Cascades et les frères Lemaire

L'entreprise **Cascades** et **les frères Lemaire** (Alain, Bernard et Laurent) ont été intronisés au Temple de la renommée, section membres-fournisseurs. En cette année marquant le 50e anniversaire de l'entreprise, il n'y avait pas meilleur moment pour reconnaître la grande contribution de Cascades (volet corporatif) et des frères Lemaire (volet individuel) à l'ensemble de l'industrie.

Sur la photo, de gauche à droite : Daniel Choquette (Président de l'A.D.A. et propriétaire du Provigo Marieville), Mario Plourde (Président et chef de la direction de Cascades), Alain Lemaire (Président exécutif du C.A. de Cascades), Marc Sauvageau (Président SMF et V-P Acosta).

DES ÉCLATS DE RIRE POUR EMPORTER

Faire en sorte que les congressistes repartent avec le sourire aux lèvres : tel était le mandat qu'avait reçu l'humoriste **Simon Gouache**. On peut dire mission accomplie… à l'exception de notre PDG qui en a pris pour son rhume !

MERCI À NOS PARTENAIRES

arneg CANADA
PROVIGO MEMBRE DU GROUPE LOBLAW
metro
provigo
Sobeys
IGA

Bonduelle AMERICAS AMÉRIQUES
D'Italiano
Budweiser
SLEEMAN
VEAU du QUÉBEC VEAUQUEBEC.COM
le dindon du Québec
Natrel
Kraft
LES SERVICES SAQ ALIMENTATION
GROUPE nutri GROUP
Saputo
LOTO QUÉBEC
JTI

Lassonde
La fine fleur des fromages fins
Ultima Aliments · Foods
LAITERIE DE Coaticook
MAPLE LEAF
TOMRA
POM
BEAUDRY & CADRIN inc.
La Petite Bretonne
Old Dutch
BDT BRASSEURS DU TEMPS
Kruger Products Produits
CSST

LA FORCE DE L'A.D.A. C'EST VOUS !

L'A.D.A. EST UNE ASSOCIATION DIRIGÉE PAR DES DÉTAILLANTS ET POUR LES DÉTAILLANTS. SA MISSION EST DE DÉFENDRE ET REPRÉSENTER LES INTÉRÊTS PROFESSIONNELS, SOCIO-POLITIQUES ET ÉCONOMIQUES DES QUELQUE 8000 DÉTAILLANTS EN ALIMENTATION DU QUÉBEC, QUELS QUE SOIENT LEUR BANNIÈRE ET LE TYPE DE SURFACE QU'ILS OPÈRENT.

L'A.D.A. EFFECTUE EN LEUR NOM DES INTERVENTIONS ET DES REPRÉSENTATIONS AUPRÈS DES DIFFÉRENTS GOUVERNEMENTS, ORGANISMES ET PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE. PRÉSENTE DANS TOUTES LES RÉGIONS DU QUÉBEC, C'EST UNE ASSOCIATION SÉRIEUSE, CRÉDIBLE ET RECONNUE PAR L'INDUSTRIE.

DEVENIR **MEMBRE-DÉTAILLANT** C'EST ▼

- S'assurer que vos intérêts sont représentés auprès de l'ensemble des intervenants du secteur alimentaire
- Soutenir un développement juste et équitable d'une industrie où seuls les plus performants peuvent survivre
- Pouvoir vous exprimer et surtout, être entendu sur des enjeux qui touchent votre quotidien
- Avoir la chance de vous impliquer sur différents comités pour améliorer votre industrie
- Bénéficier des conseils stratégiques d'une équipe de professionnels dévouée

Commandez dès maintenant votre trousse d'information gratuite en téléphonant au **514.982.0104** ou **1.800.363.3923** ou **info@adaq.qc.ca**

Association des détaillants en alimentation du Québec

FORMULAIRE D'ADHÉSION

Adhérez dès aujourd'hui en remplissant le formulaire d'adhésion ci-dessous.

COMMENT ACHEMINER LE FORMULAIRE ?

1. Découpez-le en respectant les traits de coupe
2. Acheminez la section 1 et 2 par courriel : lgravel@adaq.qc.ca ou par télécopieur : 514-849-3021

* *À la réception du formulaire, un représentant vous contactera.*

QUESTIONS, PRÉCISIONS ?

Louise Gravel
514-982-0104 ou
1-800-363-3923 poste 231
lgravel@adaq.qc.ca

ÉCHELLE DES COTISATIONS ▾ / COTISATION ANNUELLE (AVANT TAXES) ▾

☐ Dépanneur	250 $
☐ Magasin spécialisé	250 $
☐ Épicerie (moins de 6000 pi²)	400 $
☐ Épicerie (plus de 6000 pi²)	550 $

FORMULAIRE ▾

Raison sociale : _____

Adresse : _____

Courriel : _____

Ville : _____ Code postal : _____

Téléphone : _____ Télécopieur : _____

Nom du (des) propriétaire(s) : _____

Autre contact (facultatif) : _____ Titre : _____

Nombre d'employés (Temps plein) : _____ (Temps partiel) : _____

Surface de vente (pi²) : _____ Chiffre d'affaires : _____

Distributeur : _____

Bannière : _____ # de magasin : _____

JE DÉSIRE ACQUITTER MON ADHÉSION DE LA FAÇON SUIVANTE ▾

☐ Chèque ci-joint ☐ Facturez-moi ☐ Versements via mon distributeur

☐ Carte de crédit (Visa ou Mastercard)

Nom du détenteur : _____

N°. de carte : _____

Date d'expiration : _____

Je soussigné, autorise par la présente : _____

Nom du distributeur : _____

Facturez à mon compte la somme de ($) : _____

Ce montant représentant ma cotisation à l'Association des détaillants en alimentation du Québec.

Signé, ce (jour) _____ (mois) _____ (année) _____

Signature(s) du (des) propriétaire(s) :

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.

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**

REVUE DE L'ANNÉE 2014

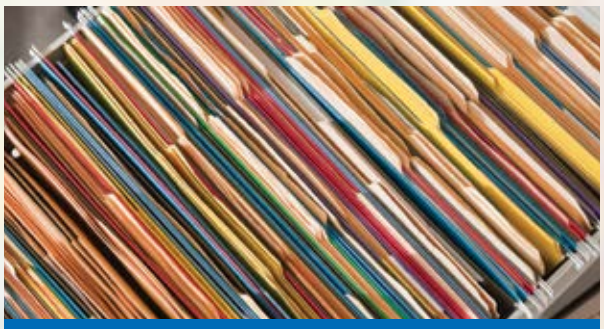
ALCOOL 22

PAIEMENT 24

AGROALIMENTAIRE 26

ENVIRONNEMENT 29

TABAC 30



DOSSIERS DIVERS 31

ALCOOL

MISE EN MARCHÉ DES ALCOOLS

MARS 2014

L'A.D.A. accepte l'invitation des Cidriculteurs artisans du Québec de participer comme conférencier à leur premier colloque annuel. M. Jean-Sébastien Plourde du ministère des Finances et de l'Économie du Québec (MFEQ) animait un panel composé de M. Dean Di Maulo de la SAQ et de M. Dominic Arsenault, président du comité bière et alcools de l'A.D.A. et propriétaire du IGA Coaticook. Ils ont présenté les différents éléments liés aux réseaux de commercialisation : l'approche consommateur, les types de promotion, le positionnement optimal et quelques conseils pour aborder ces différents réseaux. Fait intéressant, le MFEQ a pour la première fois, compilé les données de vente sur la production et la distribution de cidres au Québec. Consultez la section « suivi des dossiers » de notre site Internet pour y avoir accès.

AVRIL 2014

La LCBO (équivalent ontarien de la SAQ) annonce souhaiter une expansion de son réseau dans le secteur alimentaire. Rappelons que dans cette province, aucun alcool ne peut être vendu dans le réseau alimentaire. Les vins et les alcools se retrouvent dans le monopole d'État de la LCBO et la bière dans celui du réseau Beer Store contrôlé par Molson-Coors, Labatt et Sleeman.

Toujours en avril, les visiteurs du Salon international de l'alimentation (SIAL Canada) ont pu déguster les produits du Domaine De Lavoie de Rougemont et du Domaine Labranche de St-Isidore au kiosque de l'A.D.A. Ainsi, à défaut de pouvoir offrir les excellents alcools fabriqués un peu partout au Québec en complémentarité des autres produits du terroir québécois, les détaillants en alimentation s'efforcent néanmoins de mieux les faire connaître.

JUIN 2014

La SAQ annonce que, dans le cadre d'un projet pilote, elle ouvrira des succursales SAQ Express de 1 500 pi² dans quelques grandes surfaces (pour le moment) alimentaires. Les commerces seront opérés par un directeur et des employés de la SAQ comme pour toutes les autres succursales de la Société d'État. Comme le mentionne notre PDG dans son éditorial du RADAR de juin-juillet-août 2014, ce projet pilote soulève plusieurs questions.

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.*

La SAQ semble vouloir profiter de l'achalandage de certains points de vente alimentaires, plus réguliers que pour une succursale de la SAQ, sans remettre en question ces modes d'opérations. Ce faisant, les coûts d'immobilisations du monopole seront réduits, mais nous craignons que la société d'État s'ingère davantage dans le marché en devenant un facteur direct d'achalandage favorisant un commerce plutôt que son concurrent

ÉLARGISSEMENT DES HEURES D'OUVERTURE DES BARS DE MONTRÉAL

AVRIL 2014

Montréal souhaite mettre en place un projet pilote qui autoriserait 19 bars de Montréal à rester ouvert jusqu'à 6h du matin. L'omission d'inclure les commerces d'alimentation dans un tel projet pilote confirme l'iniquité grandissante entre le secteur de la consommation sur place (CSP) et celui de la consommation à domicile (CAD). Bien que les intentions soient tout à fait louables, nous avons déploré le manque de considération envers les demandes légitimes des détaillants en alimentation.

JUIN 2014

Alors que la quasi-totalité des gens pensait que « l'affaire était ketchup », la Régie des alcools des courses et des jeux (RACJ) a rejeté le projet-pilote de la Ville de Montréal qui souhaitait étendre les heures d'ouverture de certains bars. Dans leur décision, les régisseurs expliquent que la conception et la planification du projet du maire Coderre étaient déficientes.

À SUIVRE ▾

Depuis trop longtemps, les avancées d'un secteur s'effectuent au détriment de l'autre. L'A.D.A., comme bon nombre d'acteurs de l'industrie – dont les consommateurs – croit que la mise en marché des alcools au Québec gagnerait à être repensée afin, notamment, de permettre une meilleure cohabitation entre la consommation à domicile (CAD) et sur place (CSP).

JUIN 2014

Dans son budget, le ministre des Finances a choisi de hausser à nouveau la taxe spécifique sur l'alcool. Rappelons qu'il s'agit de la seconde hausse consécutive en moins de 2 ans, ce qui représente un bond de 57,5 % depuis 2012. Seule différence par rapport à la hausse précédente : les restaurateurs, eux, n'auront pas à subir d'augmentation.

Les taux de la taxe spécifique sur les boissons alcooliques, qui variaient jusqu'alors en fonction du type de lieu où les boissons sont consommées, sont maintenant uniformisés. Résultat : le gouvernement a décrété une hausse de la taxe pour le secteur de la consommation à domicile (détail alimentaire et SAQ) et une baisse pour le secteur de la consommation sur place (restaurants, bars, etc.). Précisons que les politiques de prix dans le secteur CSP sont habituellement bien plus élevées que dans le secteur CAD, où la vente de bière est depuis longtemps axée sur les prix minimums.

ÉVOLUTION DE LA TAXE SPÉCIFIQUE SUR L'ALCOOL ▼

	Bière			Vin		
	Avant	Après	Var.	Avant	Après	Var.
Consommation domicile (détail alimentaire et SAQ)	50¢ / litre	63¢ / litre	+ 26%	1,12$ / litre	1,40$ / litre	+ 25%
Consommation sur place (restaurants, bars, etc.)	82¢ / litre	63¢ / litre	– 26%	2,47$ / litre	1,40$ / litre	– 43%

JUILLET 2014

Couche-Tard et Julia Wine ont choisi de s'associer le temps d'une promotion, disons... discutable. En effet, durant quatre semaines, les consommateurs qui achetaient deux bouteilles de vin sélectionné obtenaient un rabais de 75 ¢ par litre d'essence ordinaire. Interrogées sur les objectifs derrière une telle promotion, Julia Wine et Couche-Tard ont affirmé qu'ils souhaitaient démontrer leur opposition aux récentes hausses de taxes. Dans les faits, il s'agit plutôt d'une façon de contourner la réglementation sur les prix minimums afin de se servir de l'alcool comme produit d'appel.

Il s'agit d'une nouvelle façon de brader l'alcool. Nous regrettons que la RACJ ne semble pas réaliser où l'industrie est en train de l'amener. L'alcool, tout comme le lait et le pain, est un produit dont le prix est réglementé. En aucun cas, le législateur ne devrait tolérer qu'une entreprise trouve une façon de contourner la réglementation et pousse l'audace jusqu'à affirmer clairement qu'il souhaite contourner la loi.

AOÛT 2014

Le ministre Pierre Paradis annonce son intention de déposer à nouveau le projet de loi 395. Présenté en 2013 par le député d'Huntingdon, Stéphane Billette, il avait pour objectif de simplifier la mise en marché des alcools québécois. Comportant de nombreuses dispositions, somme toute, intéressantes, nous croyons qu'il serait judicieux de se concentrer sur les mesures qui faisaient plus largement consensus dans l'industrie. Pour les détaillants, l'axe le plus porteur du défunt projet de loi était sans contredit que les producteurs québécois d'alcool puissent vendre leurs produits directement à un titulaire de permis d'épicerie, comme c'est d'ailleurs le cas en restauration. La création d'une nouvelle catégorie de permis de fabrication de boissons alcooliques, c.-à-d. un permis de distillateur artisanal, devrait également aller de soi selon nous. Certains produits québécois ne peuvent voir le jour puisqu'ils n'ont actuellement aucun débouché. Même la vente sur le lieu de production leur est interdite.

SEPTEMBRE 2014

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 en juin 2014.

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 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 dits en mode observation. De son côté, Costco s'est montré intéressé à implanter le modèle et Couche-Tard étudie des solutions pour adapter le concept de la SAQ.

OCTOBRE 2014

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 éco–nomies considérables sur le plan des immobilisations, de la main-d'œuvre ainsi que sur la distribution.

En résumé, la FCCQ propose que la SAQ conserve son rôle d'acheteur quasi monopolistique afin de maintenir son pouvoir d'achat. Elle pense également que la SAQ devrait continuer d'effectuer la distribution en gros afin 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 intéressante, d'un point de vue logistique, mais surtout financier. Espérons qu'elle sera retenue par les commissaires dans le rapport final.

À SUIVRE ▼

Dans le dossier « Shop in the shop » la SAQ a un bon diagnostic. Il y a longtemps que l'A.D.A. revendique qu'en améliorant l'offre de produits dans le réseau alimentation, la SAQ pourrait augmenter sensiblement ses ventes. Par contre, ce n'est pas comme s'il manquait de points de vente d'alcool au Québec, il y a plus de 8 000 détenteurs de permis d'alcool catégorie « épicerie » (dépanneurs, épicerie, supermarchés). Pourquoi promouvoir un modèle discriminatoire pour la très grande majorité d'entres-eux? Ces derniers permettent pourtant à la SAQ et à l'État québécois d'engranger des millions en taxes et majoration par leurs ventes de vins, cidres, coolers et bières.

Pour ce qui est de la promotion des alcools du Québec, nous attendons toujours l'annonce du ministre Paradis. Selon nos sources, celle-ci ne devrait pas tarder. Comme les producteurs, nous sommes d'accord avec l'idée d'améliorer l'engagement de la SAQ en matière de promotion des alcools québécois, mais le détail alimentaire est le complément logique pour faire la mise en marché de nos produits locaux. La complémentarité des deux réseaux doit être exploitée à son plein potentiel. Il est temps d'offrir une réelle mise en marché à tous nos alcools québécois!

Finalement, faire une place aux alcools du Québec en épicerie ne veut pas dire qu'il n'y aurait plus de place pour les vins industriels sur nos rayons. Nous souhaitons disposer d'une variété de produits disponibles, pour tous les goûts, pour toutes les bourses, afin de répondre aux attentes de nos clients. Les détaillants qui réservent une place importante aux microbrasseries québécoises sont de plus en plus nombreux. La très vaste majorité des détaillants les offrent en complémentarité avec les grandes marques nationales qui ont toujours beaucoup d'adeptes. Nul doute que la place des vins et autres alcools québécois est sur les tablettes du supermarché du coin, du boucher de quartier, de l'épicier du village, du dépanneur spécialisé !

CANADA, ÉTATS-UNIS, EUROPE

MARS 2014

Accusant Visa de s'être entendue avec des banques américaines pour gonfler les frais pour l'acceptation des paiements par carte de crédit, Walmart a déposé une poursuite de 5 G$. Il s'agit d'un procès additionnel contre les géants du crédit que sont Visa et MasterCard. En effet, en 2012 les géants du crédit étaient parvenus à une entente avec un regroupement de détaillants, dont les chaînes de supermarchés Safeway et Kroger.

Au Canada, des poursuites similaires sont intentées notamment au Québec ainsi qu'en Colombie-Britannique. Pendant ce temps, le dossier fait du surplace au niveau politique puisque le ministre des Finances a démissionné et malheureusement est décédé peu de temps après. Depuis, nous attendons toujours de connaître les mesures proposées par le nouveau ministre des Finances, M. Oliver. Combien de procès faudra-t-il avant que le gouvernement accepte d'intervenir pour stopper l'hémorragie causée par les pratiques anticoncurrentielles des géants du crédit?

AVRIL 2014

Les frais pour l'acceptation des paiements ont été plafonnés par la Commission des affaires économiques et monétaires de l'Union européenne. D'ici un an, les frais imposés aux com–merçants ne pourront pas excéder 0,3 % de la valeur totale de la facture. Pour ce qui est des paiements par carte de débit, ils sont fixés à 0,07 euro ou 0,2 % en fonction du montant le plus bas.

COSTCO

OCTOBRE 2014

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.

PAIEMENT

GUICHET AUTOMATIQUE BANCAIRE PRIVÉ

JANVIER 2014

Six mois après l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation, 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.

Rappelons que ce nouvel encadrement réglementaire 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 réglementaire 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.

FRAIS TRANSACTIONNELS

FÉVRIER 2014

Via le dépôt du budget fédéral pour l'année 2014, nous apprenons que le gouvernement entend adresser la question des frais transactionnels. Pour une première fois, le gouvernement canadien revient sur les conclusions du Tribunal de la concurrence. Nous sommes heureux d'apprendre que le gouvernement Harper reconnaît que certaines règles des réseaux de Visa et de MasterCard ont un effet négatif sur la concurrence et que cela se traduit par des frais plus élevés pour les détaillants.

Parallèlement, la coalition « Small Business Matters » est créée. Celle-ci regroupe diverses associations sectorielles, représentant plus de 90 000 petites et moyennes entreprises canadiennes ayant comme objectif de préserver leurs modèles d'affaires et d'assurer la survie d'entreprises névralgiques à l'économie des communautés de partout au pays. L'enjeu prioritaire qui rassemble actuellement tous les membres est l'ampleur des frais de transactions au Canada qui érode les faibles marges des détaillants propriétaires et indépendants et qui met en danger leur compétitivité dans le futur.

AOÛT 2014

L'A.D.A. joint la coalition « Small Business Matters ». Très active au cours des dernières années au sein de la Coalition québécoise contre l'augmentation des frais de transaction par carte de crédit et de débit, l'A.D.A. a décidé de joindre également ce regroupement national. Les principaux acteurs de cette nouvelle coalition militent depuis sa création auprès des différents intervenants concernés notamment sur la colline Parlementaire à Ottawa. Le président actuel de la coalition est M. Gary Sands, vice-président de la Fédération Canadienne des Épiciers Indépendants (CFIG). Le 5 août, la Coalition a décidé de rendre public un énoncé de principe envers les consommateurs qui se lit comme suit :

> *« Les associations membres de la coalition « Small Business Matters », qui représentent des milliers de commerçants à travers le Canada, demandent avec insistance au gouvernement de réduire les frais de carte de crédit et de faire en sorte que l'industrie du paiement devienne plus juste et transparente. En contrepartie de quoi, nos membres prennent l'engagement que la réduction des frais de carte de crédit profitera aux consommateurs et aux diverses communautés canadiennes, grâce à une concurrence accrue, à davantage d'investissements, à la création d'emplois et à la réduction des prix aux consommateurs. »*

SEPTEMBRE 2014

Le ministre fédéral des Finances, Joe Oliver, fait une sortie remarquée en se montrant sensible aux problématiques de frais de transaction trop élevés des détaillants canadiens. Le ministre presse les émetteurs de cartes de crédit, comme Visa et MasterCard, de baisser les frais de transaction qu'ils imposent aux détaillants. Il ajoute également qu'il aimerait voir ces changements survenir sur une base volontaire, et ce, rapidement, au cours des prochains mois. De la musique aux oreilles des détaillants. Si seulement cela pouvait être aussi simple!

OCTOBRE 2014

L'A.D.A. s'est présentée devant 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.

Nos représentants, Pierre-Alexandre Blouin et Isabelle Tassé ont témoigné devant des sénateurs intéressés et visiblement sensibles à leurs propos. 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. 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.

NOVEMBRE 2014

Le ministre des Finances, M. Oliver, fait connaître ses pistes de solution dans le dossier des frais de transaction par cartes de crédit. Ce dernier propose quelques idées intéressantes comme la stabilité des taux pour 5 ans, la mise en place de taux réduits pour les PME ou la vérification annuelle par un tiers (point sur lequel nous avons maintes fois insisté par le passé). Cependant, nous considérons, comme nos collègues membres de la coalition «Small Business Matters» que la pièce maîtresse de cette annonce, soit la diminution des taux des détaillants à une moyenne de 1,5 % pour les cinq prochaines années n'est pas significative.

> *Un taux moyen veut dire que certains auront des taux plus élevés et d'autres moins. Quelle est la différence avec la situation actuelle? Qui plus est, le Canada se retrouve toujours à des lieux de taux représentatifs des coûts réels comme l'Europe (0,3 %) ou l'Australie (0,5 %).*

À SUIVRE ▾

Il nous manque toujours beaucoup d'information sur la mécanique des différents points avancés dans l'annonce du ministre des Finances du Canada. Nous ne voyons pas comment les changements proposés permettront de limiter l'érosion des marges des détaillants propriétaires. Nous ne voyons pas non plus comment cette annonce peut sensiblement bénéficier aux consommateurs. Pour bien des commerçants, il n'y aura pratiquement pas de changement dans leurs taux et le Ministre s'attend à des baisses de prix de leur part !

Considérant que les frais chargés aux détaillants ont augmenté de 25 % durant les deux dernières années, l'engagement volontaire des compagnies de crédit de baisser leurs taux de 10 % n'est aucunement significatif! En fait, les seuls véritables gagnants seront encore les géants du monde du paiement qui pourront compter sur la hausse constante des volumes de transactions par carte de crédit pour combler rapidement leurs modestes concessions.

De voir le ministre reconnaître la problématique est un pas dans la bonne direction. Toutefois, plusieurs questions demeurent. Quel est le coût réel pour l'acceptation des paiements par carte de crédit ? Pourquoi les frais sont plus élevés pour une transaction par crédit versus une transaction par débit alors que les garanties de sécurité sont en pratique les mêmes ? Comment le ministre des Finances peut-il se satisfaire d'un engagement volontaire qui, en réalité, n'a rien de contraignant ?

AGRO-ALIMENTAIRE

PROMOTIONS DES ALIMENTS DU QUÉBEC

MARS 2014

Le couperet est tombé pour l'organisme Aliments du Québec. En effet, le gouvernement provincial a annoncé une réduction considérable du financement de l'organisme chargé d'augmenter les parts de marché des produits d'ici. La nouvelle entente de 4 ans totalise 3,3 M$ et prévoit un financement décroissant dont la moyenne pondérée oscille autour de 825 000 $ par année.

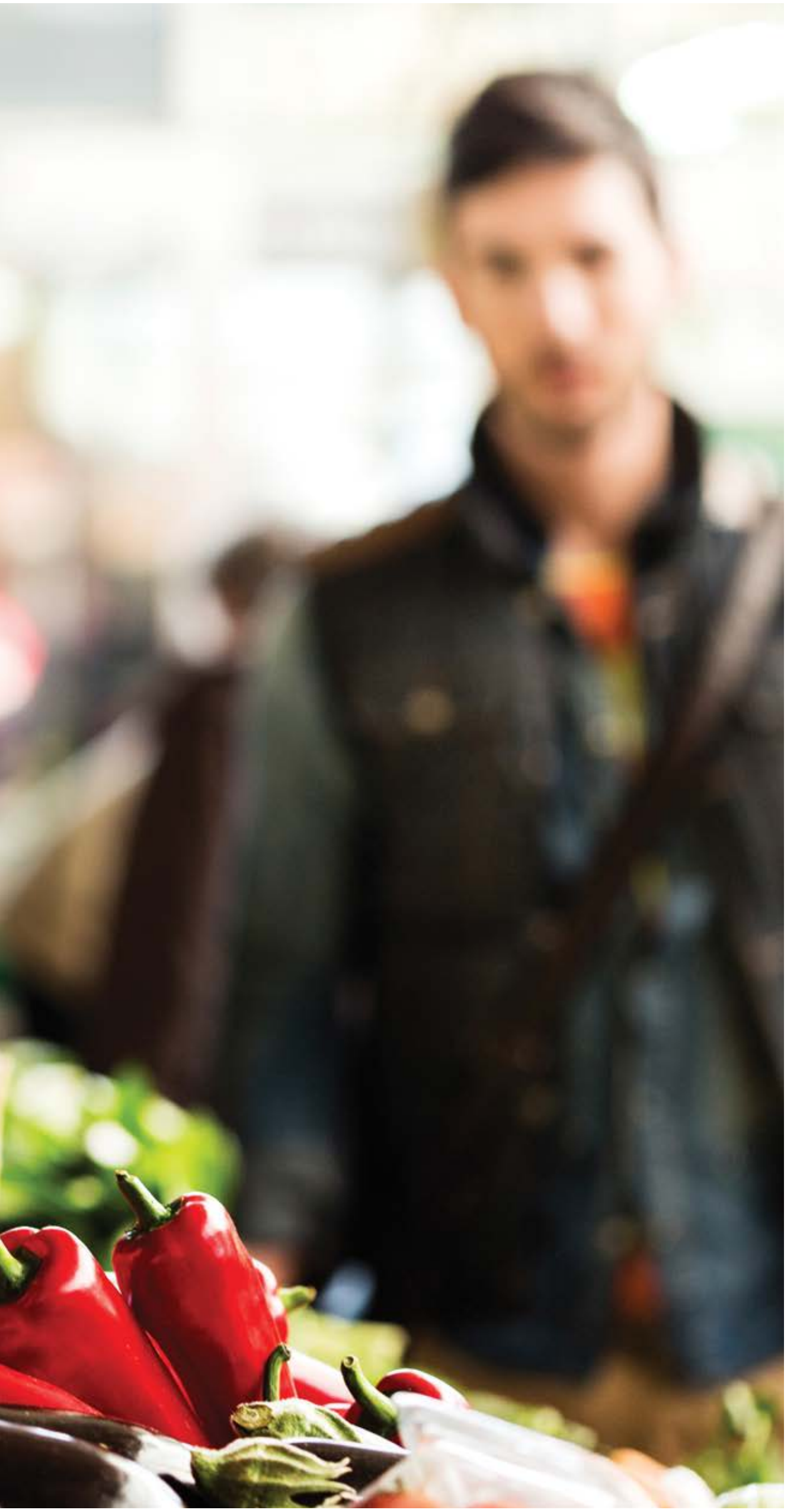
Bien qu'il s'agisse d'une baisse de revenus non négligeable, les administrateurs d'Aliments du Québec se réjouissent de la stabilité que leur procurera cette entente de 4 ans. Il faut savoir qu'auparavant cette entente était renégociée chaque année. Conscients du chemin colossal parcouru jusqu'à présent et de l'intérêt indéniable des consommateurs envers la marque Aliments du Québec, les administrateurs sont déjà à la recherche de nouvelles sources de financement Plusieurs solutions sont sur la table et aucune idée n'est écartée (promotion conjointe, hausse de coûts d'adhésion, etc.).

SEPTEMBRE 2014

La UNE du magazine RADAR de septembre-octobre 2014 présente une excellente nouvelle pour les détaillants et fournisseurs! Nous y annonçons le retour du concours Les Aliments du Québec dans mon panier pour une troisième année consécutive.

À SUIVRE ▾

Nous sommes persuadés que le gouvernement doit supporter financièrement Aliments du Québec et investir dans la transformation et la mise en marché des produits d'ici. Le contexte économique difficile est loin d'être une raison d'en faire moins. Au contraire, il faut soutenir les producteurs, les transformateurs et les détaillants locaux qui sont des acteurs de développement économique majeurs dans leur localité respective. Le ministre Paradis doit s'assurer d'augmenter les points de vente et permettre à l'ensemble du réseau du détail alimentaire, dont les dépanneurs, les fruiteries et les boucheries, de vendre et d'identifier efficacement les aliments du Québec. À ce sujet, nous avons mainte fois affirmé au ministre qu'il peut compter sur le support et l'expertise des membres de l'A.D.A.



GASPILLAGE ALIMENTAIRE

AVRIL 2014

Deux initiatives visant à diminuer le gaspillage alimentaire ont fait les manchettes. La première est celle d'un Intermarché situé à Provins en France qui a acheté 1 200 kilos de fruits et légumes, dont l'apparence ne respectait pas les standards de l'industrie, afin de les vendre à rabais. Il s'agit d'une pratique courante, à moindre échelle, pour plusieurs détaillants au Québec. Par contre, ce qui distingue cette initiative des autres c'est que, en plus du marchandisage en magasin, la bannière a déployé une campagne d'affichage cocasse dans la ville et ses environs. Ainsi, des affiches portant des mentions du genre : « L'aubergine moche, à ce prix-là elle pourrait être encore plus moche » ou « Avant d'être un citron moche, c'est avant tout un citron », ont été placardées. La bannière a également procédé à la mise en marché de produits transformés faits à partir de produits moches tels qu'un « jus aux oranges moches ».

La deuxième initiative est le projet « Zéro-Gâchis », à Nantes. En résumé, il s'agit d'un organisme qui collecte les données sur l'offre de produits dont la date de péremption arrive à échéance, dans les épiceries affiliées au projet. Les détaillants peuvent également y annoncer des liquidations de produits dont l'emballage est abîmé, taché ou déchiré. L'information est ensuite partagée aux consommateurs via le site Internet de l'organisme ainsi que via une application gratuite pour téléphone intelligent. Ces initiatives témoignent des résultats positifs de l'ambitieuse stratégie nationale française sur le gaspillage alimentaire.

ÉTÉ / AUTOMNE 2014

Les reportages sur les initiatives en France se multiplient dans les médias québécois. Plusieurs acteurs y vont de déclaration à l'effet que des mesures semblables devraient être implantées au Québec et qu'on devrait même obliger les supermarchés à donner leurs invendus aux banques alimentaires. Interpelée à de nombreuses reprises par les médias, l'A.D.A. multiplie les interviews afin de rappeler que, bien qu'originales, de telles initiatives ne pourraient pas être appliquées mur à mur au Québec. Premièrement, contrairement en France, les commerces d'alimentation au Québec sont presque tous équipés de cuisines permettant de transformer sur place une bonne part des produits en fin de cycle. Deuxièmement, diverses expériences au Québec ont démontré que d'offrir en permanence des produits moches à rabais ne faisait que déplacer le problème. En effet, les consommateurs avaient tendance à abîmer des produits afin de les obtenir à rabais et/ou se procuraient seulement les produits à rabais ce qui créait des pertes additionnelles dans les produits de première qualité. Finalement, les banques alimentaires sont les premières à être réticentes face à une éventuelle obligation des supermarchés à donner leurs invendus. Celles-ci affirment, à juste titre, ne pas vouloir se transformer en centre de tri de déchets des supermarchés.

À SUIVRE ▾

Dans ce dossier, nous invitons le gouvernement à être prudent avant d'imposer une éventuelle obligation des supermarchés à donner leurs invendus. Il y a sûrement des améliorations à apporter au système actuel, mais il faut éviter à tout prix d'implanter des mesures calquées sur d'autres juridictions aux réalités techniques et logistiques bien différentes. Tous conviennent de la pertinence d'explorer des pistes de solutions permettant de diminuer davantage les pertes alimentaires. D'ailleurs, les détaillants sont nombreux à soutenir diverses initiatives locales (cueillette organisée, bons d'achats, etc.). Par contre, la situation est complexe puisque, aussi attrayantes soient-elles, les solutions mises de l'avant ne doivent pas être choisies au détriment de la sécurité et de la salubrité des aliments.

SANTÉ

MARS 2014

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.

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, 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 réglementation 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.

SEPTEMBRE 2014

Aux États-Unis, 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 les canettes de plus petite taille.

NOVEMBRE 2014

Réunis dans le cadre de notre congrès annuel, des détaillants, des fournisseurs et des distributeurs alimentaires ont pris part à une table ronde portant sur la saine alimentation. On accuse l'industrie de promouvoir directement ou indirectement de mauvaises habitudes alimentaires. Qu'en est-il en réalité? Fort intéressante, cette activité a été grandement appréciée des participants. L'objectif était de faire le point sur les différentes pratiques de l'industrie en matière de promotion de saines habitudes alimentaires.

L'A.D.A. a également été invitée à participer au Journées nationales de santé publique sur le thème *L'intérieur des commerces d'alimentation : explorer les interventions pouvant favoriser de meilleurs choix alimentaires.* Notre Vice-président Affaires publiques, Pierre-Alexandre Blouin, y a fait une présentation sur les contraintes et la marge de manœuvre des détaillants propriétaires. Son exposé souhaitait mettre de l'avant l'expertise des détaillants afin d'équilibrer l'offre et la demande pour éviter les pertes des commerces aux marges de profit quasi inexistantes. L'offre alimentaire explose dans toutes les directions et dans tous les modèles de commerces. Bien qu'ils soient eux même consommateurs avec des attentes diverses, les détaillants doivent avant tout répondre à la demande des clients pour espérer rester en affaires.

À SUIVRE ▼

Les propriétés « santé » de différents aliments est en train de devenir un argument de plus en plus important pour les consommateurs. La saine alimentation rejoint ainsi le prix, la fraîcheur, le goût (plaisir), la praticité et l'origine des produits dans les critères guidant les choix des consommateurs. Leurs attentes sont de plus en plus complexes et contradictoires ce qui rend toute tentatives d'y répondre très laborieuse. Les détaillants doivent rester à l'affut des nouvelles tendances, mais sans perdre de vue les comportements d'achats traditionnels de leur clientèle. Un panier d'épicerie ou une course au dépanneur est rarement monolithique, mélangeant abondamment bon et moins bons aliments. Si nos élus persistent à privilégier des solutions draconiennes telles que des bannissements de produits, des prescriptions de positionnement ou des hausses de taxes arbitraires, il faudra leur rappeler comment se comporte les clients au moment de remplir leur panier. L'objectif doit être d'améliorer durablement les habitudes des consommateurs, pas simplement de déplacer les mauvaises habitudes!

ÉTATS-UNIS

FÉVRIER 2014

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 véhiculer 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).

SEPTEMBRE 2014

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 subi 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

MATIÈRE RECYCLABLE, CONSIGNE ET COLLECTE SÉLECTIVE

MARS 2014

L'A.D.A. rencontre deux représentants du CREATE, chargés de réaliser l'étude comparative des systèmes de consignation publique et de collecte sélective, pour 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 visite d'un commerce alimentaire s'est ajoutée à la rencontre. Les administrateurs de l'A.D.A., Michel Dépatie (Metro Plus Dépatie, Laval) et André Forget (Dépanneurs Forget, Montréal), ont guidé la visite 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 visite.

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.

SEPTEMBRE 2014

Dans le cadre de la négociation des ententes sur la consigne publique, une firme avait 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.

Peu importe la façon de la récupérer, chez les détaillants ou dans des hypothétiques centres de dépôt, de nos jours, la consigne coûte éminemment plus cher que les 0,02 $ de manutention dévolus 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 les contenants au Québec.

OCTOBRE 2014

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 par diverses entreprises afin de 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 plus de débouchés pour ce verre. Va-t-on demander aux consommateurs de se rendre à l'autre bout de la ville avec leurs 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 (94 %)?

QUÉBEC

OCTOBRE 2014

Les membres de bacs+, dont l'A.D.A., se sont 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. À elles seules, ces entreprises démontrent clairement le potentiel du système de collecte sélective pour récupérer plus, récupérer mieux, et ce partout au Québec.

NOVEMBRE 2014

Le maire de Montréal, Denis Coderre, annonce que la Commission sur l'environnement et le développement durable mènera une consultation en 2015 afin d'étudier la possibilité de bannir les sacs de plastique sur son territoire. L'annonce a pris tout le monde par surprise. Nous nous sommes empressés de rappeler au maire Coderre les conclusions de l'étude de Recyc-Québec prouvant que la charge environnementale d'un sac de plastique est moindre que bon nombre d'autres types de sacs s'il n'est réutilisé ne serait-ce qu'une seule fois.

DÉCEMBRE 2014

La Ville de Montréal annonce l'octroi d'une subvention pour un projet de recherche visant à évaluer la possibilité d'utiliser du verre recyclé dans certaines infrastructures dont les trottoirs. L'étude sera réalisée par le Groupe de recherche sur le ciment et le béton de l'Université de Sherbrooke. Il s'agit d'une excellente initiative qui risque de paver la voie pour bien d'autres municipalités.

À SUIVRE ▾

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 contre-productif pour notre société qui, financièrement, en a bien besoin!

Le bon geste environnemental que posent les consommateurs québécois – en mettant leurs bouteilles de vin, leurs bouteilles d'eau et tous autres contenants dans leur bac – 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 débouchés et la métropole du Québec emboîte le pas, voyant tout le potentiel derrière la démarche. Collectivement, nous croyons qu'il faut continuer de soutenir la recherche de débouchés comme l'a fait la Ville de Montréal pour qu'un jour nous cessions de financer inutilement deux systèmes en parallèle.

TABAC

LOI SUR LE TABAC ET CONTREBANDE

FÉVRIER 2014

Dans son budget 2014, le gouvernement fédéral a choisi de hausser la taxe sur le tabac. Pour nos membres de plus petites surfaces, les produits liés au tabac peuvent représenter plus de 40 % des ventes. La cartouche de 200 cigarettes va coûter 4,03 $ de plus. Par ailleurs, nous apprenons également que le prix des produits du tabac sera désormais indexé au coût de la vie tous les cinq ans. 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 fédéral.

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 le commerce de tabac illicite. 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 sur le terrain. Pourtant, dans le contexte actuel il devient très important de pouvoir contrer rapidement le déploiement des réseaux illicites partout au pays, car la demande pour des produits bon marché grimpera en flèche.

MAI 2014

Lors de son passage en com–mission parlementaire, la ministre Charlebois a annoncé qu'elle avait l'intention de réviser la Loi sur le tabac sans pour autant définir d'échéancier. Celle qui est en charge des questions de santé publique au sein du gouvernement Couillard a, entre autres, mentionné son intention d'évaluer les possibilités de légiférer sur les questions relatives aux cigarettes électroniques et aux produits du tabac contenant des saveurs, ainsi que sur l'interdiction de fumer dans une voiture en présence d'un enfant.

JUIN 2014

Lors du dépôt du premier budget du gouvernement Couillard, nous apprenons que, comme son prédécesseur, le ministre des Finances n'a pu se retenir de hausser la taxe sur le tabac. Ainsi, le prix de la cartouche de 200 cigarettes a subi une hausse de 4 $ (50 ¢ par paquet). Du même coup, le ministre des Finances annonce qu'il va investir 1 M$ additionnel (sur 120 M$ prévus) dans l'escouade multipartite contre la contrebande : ACCÈS tabac. Est-ce une bonne nouvelle? Certainement. Est-ce suffisant? Nous sommes forcés d'en douter. Quatre dollars additionnels par cartouche peuvent sembler peu, mais au final le coût d'une cartouche légale débutera à 85 $ comparativement à 15 $ dans les réseaux alternatifs.

SEPTEMBRE 2014

La ministre de la Santé du Canada, Rona Ambrose, annonce des modifications législatives visant, entre autres, à limiter davantage les ventes de produits du tabac aromatisé. Du même coup, elle a reconnu que le gouvernement ne dispose pas de données probantes pour décider s'il faut réglementer ou non l'usage de la cigarette électronique. Pour y pallier, Mme Ambrose a donc 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. Consi–dérant tout le débat que suscite l'usage des cigarettes électroniques dans notre société, nul doute que les résultats de cette étude intéresseront bon nombre d'inter–venants.

OCTOBRE 2014

C'est avec grand désarroi que nous prenons 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 apprend que l'Agence du revenu du Canada (ARC) met 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 exem–plaire entre TOUS les organismes concernés pourra augmenter nos chances de contrecarrer les nombreuses tactiques du crime organisé. En privantles 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

À SUIVRE ▾

Le travail des différents corps policiers sur le terrain est primordial. Pourtant, faute d'effectifs, le nombre de saisies 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. Devons-nous rappeler que, malgré des hausses répétées des taxes sur le tabac, l'incidence du tabagisme se maintient toujours autour de 20 % de la population québécoise? Le prix est évidem–ment un facteur sensible, mais il nous apparaît évident que les fumeurs québécois sont loin d'être captifs du réseau de vente légale. En 2015, il faudra encore plus de présences policières et de saisies pour compenser l'effet des multiples hausses de taxes sur la demande pour les produits illicites.

PRIX DE L'ESSENCE

JUIN 2014

Costco a échoué dans sa tentative de réviser la méthode de calcul des frais d'exploitation des détaillants. Dans un jugement non équivoque, la Régie de l'énergie rejette les arguments des avocats de Costco et maintient sa décision de faire passer les frais d'exploitation de 3 à 3,5 cents par litre vendu. Depuis plusieurs mois, Costco affirmait à qui voulait bien l'entendre que la Régie faisait fausse route dans son calcul des frais d'exploitation d'un poste d'essence. Cette décision vient rétablir les faits. Non seulement la Régie vient de rappeler à Costco que sa méthode de calcul n'est pas valide, mais en plus, elle réaffirme que lorsqu'un détaillant vend de l'essence à un prix inférieur à ses coûts d'acquisition et de revente, il s'expose à une condamnation ainsi qu'à des dommages-intérêts punitifs.

HAUSSE DES BAUX COMMERCIAUX

SEPTEMBRE 2014

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.

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.

ÉLECTION PROVINCIALE

AVRIL 2014

Les Québécois se sont donné un nouveau gouvernement dirigé par Philippe Couillard. Pour une association, changement de gouvernement veut trop souvent dire retour à la case de départ au niveau des enjeux politiques. Cette dernière mouture du conseil des ministres ne fait pas exception. Bien que ceux nommés comptent sur un important bagage d'expérience, il faut avouer qu'il y a quelques surprises dans les différentes nominations qui touchent nos principaux enjeux.

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

set 2015
Canada
Toronto

SIAL 2015
Marché de l'alimentation Nord-Américain
Canada
Toronto

Rendez-vous dans le plus grand supermarché de produits alimentaires au Canada

LA CAPITALE DE VOS AFFAIRES

28 au 30 avril, 2015 | Direct Energy Centre, Toronto

un événement comexposium
SIAL, une filiale du groupe Comexposium

SIALCANADA.COM

By SIAL GROUP
www.sial-group.com

OFFRE SPÉCIALE MEMBRES

TARIF PRÉFÉRENTIEL DE 26$*

* Un don de 1$ sera remis à SECOND HARVEST

Inscription en ligne sur
SIALCANADA.COM

CODE PROMO
ADA2015

Pour toute question concernant votre inscription contactez-nous à
info@sialcanada.com

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

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

CHRON

LE PAMT, UNE FORMULE OÙ TOUT LE MONDE Y GAGNE !

QUELS SONT LES OUTILS DU PAMT?

Le guide du compagnon : il soutient le compagnon dans la formation de son apprenti en lui fournissant les indications sur la progression de l'apprentissage.

Le carnet d'apprentissage : il indique les compétences à acquérir.

Un guide pratique par métier, remis gratuitement à la signature d'une entente PAMT :

- **Guide des viandes et volailles**
- **Guide de la poissonnerie**
- **Guide de la boulangerie et des viennoiseries**
- **Guide de la pâtisserie**

Sous forme de tableaux ou de fiches, avec une photo pour chacun des produits présentés, les guides sont simples à consulter et ils contribuent à faciliter l'apprentissage.

Quels sont les PAMT offerts dans le secteur du commerce de l'alimentation?

- **Boucher/bouchère de détail**
- **Boulanger/boulangère**
- **Pâtissier/pâtissière**
- **Poissonnier/poissonnière**

QU'EST-CE QUE LE COMPAGNONNAGE?

Vos employés les plus expérimentés forment, dans leur milieu de travail, des collègues en leur transmettant leur savoir-faire sur une base individuelle et structurée. Les premiers jouent le rôle de compagnons d'apprentissage et les seconds, le rôle d'apprentis.

(Source : **www.emploiquebec.net**)

QUELLES SONT LES CONDITIONS D'ADMISSION?

Le compagnon :

- Est une personne reconnue pour son expertise;
- Fait preuve d'une grande facilité à communiquer et d'un bon jugement;
- A obligatoirement suivi la session de formation de compagnon d'une durée approximative de trois heures donnée par Emploi-Québec.

L'apprenti :

- A 16 ans ou plus;
- Est un salarié de l'entreprise.

L'entreprise :

- Doit répondre aux exigences et aux conditions du Programme;
- Doit garantir une formation satisfaisante tant sur le plan de l'équipement et des techniques utilisées que des conditions de travail, d'hygiène et de sécurité.

L'ENTREPRISE EST-ELLE ADMISSIBLE À UN CRÉDIT D'IMPÔT?

Le crédit d'impôt pour stage en milieu de travail, pouvant atteindre 9 000 $ par année, s'applique dans le cadre du PAMT. Les dépenses admissibles sont :

- Le salaire de l'apprenti (maximum autorisé par Revenu Québec);
- Le salaire du compagnon (maximum autorisé par Revenu Québec).

Pour toute information relative au PAMT, communiquez avec le CLE de votre région ou visitez le site **www.emploiquebec.net** ou communiquez avec le Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation (CSMOCA) en visitant notre site **www.csmoca.org**.

Nadine Moranville
Chargée de projets
et des communications

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

IQUES

LE TEMPS, CE SACRÉ VOLEUR!

Depuis un certain temps, vous avez un « feeling » à propos d'un employé aux caisses, vous ne savez pas quoi, mais quelque chose vous chicote. L'idée de passer une semaine à « éplucher » les transactions du caissier durant ses quarts de travail vous donne la nausée?

Nous allons aborder l'importance des rapports d'exceptions. Il s'agit du rapport qui analyse les transactions négatives ou dites d'exceptions. En fait, tout ce qui n'est pas une vente normale. D'abord, le rapport se basera sur l'ensemble du groupe des usagers pour définir une norme ou une moyenne. Par la suite, il fera ressortir tout ce qui excède la moyenne fixée, dite « la norme ».

Un caissier qui fait une ouverture de tiroir n'est pas anormal en soi. Donc, il se pourrait qu'il ne soit pas vérifié par le personnel de direction. Par contre, le programme d'analyse d'exceptions pourrait détecter que cet usager, en particulier, fait régulièrement des ouvertures de tiroir après avoir mis une transaction en suspens.

Le rapport d'exceptions ne vous indique pas si un employé vol, mais il ciblera certainement les employés qui ne travaillent pas comme les autres usagers. Il pourrait tout simplement s'agir d'un usager qui est honnête, mais qui crée des anomalies par vice de procédures. Parfois, il ciblera un usager qui vol en manipulant les transactions à son avantage.

Dépendamment de la chaîne de commerce, ces programmes s'appelleront XBR, Navistor ou Whitepaper.

Vous avez peut-être adhéré et acheté le programme et même suivi la formation. Vous avez certainement compris la grande utilité des rapports et ce qu'ils vous disent. Par contre, le temps vous manque.

Je ne peux pas vous dire où mettre vos priorités. Par contre, je peux certainement vous dire que ces rapports devraient définitivement en faire partie. Pensez à créer ou faire créer des rapports préprogrammés qui vous permettront d'en faire rapidement l'analyse, gagnant ainsi temps et argent!

Cynthia Breault
Groupe Conseil VCS

Le PAMT, une formule où tout le monde y GAGNE!

Le **(PAMT)** vise à soutenir les entreprises dans le développement des compétences de leurs ressources humaines selon une formule qui a fait ses preuves: **celle du compagnonnage.** Vos employés les plus expérimentés forment des collègues en leur transmettant leur savoir-faire sur une base individuelle et structurée.

Voici quelques avantages du PAMT:

- Augmente la productivité, la compétitivité et le niveau de service à la clientèle
- Permet de former une relève compétente et de valoriser les employés déjà en poste
- Améliore la santé et la sécurité en milieu de travail
- **Crédits d'impôts pour stage en milieu de travail pouvant atteindre jusqu'à 9 000 $/année**

Les PAMT DISPONIBLES:

- Boucher/bouchère de détail;
- Pâtissier/pâtissière;
- Boulanger/boulangère;
- Poissonnier/poissonnière.

Commission des partenaires du marché du travail Québec

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

Pour tous les détails sur le PAMT, communiquez avec nous en visitant notre site Internet : **www.csmoca.org**

FÉLICITATIONS AUX LAURÉATS 2014!

Les prix ont été dévoilés lors du dîner gala de L'Événement Marketing, le 26 novembre 2014, organisé par le Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation.

Prix innovation en alimentation 2014

LE GRAND LAURÉAT 2014

Veg Pro International inc. pour ses **Sautés santé de style asiatique**

LES LAURÉATS 2014

CATÉGORIE **TECHNOLOGIE ET PRODUCTIVITÉ**

Olymel pour son **projet de réutilisation des eaux usées traitées dans une usine d'abattage de porcs**

CATÉGORIE **PRODUITS NOUVEAUX OU AMÉLIORÉS**

Chocolats et confiseries
1. **Choco-Mango chocolats complices des vins** pour sa **gamme de Chocolats complices des vins**

Jus et boissons
2. **Trans-Herb inc.** pour **Four O'Clock collection printemps-été de thés et tisanes**

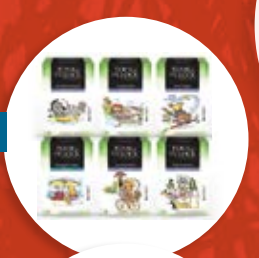
Mets préparés (secs, réfrigérés, surgelés)
3. **Veg Pro International inc.** pour ses **Sautés santé de style asiatique**

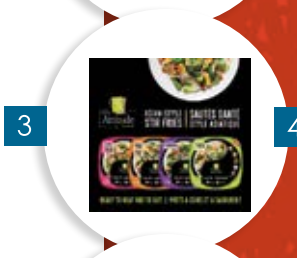
Produits de longue conservation et réfrigérés
4. **La Fraisonnée** pour sa **Tartinade de fruit et chocolat en 4 saveurs**

Produits de viandes, volailles, poissons et fruits de mer
5. **Olymel** pour **Quisine de Flamingo**

Produits laitiers et substituts, produits à base de soya
6. **Aliments Ultima inc.** pour **lögo Moment**

1


2


3

4

5

6

LES FINALISTES 2014

- **A. Lassonde inc.** pour **Oasis Smoothie framboise-cerise-grenade et yogourt grec**
- **Biolivea** pour sa **gamme d'huiles Biolivea**
- **La fourmi bionique** pour son **Granola Édition spéciale: mélange chocolatier**
- **Rougié** pour sa **Gamme de foie gras Au pied de cochon et La ferme Rougié**
- **Exceldor** pour sa **Gamme d'ailes de poulet surgelées**

Présenté par

CTAC Conseil de la transformation agroalimentaire et des produits de consommation

Partenaires

Desjardins · Banque Laurentienne · TransformAction · L'actualité ALIMENTAIRE · les affaires · Banque Nationale

LE 13 ET 14 AVRIL, 2015 – VANCOUVER CONVENTION CENTRE

GSF 2015

@CFIGFCEI
/CFIGFCEI
www.cfig.ca/gsf

GROCERY & Specialty FOOD WEST

SAVIEZ-VOUS ?

AU QUÉBEC, IL EXISTE DEUX TYPES DE VEAU.

VEAU du QUÉBEC

QUE VOUS CHOISISSIEZ L'UN OU L'AUTRE, CE SERA TOUJOURS UNE VIANDE BIEN DE CHEZ NOUS : NUTRITIVE, SAVOUREUSE ET EXCELLENTE POUR LES MIJOTÉS !

VEAUQUEBEC.COM

Veau de grain
du Québec certifié
www.veaudegrain.com

Tendre Raffiné
Veau de lait du Québec
www.veaudelait.com

ACTUALITÉ DES TCAQ

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

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

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

VENDRE DES ALIMENTS DE PRÉPARATION RÉGIONALE

Dans le cadre de son Projet pilote en commercialisation locale dans les MRC d'Argenteuil et des Laurentides, la TCAL poursuit la rédaction d'un guide de bonnes pratiques associées à la mise en marché régionale, tout en continuant de favoriser le maillage entre entrepreneurs et détaillants des deux MRC.

Du côté du guide de mise en marché, les efforts conjoints de la TCAL, du MAPAQ et des CLD des Laurentides et d'Argenteuil ont permis de mener à terme deux documents synthèses qui décrivent respectivement la situation de l'agriculteur producteur qui désire mettre en marché ses produits bruts (viandes, fruits, légumes, œufs, etc.) et celle du transformateur qui désire mettre en marché des produits bruts qu'il achète et qu'il prépare. Les documents synthèses permettront aux artisans de saveurs d'être mieux préparés par rapport aux exigences législatives associées à la mise en marché dans les commerces de détail et aux détaillants d'être à même de mieux comprendre les règles qui modulent l'offre de produits artisanaux auxquels ils voudraient avoir accès. Consultez ces documents en format électronique à l'adresse suivante : www.agrolaurentides.qc.ca/outils

En ce qui a trait aux tentatives de maillage, la TCAL a réalisé qu'autant les artisans que les détaillants souhaitent obtenir une aide à la promotion des produits vendus en magasin notamment via des dégustations. L'initiative d'unité mobile « Laurentides j'y goûte, j'en mange » permettra d'évaluer la faisabilité sur le terrain (où, quand, comment et à quel coût) d'un service de cueillette puis de dégustation en magasin. Cette phase initiale, partiellement financée dans le cadre du projet pilote, permettra d'établir les conditions nécessaires à la viabilité financière du projet, l'objectif étant d'offrir ce service de dégustation de manière permanente, à forfait et à un coût minime pour les producteurs et détaillants laurentiens intéressés. Plus d'information : info@agrolaurentides.qc.ca ou au 450 971-5110 poste 6506.

PROJET D'AMBASSADEURS CROQUEZ L'OUTAOUAIS!

Suite à la mise en place de la campagne Découvrez les produits de l'Outaouais qui vise à mettre en valeur les produits de l'Outaouais sur les tablettes (voir l'édition Avril-Mai 2014 du RADAR), voilà que la Table agroalimentaire de l'Outaouais (TAO) propose aux entreprises participantes un nouveau service complémentaire qui maximisera encore plus leur visibilité.

En effet, grâce au support du MAPAQ et de la Conférence régionale des élus de l'Outaouais, la TAO offre désormais un service clé en main de dégustation en magasin aux entreprises qui souhaitent faire découvrir leur produit directement auprès des clients des supermarchés. Ainsi, pour un prix similaire à celui d'un service du même genre auprès d'une firme spécialisée, les entreprises de l'Outaouais ont accès à une ressource dynamique et compétente, une ressource qui connaît leur entreprise, leurs produits, la réalité du secteur agroalimentaire et qui est capable de se faire l'avocat de l'achat local, le tout accompagné d'un visuel porteur et original qui rehausse le kiosque. Fait expressément pour attirer l'attention des consommateurs en succursale, cet accompagnement permet d'authentifier la provenance du produit, ce qui importe de plus en plus pour les consommateurs.

En relation directe avec notre agent de commercialisation agroalimentaire, cette initiative, nous l'espérons, permettra aux entreprises de la région désireuses de percer le marché du détail d'avoir l'accompagnement nécessaire au développement de leur marché. Un guide présentant plus en détails le projet sera distribué sous peu aux détaillants de l'Outaouais.

Pour toute question ou commentaire, contactez M. Vincent Philibert, directeur, TAO, 819 281-7676 ou tao@agro-outaouais.com.

INSCRIVEZ-VOUS DÈS MAINTENANT !

FORMULAIRE

52e TOURNOI DE GOLF ANNUEL DE L'A.D.A.

19 MAI 2015

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 8 mai 2015. Aucun remboursement après cette date. Pour plus d'information : 514.982.0104 poste 231.

COMMANDITE

Je désire prendre la commandite :

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

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)			

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

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

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

SOUPER
Comprend : cocktail et souper.

MODE DE PAIEMENT

☐ Facturez-moi

☐ Par chèque

LIBELLER À A.D.A. ET POSTER À :
2120, rue Sherbrooke Est
Bureau 900
Montréal (Québec)
H2K 1C3

arneg
CANADA

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

COMPTOIR PRODUITS LAITIERS

TEMPÉRATURE DE SUCCION
+20°F

MODÈLE PL05-5
BTU/PI: 1425

COMPTOIR PRODUITS LAITIERS AVEC PORTES

DISPONIBLE ÉGALEMENT AVEC CHARGEMENT ARRIÈRE

TEMPÉRATURE DE SUCCION
+34°F

MODÈLE MONTRÉAL
BTU/PI: 330

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