



VOLUME 1 – NUMÉRO 3 – OCTOBRE 2021

LE JOURNAL

DE LA FÉDÉRATION DES
COOPÉRATIVES D'ALIMENTATION
DU QUÉBEC



**Notre réseau,
votre force !**



**Vous avez
dit local ?**

› Page 6



**Les nouvelles
du réseau**

› Page 14



**Bio par-ci,
bio par-là...**

› Page 24



ICI COOP – La Fédération, c'est un éventail de services et de projets novateurs offerts aux coopératives d'alimentation qui en sont membres. Que ce soit par des services-conseils pour améliorer le rendement des entreprises, par des ententes de services commerciaux pour favoriser les économies, par la mise en route de nouveaux projets d'intercoopération ou par la représentation dans le monde de l'alimentation, la Fédération veille à ce que le réseau ICI COOP et ses membres deviennent un incontournable dans le milieu.

Notre réseau : votre force

Bien ancré dans le portrait alimentaire du Québec, le modèle coopératif gagne en pertinence grâce au principe d'économie collaborative qui le caractérise et à son empreinte marquée dans le milieu. Peu importe leur taille, les coopératives du réseau sont guidées par les mêmes principes et valeurs, auxquels s'ajoute la nécessité de s'alimenter localement et de protéger l'environnement.

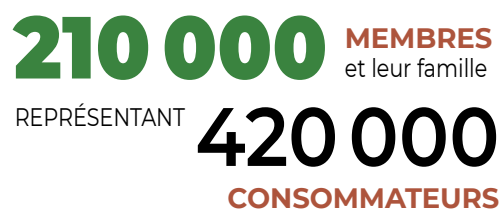
Les coopératives membres sont au cœur du réseau ICI COOP. Aujourd'hui, ce dernier regroupe plus de 75 coopératives d'alimentation à travers le Québec et la péninsule acadienne, représentant 100 points de vente. Elles sont présentes dans 14 régions administratives du Québec, en plus de couvrir certains secteurs du Nouveau-Brunswick.

Les points de vente sont majoritairement approvisionnés par un grossiste, soit Sobeys, Metro ou Loblaw, tandis que d'autres travaillent sous une bannière indépendante et s'approvisionnent chez différents distributeurs. Certaines sont présentes depuis plus de 80 ans dans leur communauté, tandis que d'autres le sont depuis tout récemment. Ces entreprises sont des acteurs importants de la vie économique et sociale des milieux qu'elles desservent.

Aujourd'hui, le réseau ICI COOP, c'est :



Un imposant **REGROUPEMENT D'INTELLIGENCES COMMERCIALES** en contexte coopératif



Un nombre de clients réguliers non membres estimé à environ **380 000** **CONSOMMATEURS** additionnels

Les coopératives d'alimentation servent quelque



Environ



Les coopératives du réseau ICI COOP

01 Bas-Saint-Laurent	2010 Relais Saint-André, coop de solidarité	06 Montréal	2017 Le Trois-Mâts, coopérative de solidarité	11 Gaspésie–Îles-de-la-Madeleine	2011 Chez Philo, coopérative de solidarité d'alimentation
1942 Magasin coop Notre-Dame-du-Lac	2019 BIZZ coop de solidarité en alimentation locale	2017 Coopérative de solidarité en alimentation Montréal-Est	2017 Coopérative de solidarité de Bellevue	1940 Magasin coop Caplan Saint-Alphonse	2013 Coopérative multiservices de Sacré-Cœur-de-Marie
1942 Magasin coop de Trois-Pistoles	03 Capitale-Nationale	2019 Coopérative de solidarité de Bellevue	07 Outaouais	1941 Magasin coop Bonaventure	2016 Coop de solidarité de Saint-Nérée-de-Bellechasse
1945 Alimentation coop Mont-Carmel	1938 Coopérative des consommateurs de Charlesbourg	2006 Épicerie de l'île de Hull, coop de solidarité	08 Abitibi-Témiscamingue	1941 Magasin coop de Maria	2017 Magasin de l'Isle, Coopérative
1966 Magasin coop de Saint-Fabien	1938 Coopérative des consommateurs de Lorette (Convivio)	1972 Club coopératif de consommation d'Amos	1972 Club coopératif de consommation d'Amos	1942 Association coopérative des consommateurs de Percé	2018 Avantis Coopérative
1977 Coopérative d'aliments naturels Alina de Rimouski	1975 Coopérative des consommateurs de Sainte-Foy	1975 Club coopératif de consommation de Mont-Brun	1975 Club coopératif de consommation de Mont-Brun	1942 Magasin coop de Saint-André, coopérative de solidarité	2019 Coopérative de solidarité des Méandres
1991 Club coopératif de consommation de la Vallée (Amqui)	1997 Magasin coop Baie-Sainte-Catherine	09 Côte-Nord	1978 Coopérative des consommateurs de Fermont	1942 Magasin coop de Havre-aux-Maisons (IDL M)	14 Lanaudière
2004 Épicerie de Saint-Vianney, coopérative de solidarité	2009 Coopérative d'alimentation de Rivière-à-Pierre	1983 Coopérative de consommation de l'île d'Anticosti	1983 Coopérative de consommation de l'île d'Anticosti	1943 Magasin coop L'Unité de Lavernière (IDL M)	2018 Vie et cie, l'épicerie d'aujourd'hui, coopérative de solidarité
2004 Alimentation coop La Pocatière	2017 Épicerie Le Haricot Magique, coopérative de solidarité	1996 Magasin coop des 5 Rivières	1996 Magasin coop des 5 Rivières	1945 Magasin coop L'Éveil (IDL M)	2010 Novago Coopérative
2005 Coop alimentaire de Saint-Noël	05 Estrie	2004 Alimentation coop de Port-Cartier	2004 Alimentation coop de Port-Cartier	1976 Club coopératif de consommation de Chandler	15 Laurentides
2011 Alimentation coop Rimouski	1939 Coop alimentaire de la région d'Asbestos	2008 Coopérative de solidarité de Rivière-Pentecôte	2008 Coopérative de solidarité de Rivière-Pentecôte	1947 Magasin coop de Saint-Victor	2020 Coopérative de Val-des-Lacs
2019 Coopérative de solidarité de Saint-Luc	1942 Association coopérative de La Patrie	12 Chaudière-Appalaches	1938 Coopérative de consommateurs de Fermont	1961 Magasin coop de Montmagny	17 Centre-du-Québec
02 Saguenay–Lac-Saint-Jean	1946 Magasin coop de solidarité Lac-Drolet	1938 Coopérative de consommateurs de Saint-Méthode-de-Frontenac	1938 Coopérative de consommateurs de Saint-Méthode-de-Frontenac	1939 Magasin coop La Paix de Saint-Jean-Port-Joli	1939 Magasin coop de Plessisville
1941 Coopérative Albanel	1974 Coopérative La Grande Ruche	1939 Magasin coop de Saint-Anselme	1939 Magasin coop de Saint-Anselme	1941 Magasin coop de Maria	1978 Coopérative d'alimentation saine et biologique La Manne
1958 Coopérative de consommation Petit-Saguenay	1979 Coopérative d'Alentour Grossiste en alimentation naturelle des Cantons-de-l'Est	1939 Magasin coop de Saint-Pamphile	1939 Magasin coop de Saint-Pamphile	1942 Association coopérative des consommateurs de Percé	2000 L'épicerie de Durham-Sud, coop de solidarité
1960 Coopérative d'approvisionnement de Chambord	2019 Coopérative de solidarité Val-Horizon	1947 Magasin coop de Sainte-Perpétue	1947 Magasin coop de Sainte-Perpétue	1942 Association coopérative des consommateurs de Percé	2005 Coopérative de solidarité La Marielandaise
1960 Coopérative des consommateurs d'Alma		1947 Magasin coop de Saint-Victor	1947 Magasin coop de Saint-Victor	1942 Association coopérative des consommateurs de Percé	2015 VIVACO groupe coopératif
		1961 Magasin coop de Montmagny	1961 Magasin coop de Montmagny	1942 Association coopérative des consommateurs de Percé	2018 Coop de solidarité de Saint-Sylvere
		1976 Coop Sainte-Justine	1976 Coop Sainte-Justine	1942 Association coopérative des consommateurs de Percé	Nouveau-Brunswick
		2009 Coopérative de solidarité et de services de Saints-Anges	2009 Coopérative de solidarité et de services de Saints-Anges	1942 Association coopérative des consommateurs de Percé	1940 Société coopérative de Lamèque Itée
				1942 Association coopérative des consommateurs de Percé	1955 Coopérative Cartier Itée



FÉDÉRATION DES **COOP**ÉRATIVES
D'ALIMENTATION DU QUÉBEC

ICI COOP – La Fédération regroupe plus de 75 coopératives alimentaires à travers le Québec et la péninsule acadienne. Elle offre une expertise variée en appui aux coops existantes ou en processus de démarrage. L'offre de services s'étend de la gestion interne au développement de marché, en passant par l'accompagnement en vie coopérative et la gestion de l'image et des communications.

Le journal **ICI COOP** est publié deux fois par année. Toute traduction, reproduction ou adaptation des textes et images est interdite sans autorisation de la FCAQ.

☎ 418 650.1235
@ info@ici.coop
🌐 ici.coop | fcaq.coop
f ICI COOP

ICI COOP – Le journal

Infographisme
Martin Dufour

Révision linguistique
Stéphanie Tétreault

Permanence de la FCAQ

Michel Ferland – Directeur général

Véronique Proulx – Directrice administrative

Hélène Francoeur – Directrice des services-conseils

Michelle Pelletier – Directrice
développement réseau

Valérie Bissonnette – Directrice du marketing
et des communications

Alain Fournier – Directeur de la commercialisation

Olivier Riopel – Conseiller aux membres

Stéphane Pelletier – Conseiller aux membres

Mylène Gill – Conseillère développement réseau

Alex Demers – Chargée de projets

Mélanie Archibald – Adjointe à la direction
administrative

Conseil d'administration

Jean-Roch Michaud – Président

Paul Bourget – Vice-président

Suzanne Corriveau – Trésorière

Réjean Laflamme – Secrétaire

Administrateurs

Éric Audy

Louis-H. Campagna

Valérie Désyroy

Christine Dionne

Denis Gigault

Michel Lambert

Pierre Roy

SOMMAIRE

Mot du président	4
Message du directeur général	4
Être membre du réseau ICI COOP : avantages et services	5
Vous avez dit local ?	6
Page Facebook d'entreprise : comment en maximiser l'utilisation	8
Démarrage d'une coopérative d'alimentation	10
Co-operators :	
Notre engagement envers une meilleure santé mentale	
Avantages aux membres de la Fédération	12
L'intermarché	13
Les nouvelles du réseau	14
Portraits de coop	18
Portraits d'employés	20
Convivio IGA Extra Chauveau veut transformer l'expérience client !	22
C'est quoi, le bio, au juste ?	24
Être administrateur d'une coopérative d'alimentation : un rôle important	26
M'COOP : un programme d'avantages pour les membres des coopératives du réseau ICI COOP	27
L'intercoopération fait la force !	28
Dexero : le meilleur outil de gestion pour vos membres	30

Vous souhaitez devenir partenaire ?

Vous souhaitez ajouter une adresse à notre liste d'envoi ?

Vous souhaitez devenir membre de la FCAQ ?

Écrivez-nous à info@ici.coop.



Découvrez-en davantage sur le réseau ICI COOP, la Fédération et sur ses services en consultant les pages 2 et 5 du journal.



JEAN-ROCH MICHAUD
Président du conseil d'administration,
ICI COOP - La Fédération

Mot du président

C'est avec une grande joie que je m'adresse à vous pour la première fois en tant que président du conseil d'administration d'ICI COOP - La Fédération. C'est un plaisir pour moi de m'impliquer dans notre fédération et un honneur d'en être élu à la présidence.

Le dynamisme démontré par l'équipe au cours des dernières années explique grandement mon désir d'en faire plus pour notre merveilleux réseau. Cette équipe a écrit et promeut qu'« une coopérative d'alimentation nourrit d'abord les gens de son milieu, mais place davantage le bien-être de sa communauté au centre de ses actions ». Cette affirmation, remplie de vérité, exprime précisément ce qui motive mon implication en tant que président d'Alimentation Coop Rimouski depuis près de 10 ans, et maintenant au sein du CA de notre fédération.

Les projets d'envergure sur lesquels travaillent notre directeur général Michel Ferland et son équipe dévouée

permettront, à terme, de mieux positionner la coopération dans l'écosystème de l'alimentation au Québec. Quel bonheur aurons-nous à inaugurer notre premier magasin ICI COOP! Quelle joie avons-nous déjà à déguster les produits ICI COOP! Et quelle fierté éprouvons-nous à la mise en place de nouveaux programmes et services pour les coops membres de la Fédération, dont M'COOP (pour nos membres) ou le journal dont vous faites présentement la lecture!

En parcourant les pages du journal, vous serez à même de constater, tout comme moi, la diversité des champs d'intérêt évoqués et l'énergie qui se déploie pour faire des coops d'alimentation des acteurs socioéconomiques de grande importance.

Au grand plaisir de travailler avec vous, pour vous et pour vos communautés!



MICHEL FERLAND
Directeur général,
ICI COOP - La Fédération

Message du directeur général

Chers membres et partenaires,

Au moment où j'écris ces mots, le Québec annonce de nouveaux assouplissements aux restrictions mises en place pour contrer la propagation de la pandémie. Un vent de fraîcheur se pointe et enivre la population, excitée de pouvoir se rassembler de nouveau. Nous pouvons enfin rêver d'un retour à la normale.

C'est motivés par cette énergie que nous avons préparé ce numéro du journal **ICI COOP**. Nous traiterons de sujets innovants, d'actualité et tournés vers l'avenir. Nous souhaitons aussi vous outiller pour mieux relever les défis, tant opérationnels qu'associatifs, que vous vivez au quotidien.

Notre équipe connaît aussi des changements. Luc Ouellet et Gilda Chapados nous ont quittés pour une retraite bien méritée. Je les remercie chaleureusement pour leur contribution et leur dévouement envers nos membres et la grande famille coop. De nouveaux visages s'ajouteront sous peu pour poursuivre dans le chemin qu'ils auront tracé.

Nous avons également de nouveaux visages au sein du conseil d'administration. Notre nouveau président, Jean-Roch Michaud, saura mettre à profit son expérience acquise à titre de président d'Alimentation Coop Rimouski et son grand bagage professionnel. Pierre Roy, président du Magasin Coop La Paix de Saint-Jean-Port-Joli, viendra également bonifier notre CA par sa connaissance du monde coopératif et du développement économique.

Nos efforts et initiatives à développer notre réseau commencent à porter fruit et notre famille ne cesse de grandir. De nouveaux membres nous aident à rester à l'affût des nouvelles tendances et nous amènent à élargir notre offre de services.

ICI COOP - La Fédération est une grande famille unie par ses différences et ses valeurs coopératives. Je souhaite que nous puissions tous nous réunir sous peu pour échanger sur nos défis et nos aspirations, mais surtout parce que vous nous manquez!

À bientôt!

Nouveaux membres au sein du conseil d'administration

À la suite des élections de l'assemblée générale annuelle du 25 mai, ICI COOP - La Fédération a accueilli deux nouveaux membres :

Jean-Roch Michaud, président

Le conseil d'administration accueille M. Michaud pour un premier mandat. Également président du conseil d'administration d'Alimentation Coop Rimouski depuis 2012, M. Michaud siège à d'autres conseils dans sa ville. Il est donc très impliqué pour sa communauté depuis plusieurs années. C'est un honneur de le compter parmi nous aujourd'hui.

Pierre Roy, administrateur

M. Roy prend également place au conseil d'administration pour la première fois. Il cumule 32 ans d'expérience en développement de projets coopératifs : coopératives de travailleurs, de solidarité, de service et de consommation. M. Roy est également président du Magasin Coop La Paix de Saint-Jean-Port-Joli et de la Caisse Desjardins du Nord de L'Islet. Nous sommes heureux de l'accueillir!

RÉÉLECTION AU SEIN DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Une candidate qui siégeait au CA de la Fédération et dont le mandat arrivait à échéance a été réélue:

Suzanne Corriveau, trésorière

Directrice générale, Magasin Coop de Plessisville

Être membre du réseau ICI COOP

QUELS AVANTAGES ET SERVICES?

ICI COOP - La Fédération propose un éventail de services et de projets novateurs aux coopératives d'alimentation qui en sont membres. Que ce soit par des services-conseils pour améliorer leur rendement, par des ententes de services commerciaux, par la mise en route de nouveaux projets d'intercoopération ou par la représentation dans le monde de l'alimentation, la Fédération veille depuis plus de 25 ans à ce que le réseau ICI COOP et ses membres demeurent des incontournables dans le milieu.

Les coopératives enrichissent à leur tour le réseau ICI COOP ainsi que la force de représentation de La Fédération, participant également à l'avancement de divers projets bénéfiques pour l'ensemble des membres. Ainsi, à travers les membres, la Fédération participe de façon durable à la croissance des individus et des communautés. Elle contribue de façon remarquable à cet écosystème alimentaire : la reconnaissance de ce réseau de coopératives fortes et pertinentes n'en est que plus grande.

ICI COOP - La Fédération est un regroupement significatif au potentiel élevé, niché au cœur d'un puissant écosystème. Une organisation motivée à devenir plus grande et plus pertinente, au profit des citoyens et citoyennes du Québec et de ses communautés.

Ensemble, nous sommes plus forts

Le secteur de l'alimentation est en constante évolution et le réseau ICI COOP, s'appuyant sur un modèle d'affaires unique et durable, prend de plus en plus de place dans le domaine. Adhérer comme membre de la Fédération, c'est non seulement devenir un acteur de premier plan pour la croissance du réseau, mais c'est également profiter de nombreux avantages :

- Participer au développement du mouvement coopératif dans l'industrie alimentaire;
- Être représenté au sein de plusieurs partenaires de développement économique et commercial de grande envergure;
- Participer à l'avancement de divers projets bénéfiques pour votre coopérative et pour l'ensemble des membres;
- Enrichir le réseau ainsi que sa pertinence;
- Profiter des services offerts par l'équipe d'experts de la Fédération;
- Obtenir des tarifs préférentiels sur les services offerts;
- Adhérer à plusieurs ententes de partenariat avec divers fournisseurs d'approvisionnement pour votre coopérative et vos membres;
- Adhérer à M'COOP, un programme d'avantages exclusifs aux membres de votre coopérative;
- Avoir accès au fonds d'intervention de la Fédération;
- Et bien plus!

Les services

L'équipe de la Fédération, composée de 11 experts aux compétences diverses, offre une panoplie de services professionnels adaptés aux besoins spécifiques de chaque coopérative. Grâce à des ententes avec divers partenaires du milieu, plusieurs services peuvent être subventionnés, ce qui réduit largement le coût des interventions. La Fédération se spécialise dans cinq grands secteurs :

OPÉRATIONS ET MANAGEMENT

- Consultation opérations/management
- Direction intérimaire
- Recrutement et/ou évaluation de la direction générale de la coopérative
- Négociations d'ententes
- Planification stratégique
- Formation/coaching
- Diagnostic ou portrait organisationnel

COMMUNICATIONS ET MARKETING

- Création de site web
- Graphisme
- Gestion des communications
- Plan de communication
- Rédaction d'infolettre ou journal format papier pour les membres
- Outils commerciaux Facebook

DÉVELOPPEMENT

- Étude de faisabilité
- Accompagnement au démarrage
- Évaluation de projets de développement d'affaires
- Évaluation de la juste valeur marchande
- Vérification comptable diligente
- Vérification légale diligente

VIE ASSOCIATIVE

- Accompagnement aux rencontres de CA
- Organisation d'une assemblée générale en mode virtuel ou en présentiel
- Programme d'avantages membres M'COOP
- Formation des dirigeants - Quels sont les rôles et devoirs des administrateurs d'une coop?

SERVICES ADMINISTRATIFS

- Encadrement légal
- Démarrage d'un système comptable
- Soutien comptable





Vous avez dit LOCAL ?

Défi 100 % local! Mangez Québec! Mangeons local!



HÉLÈNE FRANCOEUR
Directrice des services-conseils,
ICI COOP - La Fédération

Voici des appels à l'action pour que les aliments consommés soient produits près de chez nous. Mais qu'est-ce que cela veut réellement dire?

Selon les Tables de concertation bioalimentaire du Québec (TCBQ), chargées du Défi 100 % local, «manger local, c'est s'approvisionner le plus près possible de chez soi. À commencer par les aliments qui poussent dans notre jardin, puis par ceux qui sont produits ou transformés par les producteurs de notre communauté ou de notre région et, finalement, par les produits du Québec tout entier¹.»

D'abord, les logos

Les consommateurs ont divers logos leur permettant de s'y retrouver en épicerie: **Aliments du Québec**, **Aliments préparés au Québec** ainsi que leur déclinaison bio, les logos d'une des 18 tables régionales (telles que **Gaspésie Gourmande** ou **Goûtez Lanaudière**), **Fourchette bleue** pour la pêche durable dans le Saint-Laurent ou encore l'adresse du producteur qui apparaît sur l'emballage (bien que cette dernière soit l'indicateur le moins fiable de tous).

¹ www.defijemangelocal.ca

Les certifications

La certification **Aliments du Québec** est accordée aux produits dont les principaux ingrédients proviennent du Québec à plus de 85% et dont toutes les activités de transformation et d'emballage sont réalisées au Québec.

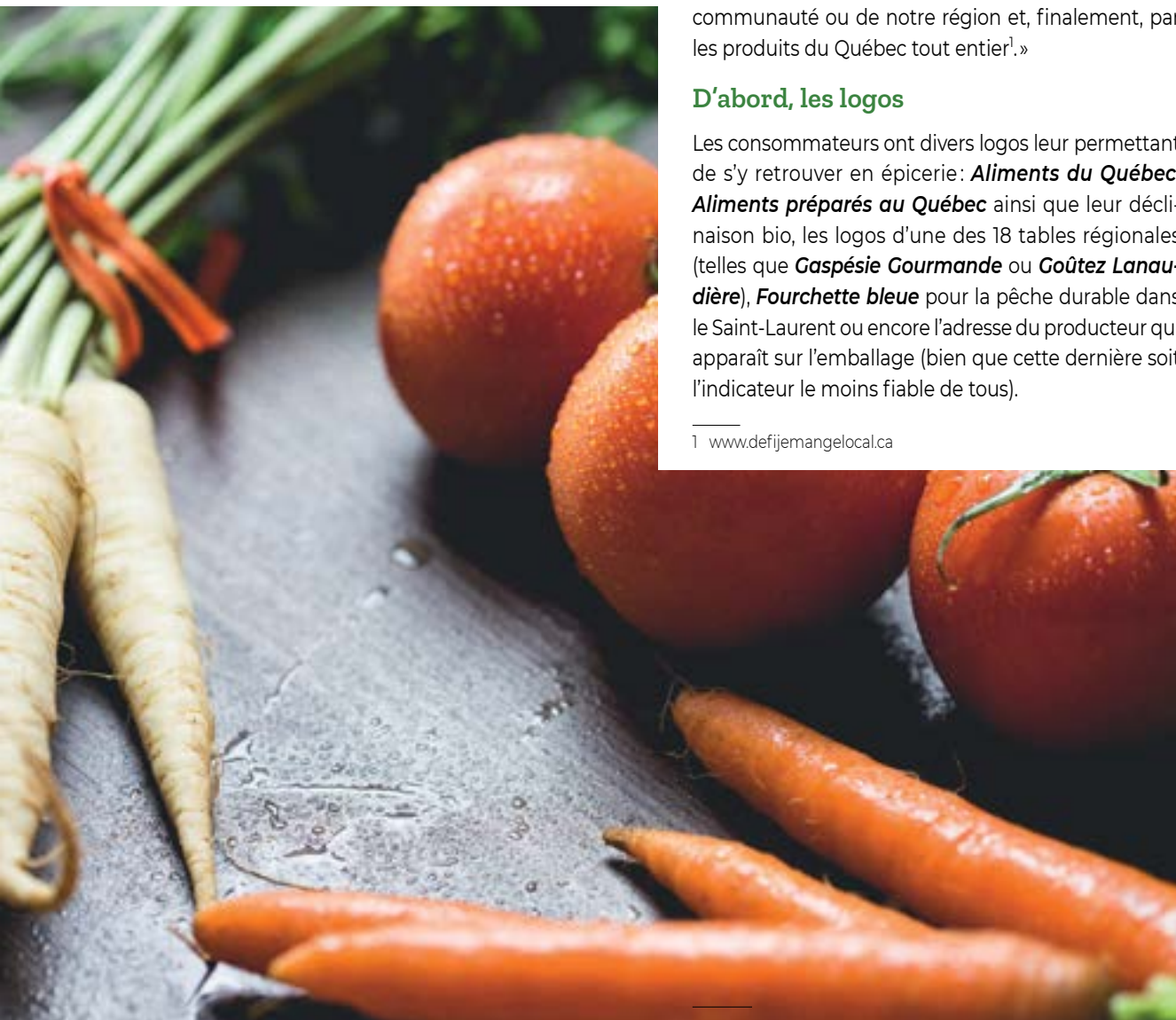
Pour sa part, la certification **Aliments préparés au Québec** est octroyée aux produits transformés et emballés au Québec. Leurs ingrédients peuvent provenir d'ailleurs en grande majorité, sauf si ces derniers sont disponibles en quantité suffisante au Québec. C'est ainsi que le café, qui ne poussera jamais au Québec, peut être considéré comme local s'il est torréfié et emballé par une entreprise du Québec. À contrario, un baklava produit au Québec avec du miel de l'Ontario ne pourra pas obtenir cette certification.

Précisons que ce sont les produits qui obtiennent l'une ou l'autre de ces certifications, et non l'entreprise qui les propose. Ainsi, une entreprise de transformation alimentaire peut préparer à la fois des aliments certifiés et d'autres qui ne le sont pas.

L'approvisionnement par le consommateur

Pour les produits frais, les consommateurs peuvent s'approvisionner chez leur fermier de famille, dans un kiosque à la ferme, au marché public ou encore en effectuant de l'autocueillette lorsque disponible. Ils ont d'ailleurs accès à une multitude de plateformes virtuelles pour s'y retrouver, dont le site web *Mangeons local* de l'Union des producteurs agricoles et *Mangez Québec* de l'Association des producteurs maraîchers du Québec.

Cela dit, s'approvisionner soi-même peut prendre beaucoup de temps et engendrer de longs déplacements. C'est pourquoi l'épicerie demeure le lieu de prédilection pour s'approvisionner en denrées locales.



Quelques logos de produits locaux québécois



L'approvisionnement par les grossistes

Les grossistes, partenaires des coopératives d'alimentation, sont bien au fait de la demande grandissante pour les produits locaux. Metro s'est doté d'une politique d'achat local, qui se décline en un programme visant à offrir une vitrine de choix pour les produits régionaux, à devenir partenaire des associations de producteurs et à être un allié des fournisseurs innovants.

Sobeys et ses bannières IGA proposent une étiquette *Produit d'ici* afin d'aider les consommateurs à mieux repérer les produits faits au Québec, tout en travaillant avec les producteurs et transformateurs du Canada pour que leurs produits puissent être distribués dans leurs magasins.

Et les coops?

Auprès des coopératives d'alimentation indépendantes, qui ne sont donc pas approvisionnées par un grossiste, la définition d'un produit local est à «géographie variable».

Pour la Coop d'Alentour, dont le point de vente est situé à Sherbrooke, un produit est identifié local s'il est produit et/ou transformé en Estrie. Pour sa division distribution, un produit est identifié local s'il provient du Québec. Pour la Coopérative de solidarité Val-Horizon, qui prévoit d'ouvrir son point de vente à Windsor, les produits locaux proviendront de la MRC du Val-Saint-François. Ainsi, une même région, mais trois définitions.



Des produits locaux repérables et à prix compétitifs

Dans le précédent numéro du journal **ICI COOP**, l'achat local était identifié comme une tendance bien réelle (article *Zoom sur les 10 tendances en alimentation en 2021*). Qu'on soit affilié à un grossiste ou non, il semble de plus en plus certain que les épiciers ont tout avantage à faire une place de choix aux produits locaux, peu importe la définition retenue.

Les consommateurs donnent de l'importance aux produits locaux et souhaitent en faire l'achat. Or, bien que l'appui à l'économie locale soit le plus grand motivateur à la consommation de ces produits, le prix pourrait en être le plus grand frein². Il importe donc d'assurer aux consommateurs la présence de produits locaux, facilement repérables et à prix compétitifs!

² www.sadc.org/post/ac-achat-local-resultats-sondage-leger

QUI EST HÉLÈNE FRANCOEUR?

Curieuse et touche à tout, Hélène est tombée dans la marmite de l'épicerie lorsqu'elle s'est jointe à l'équipe d'ICI COOP – La Fédération en 2018. En plus de coordonner l'équipe des services-conseils et de veiller à développer de nouveaux services aux membres, elle cherche toujours à en apprendre davantage sur le merveilleux monde de l'alimentation. Sa motivation demeure toujours la même : rendre les coopératives d'alimentation plus fortes, plus prospères et plus performantes afin d'assurer la pérennité des entreprises et la satisfaction de leurs membres.



DA

DÉTAILLANT ALIMENTAIRE

UN MÉDIA QUI S'ADRESSE À VOUS,
GESTIONNAIRES ET EXPLOITANTS D'ÉPICERIES
ET DE COMMERCE ALIMENTAIRES DE PROXIMITÉ

EN UN CLIN D'OEIL TOUTE L'ACTUALITÉ DE VOTRE
SECTEUR ABONNEZ-VOUS GRATUITEMENT
detaillantalimentaire.com

SUIVEZ-NOUS

-  /detaillantalimentaire
-  /detaillantalimentaire
-  /detaillant-alimentaire

Des questions?

Contactez-nous à info@detaillantalimentaire.com

UNE ÉQUIPE IMPATIENTE
DE VOUS SERVIR!

Comment en maximiser l'utilisation



VALÉRIE BISSONNETTE

Directrice du marketing
et des communications,
ICI COOP – La Fédération

À l'ère des communications numériques, les entreprises doivent s'assurer d'être présentes sur les différentes plateformes web interactives. C'est facile d'en comprendre la pertinence, mais comment faire pour y assurer une place marquée, efficace et, surtout, pertinente ?

On ne peut pas trop se tromper en affirmant aujourd'hui que les dirigeants d'entreprise d'ici comprennent en majorité l'importance d'être présents sur les réseaux sociaux, de propager une bonne image numérique et de faire de la promotion sur le Web. Or, répondre aux questions « par où commencer ? » et « comment le faire efficacement ? » est toujours plus ardu.

À ce jour, il est vrai que plusieurs entreprises sont présentes dans l'univers du numérique grâce à une page Facebook, mais assurer un impact pertinent ne se limite pas à être présentes. Il faut y publier régulièrement du contenu pertinent, toujours intéresser notre clientèle cible et, surtout, mesurer les actions réalisées.

Ensemble, entrons dans ce monde fascinant qu'est Facebook.

Une plateforme d'échanges de contenu où le dialogue est roi

Avec la venue des médias sociaux et toute la transformation de l'interactivité en temps réel qu'ils entraînent, on parle davantage de dialogue entre l'internaute et l'entreprise suivie. Aujourd'hui, votre client peut échanger en temps réel avec vous sur votre place publique numérique, partager son appréciation ou sa désapprobation face à vous, et influencer la perception et l'appréciation des membres de votre communauté.

Tous ces éléments changent complètement la façon de créer des annonces publicitaires et des campagnes de communication sur le Web. C'est donc vrai que Facebook est considéré comme un média social, mais c'est beaucoup plus.

C'est devenu un outil de communication tellement important qu'il s'est transformé en un « verbe » et une « action » dans le langage familier des internautes. Facebook agit même à titre de moteur de recherche puisque les gens vont sur la plate-

forme pour obtenir de l'information sur une entreprise, avant même de rechercher sur Google. C'est donc une plateforme beaucoup plus complexe que seulement un lieu d'échanges et de partage de contenu.

Il faut également savoir que, depuis 2018, Facebook priorise le contenu publié par vos proches, « vos amis ». Le réseau social a donc annoncé que le contenu publié par votre famille, vos connaissances et les groupes dont vous êtes membre sera diffusé en premier dans votre fil d'actualité. En d'autres mots, le contenu public diffusé par des pages appartenant à des entreprises ne sera plus autant présenté aux internautes.

Avec ce facteur en tête, il est d'autant plus important :

- de créer du contenu engageant plus que jamais ;
- d'investir en publicité sur le réseau et de savoir comment le faire.

Voici quelques principes très importants à suivre pour vous assurer de publier du contenu pertinent et de faire de la publicité efficace afin d'augmenter votre portée et votre présence numérique :

1. Écrivez des textes courts, interactifs et « punchés » :

La perception d'une marque se construit au fil du temps, une actualité après l'autre. Chaque publication doit avoir son propre sens, tout en faisant partie de l'histoire globale de votre marque. Pensez à votre audience lorsque vous cherchez l'inspiration. Les publications de votre page doivent être le miroir de votre entreprise, sans pour autant donner l'impression d'être des publicités. Les publications corporatives proposant un texte de 15 lignes sur un ton de communiqué de presse ne sont ni pertinentes ni intéressantes pour vos internautes. Vous devez attirer rapidement l'œil de votre clientèle en rédigeant des phrases courtes et précises qui vont droit au but. Les gens passent rapidement sur le contenu ; ils doivent donc être incités à consulter votre publication en un clin d'œil.

2. Publiez un contenu attractif à l'aide d'une image représentative :

Faites en sorte que le visuel de vos publications attire le regard. L'image ou la photo choisie pour accompagner votre texte est primordiale. En alimentation, on remarque parfois des images ou des photos qui non seulement ne font pas vendre le produit de la publication, mais qui procurent tout l'effet contraire et nous découragent de l'acheter. Par exemple, un ragoût de boulettes, c'est rarement attirant en photo, mais il faut le rendre attractif. Si ça ne fonctionne pas, ne le publiez pas.



3. Rédigez du contenu informatif mais aussi émotif, donc pas seulement du contenu pour vendre quelque chose : C'est primordial de ne pas seulement diffuser des publications pour vendre un produit. Il faut publier du contenu pour développer une relation avec votre client, pour mettre un visage sur votre entreprise et pour lui laisser une porte d'entrée pour vous découvrir. Que ce soit par quelques petites vidéos explicatives comme un «saviez-vous que?» qui explique différents concepts importants ou en présentant quelques membres de votre équipe, vous établirez cette relation plus humaine avec vos internautes.

4. Utilisez des vidéos pour expliquer un concept : La vidéo demeure un excellent moyen de faire découvrir l'univers de votre entreprise, de transmettre une bonne image ou de diffuser du contenu plus long que ce qu'on peut écrire dans un texte fixe. En effet, les gens s'arrêtent cinq fois plus longtemps sur une vidéo que sur une publication statique. Les études sur le comportement des utilisateurs Facebook démontrent également que la vidéo suscite par nature plus d'intérêt auprès de votre communauté.

5. Répondez rapidement aux messages et aux commentaires : Les internautes s'attendent à avoir une réponse dans un très court délai, peu importe l'heure ou le moment de la journée. À travers Facebook, ils oublient ces barrières et s'imaginent avoir accès à vous en direct, au moment opportun pour eux. Si vous ne fournissez pas un bon taux de «temps de réponse» sur votre page, elle «perd de la valeur» en algorithmes de Facebook et sera relayée au second plan dans le fil d'actualité de vos clients. Il ne faut jamais oublier également qu'une publication ou un commentaire négatif qui n'est pas géré peut avoir de grandes répercussions, et ce, très rapidement.

6. Mesurez vos publications : Que serait l'utilisation d'une plateforme de contenu sans la consultation des statistiques de celle-ci? C'est extrêmement important d'analyser les statistiques d'une page Facebook pour connaître votre public cible, la portée de vos publications, les meilleurs moments de la journée où votre communauté est connectée, etc. Il y a une tonne de statistiques disponibles sur cette plateforme. Pour faire un tour rapide de votre page, regardez principalement :

- **La portée :** La portée (*reach*) indique le nombre de personnes ayant vu votre contenu. C'est certainement un des indicateurs les plus importants puisque vous observez en un coup d'œil si votre publication a été diffusée massivement ou, au contraire, si elle a eu une faible visibilité. Cet indicateur de notoriété est un incontournable, d'autant plus qu'un de vos objectifs principaux consiste à être vu et lu.

- **La mesure de vos interactions :** Les interactions englobent toutes les personnes ayant cliqué au moins une fois sur votre publication: «j'aime», partage, clic sur un lien, visionnement d'une vidéo, etc. Elles constituent un autre indicateur clé puisqu'elles démontrent l'engagement de vos abonnés vis-à-vis de chacune de vos publications. Petit bémol: c'est également important de toujours garder un petit recul sur ces mesures d'interactions puisque ce n'est pas parce que vous avez moins de «j'aime» ou de partages que ça n'a pas provoqué une vente ou un intérêt de la part de l'internaute.

- **Les heures de présence de votre communauté :** Il n'y a pas vraiment de science pour déterminer le meilleur moment pour publier sur Facebook. Évidemment, il y a des moments clés où l'affluence sur la plateforme est plus grande, mais la statistique de votre propre page qui vous indique quand votre communauté est présente vous permet de cibler votre public, et non celui du voisin. Ça vous permet donc d'ajuster vos moments de publications selon votre clientèle et rend vos publications beaucoup plus performantes.

En résumé, c'est vrai qu'il faut assurer une présence sur Facebook par le biais d'une page entreprise. Toutefois, c'est aussi vrai que publier du contenu si aucun objectif n'est clairement défini est une perte de temps et d'argent considérable. Vous devez définir la raison de votre présence sur cette plateforme, ce que vous souhaitez y transmettre, et déterminer la manière de le transmettre pour que ce soit pertinent et efficace.

Vous devez également y consacrer du temps. C'est un investissement considérable de se rendre disponible en tout temps sur cette plateforme. C'est aussi un endroit où vous rendez votre entreprise vulnérable aux commentaires publics, aux discussions et aux recommandations de vos internautes, sans avoir votre mot à dire.

Bref, Facebook demeure une plateforme où une entreprise peut acquérir une grande communauté et une notoriété impeccable, tant que le contenu qui y est diffusé demeure pertinent et que le temps investi est une priorité.

QUI EST VALÉRIE BISSONNETTE ?

Travaillant dans le milieu coopératif depuis près de 9 ans, Valérie cumule les expériences en communication marketing auprès de plusieurs entreprises dans la région de Québec. Elle répondra à tous vos besoins en marketing relationnel, réalisation de site web ou gestion de médias sociaux. Valérie saura vous concocter des offres de projet sur mesure, adaptées à votre réalité commerciale et organisationnelle.

DÉMARRAGE D'UNE COOPÉRATIVE D'ALIMENTATION

Un rêve, c'est fait pour se réaliser !



MICHELLE PELLETIER
Directrice développement réseau,
ICI COOP - La Fédération

Dans les deux premiers numéros du journal **ICI COOP**, nous vous parlions des démarches pour la mise sur pied d'une coopérative d'alimentation, soit l'idéation, l'analyse de faisabilité et le type de coop. Il est maintenant temps de parler du plan d'affaires et du financement de votre projet.

Plan d'affaires

Le plan d'affaires doit être accrocheur et exposer les idées maîtresses de votre projet. Plus il est clair, plus les gens croiront au projet. Le rapport d'analyse de faisabilité contient déjà plusieurs points qui peuvent être utilisés pour le plan d'affaires. Il vous fait donc gagner du temps.

- A.** Description de votre projet (produits ou services offerts)
- B.** Présentation du type d'entreprise
- C.** Identification de la mission de l'entreprise
- D.** Description de la vision de l'entreprise
- E.** Description des valeurs de l'entreprise
- F.** Brève présentation des forces des promoteurs
- G.** Description du marché, de la clientèle et de la concurrence
- H.** Prévisions financières et financement.

Le plan d'affaires doit être clair et concis. Portez une attention particulière à la présentation, à la mise en page, à l'orthographe et à la construction des phrases. Le soin apporté à la présentation et à la préparation de votre sommaire témoigne du soin que vous êtes prêt à apporter à la réalisation de votre projet.

Financement

Cet aspect est soutenu par un écosystème structurant qui propose des fonds par un ensemble complémentaire d'institutions offrant des produits financiers distincts. Ces institutions proposent des stratégies de soutien aux entreprises du secteur qui ont une mission sociale claire et pertinente à titre d'entreprises collectives et qui exploitent de manière efficiente une activité économique.

Notre expérience indique qu'il faut un ensemble d'acteurs financiers pour répondre aux besoins des coopératives. Ces acteurs agissent différemment et de manière complémentaire, selon leur ouverture au risque, leur exigence de rendement, la taille des opérations et le stade de vie de l'entreprise.

Produits financiers

Les produits financiers peuvent couvrir le prêt traditionnel appuyé sur des garanties, le prêt doté d'un moratoire de remboursement, le prêt sans garantie ou encore avec garantie de rang moindre ainsi que le financement patient.



Selon le produit financier offert, l'institution portera un jugement sur les garanties réelles (pour les prêts traditionnels), sur la rentabilité financière (pour le financement remboursable flexible ou sans garantie) ou sur l'utilité sociale (pour les parts et subventions). Il arrive souvent que les types de financement se conjuguent afin de construire une architecture de financement équilibrée.

Subventions à l'acquisition

Enfin, il existe diverses subventions à l'acquisition. Plusieurs partenaires sont impliqués à divers paliers (gouvernemental, régional, Réseau d'investissement social du Québec [RISQ], Centre de transfert d'entreprise du Québec [CTEQ] et plus). Ces subventions peuvent s'appliquer en complément d'un prêt, pour l'embauche de prédémarrage, pour le transfert d'entreprise, etc.

La diversification des institutions et la complémentarité de leurs produits permettent de répondre à des besoins distincts des entreprises. C'est ainsi qu'un montage financier solide prendra en considération l'implication de plusieurs partenaires.

Nous pouvons vous aider !

La recherche de financement dans ce contexte peut sembler complexe pour une coopérative en processus de démarrage. Or, avec un plan d'affaires bien établi et un projet solide, ICI COOP – La Fédération peut l'accompagner tout au long de cette quête.

Dans le prochain numéro du journal **ICI COOP**, nous parlerons des dernières étapes menant à l'ouverture d'une coopérative d'alimentation.

Vous rêvez de démarrer une coopérative d'alimentation ou souhaitez obtenir plus d'informations ?

Contactez l'équipe à FCAQ-DEV@fcaq.coop!

QUI EST MICHELLE PELLETIER ?

Pluridisciplinaire, Michelle possède plusieurs cordes à son arc. Elle a œuvré dans divers postes en gestion, notamment celui de directrice générale d'une coop d'alimentation pendant plus de huit ans. Forte de cette expérience et de son bagage de connaissances, elle travaille principalement à évaluer la pertinence et la faisabilité des projets de développement, ainsi qu'à conseiller les coopératives dans leur démarche de financement et d'acquisition. Son œil aiguisé de gestionnaire de coop d'alimentation fait de Michelle une professionnelle pluridisciplinaire accomplie au service des coopératives et de leur communauté.



Partenaire incontournable de la croissance des coopératives d'ici



Notre engagement envers une meilleure santé mentale

La dernière année a apporté son lot de défis et de changements qui ont déstabilisé notre quotidien. Notre santé mentale a plus que jamais été mise à l'épreuve.

Il est bon de savoir comment l'anxiété peut se manifester et comment identifier nos propres déclencheurs émotionnels afin de mieux les comprendre et les gérer. La peur, le stress et l'inquiétude sont normaux en temps de crise.

N'hésitez donc pas à dynamiser votre routine quotidienne grâce à ces conseils de vie et de mieux-être qui amélioreront votre résilience physique, mentale et financière.

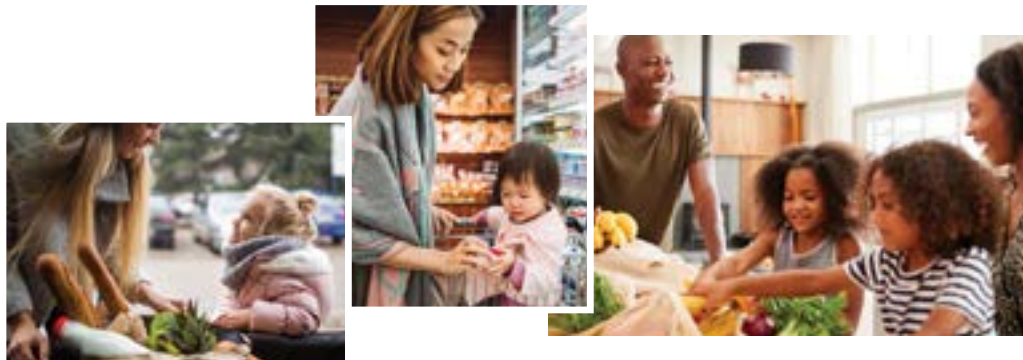
Voici quelques conseils pour prendre soin de vous

- Restez informé, mais accordez-vous des pauses des bulletins d'information
- Ayez un bon horaire de sommeil
- Mangez des repas sains et équilibrés (et variés!)
- Faites régulièrement de l'exercice
- Pratiquez la pleine conscience par la méditation, des étirements, des respirations profondes
- Concentrez-vous sur les aspects positifs de votre vie
- Faites preuve de bienveillance et d'empathie envers vous-même et les autres

Quel lien peut-il y avoir avec l'assurance?

Les inquiétudes financières peuvent être source de stress. Prenez le temps de parler avec votre représentant. Se savoir bien assuré et savoir que vos finances sont en ordre est plus important que jamais.

- Songez à souscrire une assurance maladies graves. Si vous tombez gravement malade ou que vous vous blessez au point de ne plus pouvoir travailler, cette assurance vous aidera à payer les factures et à maintenir le mode de vie de votre famille.
- Examinez votre police d'assurance vie et veillez à ce que votre famille soit bien protégée au cas où il vous arrivait quelque chose.
- Révisitez votre plan de retraite. Si vous avez des REER ou d'autres placements, déterminez les rajustements à faire pour vous assurer une retraite confortable.



Découvrez les avantages aux membres

En tant que membre de votre coopérative d'alimentation, vous avez accès à des économies et une protection d'assurance à valeur ajoutée offertes par Co-operators :

- Assurance habitation bonifiée – Accès à des couvertures supplémentaires à un taux préférentiel ou nominal.
- Obtenez un rabais allant jusqu'à 5 % sur le taux de base des polices d'assurance habitation admissibles.
- Assurance auto – Obtenez un taux préférentiel selon votre province de résidence.*
- Profitez d'un rabais allant jusqu'à 10 % sur le taux de base des polices d'assurance voyage admissibles.†

Pour en savoir plus, communiquez avec votre représentant de Co-operators ou visitez le www.cooperators.ca/avantagesauxmembres.



FÉDÉRATION DES COOPÉRATIVES D'ALIMENTATION DU QUÉBEC

Habitation Automobile Vie Placements Entreprise Voyage



L'intermarché



L'intermarché

À propos de L'intermarché

À la fin des années 1980, Provigo cherchait une bannière pour combler un écart entre les magasins Axep et Provigo existants. Le projet de création de cette nouvelle bannière « intermédiaire » était un effort de collaboration et, après plusieurs discussions et groupes de discussion, le nom L'intermarché a été choisi, avec « Inter » représentant la marque « intermédiaire » créée en 1989. Cette bannière a changé la donne dans l'industrie à l'époque, avec plusieurs des premiers magasins L'intermarché, comme celui de Portneuf, toujours en activité aujourd'hui.



À propos d'Axep

Lancée en 1981, la bannière Axep était axée sur une expérience de magasinage pratique. « AX » représente « accès » et « EP » représente « épicerie » !

À propos de Provigo Québec

- Plus de 400 magasins
- Plus de 25 000 employés
- En 2019, Loblaw Québec a acheté pour 148 M\$ de fruits et légumes de producteurs locaux du Québec
- Quelques-unes des marques les plus populaires au Canada : **PC, sans nom, Life**



Visiter notre site web : lintermarche.ca ou axep.ca

Courriel : developpementdesaffaires@loblaw.ca



Ce qui nous distingue

- Autonomie : le marchand peut prendre ses propres décisions
- Accès aux produits exclusifs de deux marques les plus vendues au pays : Le Choix du Président et sans nom
- Événements et programmes promotionnels en magasin
- Soutien de nos directeurs de district expérimentés
- Bureau régional à Montréal
- Voyage tous les deux ans.

Nos services

- Une **CIRCULAIRE HEBDOMADAIRE** avec des prix promotionnels compétitifs
- Des **PROMOTIONS** et des commandes d'événements spéciaux
- **PRIX DE DÉTAIL** suggérés
- Accès à du **MATÉRIEL PUBLICITAIRE** lié aux événements promotionnels
- **PLATEFORME** de commandes entièrement intégrée
- **VISITES OPÉRATIONNELLES** aidant au maintien des normes d'entreprise
- Support de **SPÉCIALISTES** en sécurité alimentaire.

« Nous avons eu un de nos meilleurs trimestres depuis 2006... En plus, depuis nos rénovations, nos employés sont plus motivés et plus engagés. »

Anny Brouillette,
L'intermarché de Saint-Esprit (Lanaudière)



LES NOUVELLES DU RÉSEAU

ICI COOP – La Fédération accueille de nouveaux membres



**Coopérative d'Alentour,
grossiste en
alimentation naturelle
des Cantons-de-l'Est**

Sherbrooke, région de l'Estrie

Depuis 1979

La Coop d'Alentour comporte deux divisions: le centre de distribution et l'épicerie santé. Le centre de distribution pour les commerces de détail se spécialise en produits d'alimentation naturels et biologiques, et livre partout au Québec. L'épicerie santé, ouverte à tous, propose une vaste gamme de produits santé et en vrac.



**Coopérative de solidarité
Val-Horizon**

**MRC du Val-Saint-François,
région de l'Estrie**

Depuis 2019

Val-Horizon est une coopérative de solidarité qui a pour mission de rassembler les producteurs, les agrotransformateurs et les transformateurs du Val-Saint-François autour d'un lieu de vente et de mise en marché locale. Puisque le projet est en développement, le point de vente ouvrira ses portes en 2022.



**Coop de solidarité de
Saint-Nérée-de-Bellechasse**

**Saint-Nérée-de-Bellechasse,
région de Chaudière-Appalaches**

Depuis 2016

Les démarches ont débuté en 2014 grâce à quelques citoyens dans le but d'assurer à la population la présence d'une épicerie de proximité. La coopérative est exploitée sous la bannière Marché Ami Plus (Metro). Elle offre également un service de casse-croûte et de traiteur.



**Magasin de l'Isle,
Coopérative**

**Isle-aux-Grues, région de
Chaudière-Appalaches**

Depuis 2017

Le Magasin de l'Isle a vu le jour à la suite de la fermeture du seul dépanneur existant dans le village. La coopérative est installée dans un charmant bâtiment construit en 1904 et offre principalement des produits du terroir.

Coopérative de solidarité de Montréal-Est

Montréal-Est, région de Montréal

Depuis 2017

Le projet vise à offrir aux citoyennes et citoyens de L'Est de Montréal l'accès à une alimentation saine et locale dans un territoire à forte densité de désert alimentaire. La coopérative travaille à améliorer l'accessibilité aux fruits et légumes, une priorité décrétée par le Laboratoire de santé publique du Québec pour la promotion de la santé.

NOUVEAUX ARRIVANTS DANS LE RÉSEAU

**Keven Lacombe,
directeur général**
Magasin Coop La Paix
Saint-Jean-Port-Joli, région
de Chaudière-Appalaches

Guillaume Lamarche
Coopérative d'aliments
naturels Alina de Rimouski
Rimouski, région du
Bas-Saint-Laurent

Raymond Duclos
Magasin Coop de
Saint-Anselme
Saint-Anselme, région de
Chaudière-Appalaches



RÉNOVATIONS



Magasin Coop de solidarité Lac-Drolet

TRANSITION VERS LA BANNIÈRE MARCHÉ AMI

En avril, à la suite de plusieurs mois d'amélioration et de rénovation, la Coop de solidarité Lac-Drolet a officialisé sa transition de la bannière L'Intermarché (Loblaw) vers la bannière Marché Ami (Metro). Beaucoup d'efforts ont été nécessaires pour réaliser

une telle transition, mais les membres et la clientèle ont fait preuve de patience et de compréhension. Aujourd'hui, ils sont plus que satisfaits de ces changements. Bravo pour ce beau projet! Nous sommes persuadés que vos efforts seront récompensés!

Coopérative des consommateurs de Lorette (Convivio)

INAUGURATION DU NOUVEAU MAGASIN CHAUVEAU

Au printemps, Convivio procédait à l'inauguration officielle de son nouveau magasin situé sur l'avenue Chauveau, à Québec. Grâce à plusieurs grands travaux, cette succursale est désormais plus grande et entièrement rénovée dans le but d'offrir une meilleure expérience aux membres et à la clientèle. Bravo pour cette réussite!



Magasin Coop de Montmagny

OUVERTURE D'UN MINI CHOCOLATS FAVORIS

En juillet, après un mois de rénovation jour et nuit, le IGA Extra de Montmagny ouvrait les portes de son tout nouveau Mini Chocolats Favoris, situé directement à l'intérieur du magasin. Une terrasse a également été aménagée à l'extérieur. La coopérative,

toujours proactive, représente le sixième magasin IGA de la province à offrir les produits glacés de la fameuse chocolaterie à ses membres et à sa clientèle. Quelle belle façon de terminer son épicerie! Félicitations pour la réalisation de ce beau projet!



LES NOUVELLES DU RÉSEAU

Les initiatives de nos membres

Club coopératif de consommation d'Amos

LANCEMENT DU PROGRAMME M'COOP

Au printemps, lors de la 48^e assemblée générale annuelle du Club coopératif de consommation d'Amos, le lancement du nouveau programme avantages membre M'COOP a été annoncé. Ce programme, développé par ICI COOP – La Fédération, s'installe chez l'un de nos membres pour la première fois. Même si la rencontre a eu lieu en virtuel, nous pouvions sentir l'enthousiasme des membres, qui pourront désormais profiter de nombreux avantages très intéressants. Depuis cette annonce, près d'une centaine de clients sont devenus membres! Félicitations à la coop pour le travail effectué afin de rendre ce programme intéressant pour vos membres!



Pour en savoir plus sur le programme d'Amos, rendez-vous au www.membre.coop/amos. Pour en savoir plus sur le programme M'COOP, consultez la [page 27](#) du journal.

Coop alimentaire de la région d'Asbestos

UNE PETITE ATTENTION POUR LES MEMBRES DU PERSONNEL

Depuis des mois, les employés et employées de la Coop Metro Plus d'Asbestos sont fidèles au poste. Ils travaillent d'arrache-pied en conservant leur bonne humeur et en maintenant un service exceptionnel pour les membres et la clientèle. Pour ces raisons, au printemps dernier, Stéphane Gosselin, directeur général de la coopérative, a offert une pause massage aux membres du personnel. Un moment de détente pleinement mérité pour devoir travailler continuellement avec un masque et pour assurer la sécurité de la clientèle. Une très belle initiative de la part de M. Gosselin!



Alimentation Coop Rimouski

CERTIFICATION DU JOUR DE LA TERRE



La coopérative Alimentation Coop Rimouski a reçu la certification bronze du Jour de la Terre pour sa succursale située sur le boulevard Jessop. C'est grâce au recyclage du carton, des huiles et du plastique que la coopérative obtient ce certificat bien mérité.

Le magasin diminue au maximum son empreinte écologique. De plus, les dons alimentaires hebdomadaires s'ajoutent également aux critères d'admissibilité. Félicitations! C'est un bel exemple à suivre pour le réseau.

Coopérative des consommateurs de Fermont

COURT MÉTRAGE DES DÉFIS DE LA VILLE NORDIQUE

En tant que seul marché d'alimentation de Fermont, la coopérative offre un service essentiel à la population. Dans le but de faire connaître ses enjeux, elle a réalisé un court portrait vidéo publié sur la chaîne YouTube de maCommunauté.

Pour en savoir plus sur les situations particulières que vit quotidiennement ce membre du réseau ICI COOP, visitez le www.youtube.com/watch?v=RN_siuaeXzQ.



ICI COOP – La Fédération remercie chaleureusement son président sortant Clément Asselin

C'est en mai, lors de l'assemblée générale annuelle d'ICI COOP – La Fédération, que son président sortant, Clément Asselin, a clôturé son implication auprès du conseil après 15 ans, dont 10 ans à titre de président.

En 2020, Clément Asselin s'est vu décerner la décoration de l'Ordre du mérite coopératif et mutualiste québécois par le Conseil québécois de la coopération et de la mutualité (CQCM). Il a reçu le 4^e degré, qui correspond au plus haut niveau de cette récompense. Les récipiendaires ont finalement été honorés lors d'un gala qui a eu lieu en formule hybride le 14 septembre.

M. Asselin a œuvré bénévolement pour le mouvement coopératif depuis 1982 auprès du Magasin Coop de Montmagny, de la Caisse Desjardins de Montmagny, de la Coopérative de développement régional de Québec-Appalaches, de la Société des coopératives pour le développement international, du Conseil québécois de la coopération et de la mutualité ainsi que du Consortium de ressources et d'expertises coopératives. Enseignant de formation, M. Asselin considère que redonner à la collectivité est une valeur fondamentale, qu'il a partagée avec tous ceux et celles qu'il a côtoyés tout au long de son implication remarquable.

ICI COOP – La Fédération est très reconnaissante de sa contribution au développement et au rayonnement de celle-ci tout au long des 15 dernières années. Nous souhaitons à M. Asselin une belle retraite et encore plusieurs projets à réaliser.

CAISSE. D'ÉCONOMIE. 50 SOLIDAIRE.

Oser. Encore et toujours.

La Caisse des mouvements sociaux,
des entreprises collectives et des
citoyens engagés, depuis 50 ans.

Rejoignez le mouvement!

caissesolidaire.coop • 1 877 647-1527

PORTRAITS de COOP

Coop alimentaire de la région d'Asbestos

511, 1^{re} Avenue, Val-des-Sources, région de l'Estrie
Metro Plus



La Coop alimentaire de la région d'Asbestos a été fondée en 1939. Après la crise économique, il était grand temps que les citoyens et citoyennes prennent le contrôle sur les prix des produits de consommation et sur leurs conditions de vie.



Ainsi, le 27 août 1939, 35 habitants apposaient leur signature sur une demande de constitution pour que soit fondée la première coopérative de consommation d'Asbestos. Seulement deux mois s'écoulèrent avant l'ouverture du magasin. Puis, 35 ans plus tard, la coopérative devenait propriétaire du futur centre commercial et s'y installait pour de bon.

Une entreprise engagée

Chaque année, la Coop alimentaire de la région d'Asbestos s'assure de répondre aux valeurs et aux principes coopératifs en contribuant au développement de sa communauté. Elle s'implique entre autres en versant des dons et commandites et en participant à divers événements tels que:

- les soupers-bénéfice de la Fondation du CSSS et des clubs Optimistes de Saint-Georges et de Val-des-Sources;
- le tournoi de golf du Camp musical de Val-des-Sources pour aider les jeunes à parfaire leur éducation en musique;
- les diverses collectes (Donnez au suivant, Club des petits déjeuners et Paniers de Noël des Filles d'Isabelle et des Chevaliers de Colomb);
- le programme Croque Santé, qui offre des bourses de 1000 \$ pour les écoles afin d'encourager les élèves à développer de saines habitudes alimentaires.

Une coopérative durable

Aujourd'hui, nous reconnaissons la Coop alimentaire de la région d'Asbestos grâce à son bâtiment à pignon qui a connu des rénovations majeures de 2,1 M\$. Ces rénovations ont permis de moderniser les installations et de créer un espace fonctionnel et convivial. La coopérative opte pour la nouveauté et le changement constant afin de demeurer à la fine pointe des marchés d'alimentation, et de répondre aux besoins et aux attentes des consommateurs de tous âges.

Nous y retrouvons régulièrement une grande diversité de nouveaux produits pour suivre les tendances alimentaires des membres et de la clientèle. Les services offerts jouent également un grand rôle dans la durabilité de la coopérative: service à l'auto, emballage, livraison, commandes téléphoniques, traiteur, menus de chef cuisinier, comptoir Aki Sushi, méchoui et bien plus! En plus de tout trouver à un seul endroit, les membres et la clientèle profitent de produits de qualité et d'une fraîcheur incomparable. C'est le meilleur service en ville, grâce aux 110 employées et employés joviaux et serviables dans un établissement agréable à visiter.

Un événement marquant

Un mois avant l'avènement de la pandémie, Stéphane Gosselin prenait place dans l'équipe de la coopérative à titre de directeur général. Son cheval de bataille est l'expérience client. Malgré cette situation à laquelle la coopérative faisait face, l'expérience client est demeurée une priorité pour lui et pour l'équipe.



Stéphane Gosselin

Également, dans le but d'aider les commerçants locataires du centre commercial, un congé de paiement leur a été offert. Du côté des membres du personnel, une prime salariale leur a été octroyée pour une période donnée afin de les remercier pour leur implication exceptionnelle.

Grâce à son dévouement, la coopérative cumule les mérites et se dit choyée de pouvoir compter sur la fidélité de ses membres. Aujourd'hui plus que jamais, la coopérative fait face à un avenir prometteur!

L'Épicerie de Durham-Sud, Coop de solidarité

100, rue de l'Hôtel-de-Ville, Durham-Sud, région du Centre-du-Québec



L'Épicerie de Durham-Sud, située au Centre-du-Québec dans la MRC de Drummond, est en activité depuis 2000. En 1998, à la suite de la fermeture du seul marché d'alimentation de Durham-Sud, le Marché Richelieu Boisvert, des discussions se sont entamées. Les citoyens et citoyennes devaient parcourir 20 kilomètres pour s'approvisionner. Trouvant cette situation inacceptable, le conseil municipal a mis sur pied un groupe de travail qui rassemblait des citoyens désireux de continuer à offrir ce service essentiel à leur communauté.

C'est alors que la décision de fonder une coopérative a été prise. Grâce à un travail acharné afin de recruter des membres et de trouver le financement initial nécessaire à la mise sur pied du projet, l'Épicerie de Durham-Sud ouvrait finalement ses portes le 14 décembre 2000.



Des rénovations plus que bénéfiques

Déjà, en août 2019, des rénovations et des réaménagements ont été effectués au magasin:

- Plusieurs unités de réfrigération ont été réaménagées;
- Un comptoir de 16 pieds a été ajouté pour bonifier l'offre de bières de microbrasserie;
- L'allée de l'agence SAQ a été réaménagée;
- Le comptoir du prêt-à-manger a doublé de superficie;
- Les comptoirs de la boucherie et des fruits et légumes ont été repensés.

Coopérative alimentaire de Val-des-Lacs

359, chemin de Val-des-Lacs, Val-des-Lacs, région des Laurentides

Indépendant

À la suite de la fermeture de l'Épicerie Val-des-Lacs en 2017, un groupe de citoyennes et citoyens engagés a commencé à réfléchir à une idée pour pallier cette perte dans la communauté. En effet, ils devaient trouver une solution afin d'offrir un service de proximité en alimentation aux citoyens et villégiateurs de Val-des-Lacs, qui devaient désormais faire plusieurs kilomètres pour avoir accès à une épicerie. Par la suite, le groupe a rapidement conclu que le modèle coopératif présentait de nombreux avantages et que l'aspect communautaire rejoignait les valeurs souhaitées de solidarité, de partage et de transparence.



Des rénovations majeures

Avant l'ouverture du magasin, le bâtiment a subi des rénovations majeures. La toiture, les fenêtres, l'affichage extérieur, le recouvrement des lucarnes et la peinture ne sont que quelques réparations que les bénévoles ont apportées à la coopérative. De plus, une subvention a permis:

- 📍 de réparer les frigos;
- 📍 de remplacer la thermopompe;
- 📍 d'acheter et d'installer une génératrice pour les frigos;
- 📍 d'aménager une toilette pour la clientèle.

Grâce à ces différents travaux, des liens se sont créés entre les gens du milieu et un sentiment renouvelé d'appartenance à la communauté s'est fait sentir.

Une ouverture attendue

C'est à la fin de 2020 que la Coopérative alimentaire de Val-des-Lacs a vu le jour dans la région des Laurentides. Grâce au soutien de ses membres, de la Coopérative de développement régional du Québec (CDRQ) Lanaudière-Laurentides, d'ICI COOP – La Fédération et de la Corporation de développement économique (CDE) de la MRC des Laurentides, ce projet a pu voir le jour rapidement.

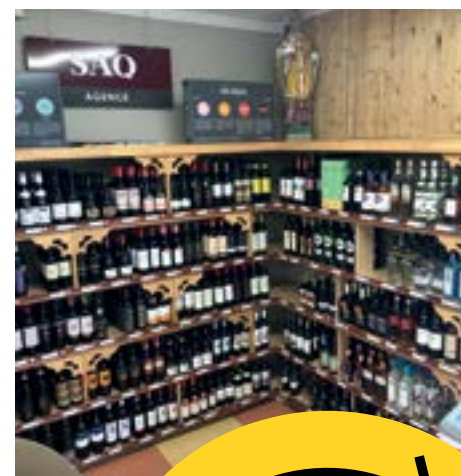
Pour plusieurs citoyennes et citoyens, ce projet est un des plus beaux de Val-des-Lacs, car plus de 40 bénévoles se sont impliqués afin de créer cet espace accueillant. Cet élan de solidarité indique que cette communauté est forte et qu'elle est prête à travailler ensemble pour obtenir un magasin à son image.



Un endroit convivial et rassembleur

Pour la Coopérative alimentaire de Val-des-Lacs, il est important d'encourager l'économie locale et les produits de la région. C'est en agissant ainsi que la coop joue un rôle dans le développement économique de sa communauté, ce qui, par conséquent, attire de nouveaux membres chaque semaine.

La coopérative compte aujourd'hui plus de 430 membres, qui ne manquent pas de mots pour exprimer leur affection envers le personnel et l'épicerie.



À l'automne suivant, à la suite de ces changements, la coopérative a rapidement constaté la satisfaction grandissante des membres et de sa clientèle. Les paniers d'épicerie se remplissent de plus en plus et les ventes explosent. Quoi de mieux que de récolter les fruits de son labeur?

Toujours plus pour les membres et la clientèle

En plus des rénovations qui ont bonifié les infrastructures de la coopérative, l'équipe a tout mis en place pour en offrir plus à sa clientèle. L'offre de produits a été augmentée dans tous les départements, mais plus spécifiquement dans ceux de la boucherie et du prêt-à-manger. Dans ces deux comptoirs, un travail de développement de produits a été réalisé afin d'offrir

des produits frais, faits maison et succulents. Également, depuis 2020, tous les produits de sandwicherie sont cuisinés sur place. Les membres et la clientèle peuvent donc profiter d'une offre alimentaire majoritairement exclusive à leur coopérative!

Bien que l'offre alimentaire soit le service le plus important pour la communauté, la coopérative développe d'autres services. En effet, elle propose un service de nettoyeur, de location de films et d'essence.

À l'Épicerie de Durham-Sud, la communauté est servie par une équipe d'environ 20 employées et employés dévoués et déterminés qui offrent un service personnalisé. L'expérience de magasinage ne peut être que bonifiée, ce qui se reflète dans la hausse constante des ventes de l'entreprise.



PORTRAITS d'EMPLOYÉS



COOPÉRATIVE D'ALIMENTS NATURELS ALINA

99, rue Saint-Germain Ouest, Rimouski, région du Bas-Saint-Laurent

Simone Canazza

Coordinateur de production

À la coop depuis 1 an

Toujours d'agréable compagnie, Simone Canazza est un chef cuisinier hors pair. Son tempérament chaleureux et intense nous rappelle ses origines latines, lesquelles se reflètent merveilleusement bien dans sa cuisine. Non seulement est-il talentueux dans l'harmonisation des saveurs, mais il se démarque également par son dévouement et par ses créations des plus raffinées. Dès son arrivée, Simone a su rayonner au sein de l'équipe de la Coop Alina. La qualité

de son travail ainsi que son implication au développement du bistro Le Bocal ont permis de donner un envol remarquable à une entreprise en plein essor. Ses qualités d'employé font de lui un candidat de choix, mais ce que nous souhaitons souligner aujourd'hui, ce sont les valeurs humaines et sociales de Simone, qui sont en accord avec celles d'une coopérative.

COOPÉRATIVE D'ALIMENTATION SAIN ET BIOLOGIQUE LA MANNE

194, rue Notre-Dame Est, Victoriaville, région du Centre-du-Québec

Violaine Hudon

Responsable du service/resto santé

À la coop depuis 14 ans

La bonne humeur et l'énergie rayonnent sur l'équipe et sur la clientèle. Les gens sont unanimes: c'est un bonheur et un privilège de côtoyer Violaine au quotidien! Lorsqu'elle s'absente pour des vacances, tous les membres du personnel et la clientèle sont impatients de la retrouver, car son absence est notable. Ses compétences au travail et ses qualités humaines sont reconnues à travers tous les comptoirs de La Manne. Violaine est une employée positive avec qui il

est facile de collaborer et elle offre un service à la clientèle toujours impeccable. Elle représente l'essence même des valeurs de la coopérative. Fille de membres fondateurs, elle a toujours baigné dans le milieu de l'alimentation saine, avec les valeurs de coopération et de développement durable. Son engagement et son attachement pour La Manne sont indéniables. Sa personnalité en or, ses valeurs et son dévouement méritent d'être soulignés.



COOPÉRATIVE DES CONSOMMATEURS DE LORETTE (CONVIVIO)

Siège social: 2295, avenue Chauveau, Québec, région de la Capitale-Nationale

Louis Duberger

Gérant de la boulangerie

À la coop depuis 39 ans

Cette année, Louis fêtera sa 40^e année au sein de notre coopérative et c'est une fierté pour nous de l'avoir au sein de l'équipe depuis tant d'années! Tout au long de sa carrière, Louis a su relever tous les défis auxquels il faisait face. Après autant d'années, nous pouvons dire que plus rien n'est à son épreuve. Leader de nature, Louis met quotidiennement cette qualité à profit auprès de son équipe. Convivio lui tient à cœur. En le côtoyant jour après jour,

nous pouvons affirmer qu'il a un fort sentiment d'appartenance envers sa coop. Employé fidèle et engagé, Louis est une source d'inspiration pour tous ceux et celles qui croisent son chemin, que ce soit ses collègues, les membres de Convivio ou la clientèle. Nous sommes reconnaissants de son travail et fiers de pouvoir le compter parmi nous. Nous lui souhaitons encore plusieurs années de plaisir au travail!

DE NOMBREUX OUTILS POUR VOS EMPLOYÉS DE LA POISSONNERIE!

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



FORMATION POISSONNIER +

Enrichissement des connaissances pour les poissonniers/poissonnières

3 MODULES

- Caractéristiques des produits marins
- Sécurité alimentaire
- Les conseils du poissonnier

LE PAMT POISSONNIER/POISSONNIÈRE MIS À JOUR!

Le programme d'apprentissage en milieu de travail est un mode d'apprentissage en emploi sous forme de compagnonnage. Il permet de former, en magasin, des employés qui désirent faire carrière en poissonnerie!

GUIDE DE LA POISSONNERIE AU QUÉBEC, maintenant en format numérique!



ENCORE PLUS D'OUTILS COMPLÉMENTAIRES

- Fiches régionales
- Fiches statistiques de métiers
- Fiches métiers

Avec l'aide financière de :

Québec

Visitez le csmoca.org et suivez-nous sur les réseaux sociaux !
Contact : info@csmoca.org | 514 499-1598



CSMOCA



ROBIN VEILLEUX
ASSURANCES & RENTES COLLECTIVES INC
CABINET DE SERVICES FINANCIERS

*Fier partenaire de la Fédération
des coopératives d'alimentation du Québec*

Solutions innovantes
en assurances collectives



CE QUI NOUS DISTINGUE



SERVICE À LA CLIENTÈLE
EXCEPTIONNEL



HAUT NIVEAU
DE CONNAISSANCES
TECHNIQUES
ET ACTUARIELLES



IDÉES ET PRODUITS
NOVATEURS



ÉQUIPE CONSTITUÉE
DE SPÉCIALISTES
EN ASSURANCES
COLLECTIVES



IMPORTANT POUVOIR
DE NÉGOCIATION
AUPRÈS DES ASSUREURS



SPÉCIALISTE EN SANTÉ
AU TRAVAIL

PLACE DE LA CITÉ – TOUR BELLE COUR

2590, boulevard Laurier, 3^e étage, bureau 300,
Québec (Québec) G1V 4M6

Téléphone : 418 658-2689 • Sans frais : 1 888 301-0515
Télécopieur : 418 658-0753 • WWW.ROBINVEILLEUX.COM

AGRANDI ET ENTIÈREMENT RÉNOVÉ

CONVIVIO IGA EXTRA CHAUVEAU veut transformer l'expérience client !

Après 18 mois de travaux et grâce à un investissement de près de 14 M\$, le magasin Convivio situé sur l'avenue Chauveau à Québec laisse place à une toute nouvelle épicerie d'exception. Agrandi et entièrement rénové, ce magasin signature de 59 000 pieds carrés propose une expérience unique pour sa clientèle et les membres de son personnel.

Afin de soutenir sa mission, qui est d'offrir le meilleur d'un supermarché coopératif et de répondre à l'appétit de découverte de sa communauté, la nouvelle épicerie offre aujourd'hui un grand nombre de nouveautés et d'exclusivités dans un décor unique, qui garantit une expérience client incomparable.

UNE CUISINE DE PRODUCTION ET SON CHEF

Le concept est appuyé par une importante cuisine de production située en mezzanine qui transforme complètement l'offre proposée à la clientèle. Menée par un chef et une importante brigade, cette cuisine alimente le désir de découverte de la clientèle avec un vaste choix de repas et produits Signé Convivio préparés au quotidien.

L'ESPACE PRÊT-À-MANGER

L'espace prêt-à-manger a été complètement transformé et accueille désormais un bar à tartares et à sushis ainsi qu'une pizzeria. Celle-ci offre des pizzas 100% faites maison et avec des ingrédients d'ici. Pour les achats rapides, quatre minicaisnes autonomes sont mises à disposition pour cet espace prêt-à-manger exceptionnel.

« Nous avons réussi à faire quelque chose de différent qui vient multiplier les possibilités en matière de solutions repas, tout en répondant à l'enjeu du temps libre dont dispose notre clientèle », déclare fièrement Yanic Drouin, directeur général de la coopérative.

Quand la situation sanitaire le permettra, le bistro, chic et moderne, pourra accueillir les clients qui souhaitent savourer leur repas dans une ambiance chaleureuse, au coin du foyer.

DE NOUVEAUX RAYONS

Par ailleurs, chacun des rayons renferme des particularités qui les différencient. Ainsi, le magasin met à l'honneur les bières de microbrasserie. L'agrandissement du rayon des vins permet d'offrir plus de choix de vins québécois et d'ailleurs.

Le tout nouvel espace santé Rachele Béry propose notamment une belle sélection de produits biologiques et sans gluten, en plus d'une grande variété de savons liquides, shampoings et produits ménagers en vrac.

Au comptoir de la boucherie, une nouvelle chambre de vieillissement des viandes a pris place pour du bœuf Sterling Silver vieilli de 58 jours.



L'espace prêt-à-manger

L'ESPACE PRÊT-À-MANGER A ÉTÉ COMPLÈTEMENT TRANSFORMÉ ET ACCUEILLE DÉSORMAIS UN BAR À TARTARES ET À SUSHIS AINSI QU'UNE PIZZÉRIA. CELLE-CI OFFRE DES PIZZAS 100% FAITES MAISON ET AVEC DES INGRÉDIENTS D'ICI.



Le département des fruits et légumes

ÉCORESPONSABILITÉ

« En plus d'offrir une plus grande diversité de produits et des exclusivités, nous tenions à adapter nos infrastructures afin de rendre notre magasin plus écoresponsable », soutient Caroline Pageau, présidente du conseil d'administration.

En effet, le magasin est équipé de nouveaux systèmes de réfrigération au CO₂, l'éclairage est aux lumières DEL et des dispositifs de brumatisseur sont installés dans le rayon des fruits et légumes et à la poissonnerie pour assurer une meilleure qualité des produits sans emballage. Des sections en vrac de produits alimentaires et de savons liquides biologiques sont proposées. De plus, le magasin fait désormais partie du réseau RechargÉco pour permettre la recharge rapide des voitures électriques avec deux bornes accessibles dans son stationnement.



La section des bières

LE BISTRO, CHIC ET MODERNE, POURRA ACCUEILLIR LES CLIENTS QUI SOUHAITENT SAVOURER LEUR REPAS DANS UNE AMBIANCE CHALEUREUSE, AU COIN DU FOYER.



La chambre de vieillissement du bœuf Sterling Silver

UN CONCEPT NOVATEUR

« Le conseil d'administration est fier d'avoir soutenu la démarche d'agrandissement du magasin. Ce concept novateur offert à la clientèle permettra à la coopérative de se démarquer quant à l'expérience client », soutient madame Pageau.

« Nous tenons à remercier chaleureusement notre clientèle et notre personnel, qui ont fait preuve de patience, et toutes les personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce projet unique », souligne monsieur Drouin.

Fondée en 1938, la Coopérative des consommateurs de Lorette Convivio rassemble aujourd'hui trois magasins IGA Extra: Chauveau, Loretteville et Val-Bélair. Elle appartient à près de 22 000 membres.



Le bistro, chic et moderne



Convivio^{MC} **IGA**
extra
Une coop qui porte fruit!

BIO PAR-CI, BIO PAR-LÀ...

C'est quoi, le bio, au juste ?



OLIVIER RIOPEL

Conseiller aux membres,
ICI COOP – La Fédération

La production biologique et la consommation d'aliments certifiés biologiques sont en forte progression depuis des années. Le marché de la production biologique est estimé à 5,4 G\$ au Canada seulement¹. Le Québec fait d'ailleurs office de précurseur au pays, car on y dénombre le plus grand nombre de fermes biologiques.

Un marché en progression

En matière de ventes, le secteur biologique est estimé à 4% du marché². Sa progression est fulgurante: le panier bio a plus que doublé en 10 ans. L'engouement n'est plus seulement un marché de niche, car les données annuelles de 2016 de la firme Nielsen démontrent que 70% des consommateurs mettent du bio dans leur panier du fait qu'il répond à leurs préoccupations concernant la santé, l'environnement et la consommation responsable.

Ça veut dire quoi, bio ?

Il est important de comprendre que, contrairement à d'autres termes ou allégations sur les emballages (ex. : « naturel » ou « sans sucre »), l'utilisation du terme « biologique » est encadrée par une loi provinciale depuis plus de 20 ans.

Pour garder les choses simples, l'appellation « biologique » est réservée exclusivement aux producteurs et transformateurs qui ont un certificat de conformité biologique, lequel est délivré par un organisme externe agréé. Ce dernier s'assure, notamment grâce à une inspection annuelle, de la conformité de l'ensemble des procédures de production au sein de l'entreprise. Les entreprises qui produisent, transforment, conditionnent et vendent des aliments biologiques doivent

se soumettre au Cahier des charges de l'appellation biologique au Québec du Conseil des appellations réservées et des termes valorisants (CARTV)³. La certification biologique encadre donc aussi la transformation hors ferme, le réemballage et la vente au détail afin de s'assurer de la conformité jusqu'au panier du client.

Plus qu'une question de pesticides

La certification biologique interdit l'utilisation de pesticides de synthèse, dont l'herbicide glyphosate, mais aussi l'utilisation des organismes génétiquement modifiés (OGM). Cela dit, c'est surtout une manière différente de concevoir l'agriculture et l'alimentation.

Selon le CARTV, « l'agriculture biologique est un mode de production qui soutient de manière durable la santé des sols et des écosystèmes. Elle s'appuie sur les processus écologiques, la biodiversité et des cycles adaptés aux conditions locales plutôt que sur l'utilisation d'intrants de synthèse⁴ ».

La certification biologique se fonde aussi sur quatre grandes valeurs:

- 1 l'écologie, qui comprend le bien-être animal
- 2 la santé des sols et des êtres humains
- 3 le principe de précaution
- 4 l'intégrité (par la traçabilité) et la confiance.

Pour Jean Hogue, directeur général de la Coop d'Alentour à Sherbrooke, la vente de produits biologiques permet d'atteindre les plus hauts standards que la coop s'est fixés en matière de qualité et de respect de l'environnement. « C'est vraiment au cœur de notre mission sociale », soutient-il.

Un mouvement de changement sur près d'un demi-siècle

Au Québec, le mouvement de l'agriculture biologique a débuté dans les années 1970. Ce mouvement de citoyens consommateurs soucieux de leur alimentation, jumelé à des producteurs préoccupés par l'impact écologique de l'agriculture, se concerte à une époque socialement très foisonnante.

C'est ainsi que les premières fermes certifiées biologiques naissent au tournant de la décennie 1980. Fait intéressant, plusieurs coopératives « alternatives » naissent à cette époque afin de vendre des aliments issus notamment de l'agriculture biologique. On pense à des coopératives toujours très dynamiques, dont la Coop La Manne de Victoriaville, la Coop Alina de Rimouski et la Coop d'Alentour, qui, nées entre 1977 et 1979, sont propulsées par un contexte social valorisant les coopératives comme modèle d'affaires.

Dans le prochain numéro du journal **ICI COOP**, nous continuerons notre dossier sur le bio en approfondissant le sujet de la certification biologique.

1 Le bio au Québec en chiffres: viragebio.craaq.qc.ca/bio-quebec/bio-chiffres/bio-chiffres (données de 2019)
2 mapaq.gouv.qc.ca/SiteCollectionDocuments/BioClips/BioClips+_2019.PDF
3 cartv.gouv.qc.ca/bio
4 cartv.gouv.qc.ca/appellations-reconnues/biologique

POUR EN SAVOIR PLUS

Guide destiné aux détaillants qui souhaitent commercialiser des produits biologiques sans emballage
cartv.gouv.qc.ca/ressources

Formation en ligne pour les détaillants sur les produits biologiques du Comité sectoriel de main-d'œuvre du commerce de l'alimentation (CSMOCA)
csmoca.org/product/module-produits-biologiques



Faire rayonner notre monde

Depuis 100 ans, nous produisons ici, transformons ici,
récoltons ici et participons au développement
et à la vigueur économique d'ici.

**Ensemble, mettons la table
pour demain.**



sollio.coop

ÊTRE ADMINISTRATEUR D'UNE COOPÉRATIVE D'ALIMENTATION

Un rôle important



HÉLÈNE FRANCOEUR

Directrice des services-conseils,
ICI COOP - La Fédération

La performance d'un marché d'alimentation repose sur plusieurs éléments : une direction générale solide entourée d'une équipe dévouée, une offre adéquate, des opérations efficaces et des clients fidèles.

Or, ce qui distingue la coopérative d'alimentation d'un autre mode d'entreprise, c'est l'implication des membres dans la gouvernance de cette dernière : une fonction très importante!

C'est par la gouvernance que l'ensemble des règles générales et politiques fondamentales se décide. Cet ensemble est par la suite mis en application par la direction de la coopérative.

l'entreprise, déterminent les grandes orientations et traduisent le tout par des décisions éclairées pour le mieux de la coopérative. Du moins, c'est l'objectif!

Bien entendu, les administrateurs bénéficient aussi d'outils pour les aider dans cette importante fonction. Ils peuvent consulter, au siège social de l'entreprise seulement, les procès-verbaux des rencontres précédentes. Ils peuvent demander des avis externes auprès de professionnels reconnus (ex. : avocats, notaires, vérificateurs comptables) pour obtenir toutes les réponses à leurs questions avant de prendre une décision importante.

De plus, la coopérative devrait tenir à jour un cartable des politiques de l'entreprise dans lequel se retrouvent toutes les politiques adoptées et mises à jour par le CA au fil du temps. Ces politiques peuvent toucher la gestion des demandes de commandites, les politiques d'achat, les politiques de traitement salarial et de bonification des employés, sans oublier les règlements généraux, les règlements d'emprunts adoptés en assemblée générale ainsi que la mission et les valeurs de l'entreprise.

Bien entendu, il revient aux administrateurs de préparer et d'adopter l'ensemble de ces politiques. Ce travail peut sembler complexe, mais facilitera grandement le déroulement des rencontres du CA ainsi que la performance de la direction générale.

Être élu(e) au sein du CA d'une coopérative d'alimentation ne veut donc pas dire devenir un(e) expert(e) dans la gestion d'un marché d'alimentation : laissons cela à la direction générale et à son équipe. Cela veut surtout dire veiller à ce que les décisions d'orientation de l'entreprise soient prises pour le bien de la coop et, ainsi, en assurer sa pérennité.

C'est un rôle important, gratifiant et parfois aussi prenant. Mais c'est surtout un rôle qui permet la poursuite des services offerts aux membres, un service essentiel et bien souvent vital pour plusieurs communautés.

Pour obtenir des informations concernant les services offerts par la FCAQ aux administrateurs des coops d'alimentation, contactez Hélène Francoeur à hfrancoeur@ici.coop.



QUI EST HÉLÈNE FRANCOEUR ?

Gestionnaire d'expérience, Hélène s'est rapidement intégrée au monde coopératif. Particulièrement douée pour saisir efficacement les besoins des membres, elle sait proposer des solutions adaptées aux besoins spécifiques de chaque entreprise. Elle coordonne l'équipe de services-conseils et voit au développement de nouveaux services aux membres, en plus de travailler de concert avec divers partenaires pour mettre en œuvre des projets d'intercoopération. Hélène offre en outre les formations aux conseils d'administration et travaille de concert avec ces derniers dans leur processus de planification stratégique.

Les membres

Les membres comptent sur leurs administrateurs élus pour bien contrôler les résultats de leur coopérative et ainsi garantir un rendement optimal.

La direction générale

La direction générale compte sur le CA pour l'aiguiller dans les relations à entretenir avec les membres (ex. : lors des demandes de commandites de la communauté) ainsi que pour prendre les décisions stratégiques afin de favoriser le développement et la pérennité de leur coopérative.

Les administrateurs élus (CA)

Les administrateurs, élus lors de l'assemblée générale des membres, permettent ainsi de poursuivre la mission de l'organisme à travers le temps, transmettent les valeurs communes qui sont propres à



Un programme d'avantages pour les membres des coopératives du réseau ICI COOP



M'COOP, c'est quoi ?

C'est un programme qui vise à stimuler et à valoriser l'adhésion des membres des coopératives d'alimentation du réseau ICI COOP, ainsi qu'à mettre en lumière l'implication des coopératives dans leur milieu respectif. Il vise à faciliter l'accessibilité au processus d'adhésion membre par une plateforme web interactive et par divers moyens technologiques en magasin. Les membres consommateurs actuels et futurs bénéficieront également d'avantages exclusifs qui les représentent.

Pourquoi M'COOP ?

Depuis quelques années, les coopératives d'alimentation doivent faire preuve d'imagination et d'ingéniosité pour recruter de nouveaux membres. Ceux qui sont assidus et fidèles sont de moins en moins nombreux, et les jeunes adultes en connaissent très peu sur le modèle coopératif. Nous remarquons également que plusieurs membres actifs dans la majorité des coopératives du réseau sont vieillissants, et les jeunes familles n'y adhèrent pas facilement.

Afin de contrer cette tendance, il est primordial de trouver des solutions pour augmenter le nombre de nouveaux membres et pour les fidéliser envers la coop. Dans cette optique, ICI COOP – La Fédération a mis sur pied ce projet de dynamisation du membership appelé M'COOP, qui se décline en quatre volets.



Les 4 volets du programme M'COOP

Volet 1 – L'IMAGE DE MARQUE

Afin de créer un impact visuel fort, attractif, inclusif et reconnu en magasin, une image et une campagne de promotion ont été développées. Cette campagne a pour but d'attirer de nouveaux membres, de valoriser le modèle coopératif, de solidifier la relation avec les membres existants et de renforcer le sentiment d'appartenance entre le membre et sa coopérative.

Volet 2 – L'ACCESSIBILITÉ

Dans le but de faciliter le processus d'adhésion membre et d'éliminer les freins, le programme propose quelques solutions technologiques simples, faciles et attirantes pour la clientèle qui songe à devenir membre. Ces outils technologiques permettent une présence autant sur le Web qu'en magasin pour rejoindre tous les groupes d'âge et ainsi accroître le nombre de membres de la coopérative.

Volet 3 – LA VALORISATION

À l'aide de ce volet, nous améliorons la gamme d'avantages offerts aux membres afin de répondre à la question que plusieurs clients se posent : Qu'est-ce que ça donne d'être membre ici ? Ils entendent souvent parler de ristournes, alors qu'elles ne sont pas garanties – elles sont parfois même inexistantes. Il est donc important d'offrir d'autres avantages exclusifs aux membres, selon le milieu et la capacité de la coopérative.

Volet 4 – L'ACCOMPAGNEMENT

Chez ICI COOP – La Fédération, on vous soutient. Nous savons que plusieurs coopératives du réseau n'ont pas les ressources nécessaires lorsque vient le temps de démarrer un nouveau projet. C'est pourquoi nous vous accompagnons dans la réalisation de toutes les étapes de la mise sur pied du programme M'COOP. Vous souhaitez en offrir encore plus à vos membres ? Pas de problème, nous sommes aussi là pour ça !

En tant que membre de la Fédération, vous souhaitez en savoir plus sur le Programme d'avantages des membres de M'COOP ? Écrivez-nous à info@ici.coop.

Vous êtes un membre consommateur ?
Rendez-vous au www.membre.coop pour en savoir plus !



UN PROGRAMME D'AVANTAGES
MEMBRE QUI M'EN DONNE PLUS

L'INTERCOOPÉRATION fait la force !



Avez-vous la conviction que nous pouvons construire un monde meilleur, plus coopératif ? C'est le mandat de SOCODEVI depuis trois décennies ! Cet organisme contribue à améliorer les conditions de vie des communautés en aidant à créer et à renforcer des entreprises coopératives et mutuelles durables et inclusives. Au cours de la dernière année seulement, ses activités ont eu des impacts dans la vie de 1,2 million de personnes !

Dans certaines régions du monde, en raison du confinement lié à la pandémie cette année, les mieux nantis n'ont eu qu'un très mince avant-goût de l'asphyxie causée par un pouvoir d'action réduit. Ce pouvoir d'action diminué, c'est ce que peuvent ressentir les populations les plus isolées, marginalisées, discriminées et pauvres de la planète. C'est ce que vivent certaines personnes toute leur vie.

À SOCODEVI, l'équipe est plus que jamais convaincue du pouvoir de l'entrepreneuriat solidaire pour améliorer de manière durable les capacités d'agir et les conditions de vie des femmes, des familles et des générations futures. Avec l'appui de son réseau de membres, dont ICI COOP – La Fédération depuis 2007, SOCODEVI pose des actions qui peuvent apporter encore plus de changements positifs dans la vie des gens.

Ses priorités sont claires depuis le début de la pandémie et l'organisation s'y est rapidement adaptée. Partons à la découverte de quelques initiatives !



Atelier de couture de serviettes hygiéniques avec des femmes coopératrices de la Côte d'Ivoire

Tisser des liens, c'est synergique !

Depuis mars 2020, SOCODEVI a créé encore plus de nouveaux partenariats dynamiques et synergiques avec des organisations de la société civile, des gouvernements et des entreprises privées pour mieux soutenir les communautés les plus marginalisées.

La lutte aux violences basées sur le genre (VBG) est devenue une priorité. Au Québec comme ailleurs, ces tristes violences dont les femmes sont les principales victimes ont augmenté en raison de masculinités négatives, des mesures de confinement et du stress économique qui y est associé. Pour y remédier, SOCODEVI s'est notamment alliée avec des services de police et des organisations locales pour prévenir et dénoncer les VBG au Ghana et pour protéger les victimes: une innovation sociale qui promet de perdurer.



Distribution d'intrants agricoles pour des jardins familiaux en Bolivie, en alliance avec les autorités municipales

Au Honduras comme ailleurs, le travail avec les comités dédiés à l'égalité des genres au sein même des entreprises associatives appuyées par SOCODEVI a permis d'agir promptement pour contrer les violences au sein des familles membres.

Parmi d'autres exemples de synergies, une trentaine de femmes coopératrices de la Côte d'Ivoire, alors plus affectées par les impacts économiques de la crise sanitaire que par le virus lui-même, ont reçu une formation en couture pour fabriquer et commercialiser des produits d'hygiène féminine dans le cadre d'un financement supplémentaire du Canada. Cela permet de contrer la hausse des prix de ces produits de première nécessité et d'assurer l'inclusion économique de ces femmes.

« SOCODEVI s'occupe vraiment du bien-être des productrices de cacao. La pandémie de COVID-19 a tout rendu cher sur le marché, affirme Diane Ebrottié, membre de la coopérative FAHO en Côte d'Ivoire. Grâce à la formation, on pourra utiliser l'argent qu'on dépensait pour acheter les serviettes jetables pour autres choses aussi importantes pour la famille, comme la nourriture ou les fournitures scolaires des enfants. »

En Bolivie, dans le département isolé et aride du Chuquisaca, les équipes de SOCODEVI ont rapidement mis en place un plan d'urgence, en collaboration avec les municipalités. L'initiative vise à garantir des soins de santé décentes à plus de 5000 familles, mais aussi à limiter leur exclusion géographique et socioéconomique.

D'ailleurs, en Bolivie comme dans plusieurs autres pays, la radio permet d'augmenter la portée des interventions: environ 2,5 millions de personnes ont eu accès à certaines des formations ! Les équipes ont adapté des contenus des Champs-écoles SOCODEVI (qui impliquent des rassemblements

fréquents de familles) pour en faire des radios-écoles lorsque nécessaire. Des personnes de diverses régions, participantes ou non des projets, ont pu ou peuvent encore écouter des émissions sur l'égalité des genres, sur l'environnement, sur les finances, sur le jardinage, sur le leadership ainsi que sur la santé et l'hygiène.

En Amérique latine et en Afrique, SOCODEVI travaille aussi avec des coopératives et des associations agricoles pour faciliter la création de jardins familiaux et communautaires afin d'éviter les pénuries alimentaires et les perturbations du transport.

Un réseau solidaire qui fait la différence

L'intercoopération permet toujours à SOCODEVI de se démarquer. Grâce à la technologie, les membres et le personnel des coopératives et mutuelles du réseau de SOCODEVI ont multiplié leur soutien par le partage d'expériences et par le renforcement des capacités à distance. Le réseau a aussi été au rendez-vous pour aider financièrement les apicultrices du Sénégal durant la crise sanitaire, puis les familles coopératrices honduriennes et guatémaltèques sinistrées après les ouragans Eta et Iota à l'automne 2020.

Beaucoup de ces initiatives mises en place avec les personnes et les partenaires sont là pour durer... comme si la pandémie avait propulsé la créativité, en plus de catalyser encore plus d'innovations !

Si vous aussi croyez à un monde plus résilient et solidaire, nous vous invitons de tout cœur à donner à la Fondation SOCODEVI afin qu'elle puisse bonifier ses actions. Au nom des populations avec qui elle coopère, SOCODEVI vous remercie !

Pour faire un don en un clic, rendez-vous au socodevi.org/faire-un-don.



L'équipe de SOCODEVI au Guatemala, en partenariat avec FEDECOVERA, enregistre une formation dans un studio de radio communautaire.

Natrel[®] MD

Fier partenaire des coopératives d'alimentation

Ces coopératives sont fières de propulser le lait Natrel !

Alimentation coop de Port-Cartier

Alimentation coop La Pocatière

Association coopérative agricole de La Patrie

Association coopérative de consommation de Percé

Avantis Coopérative

Club coopératif de consommation de Chandler

Club coopératif de consommation de la Vallée

Coop alimentaire de Saint-Noël

Coopérative Albanel

Coopérative d'alimentation de Rivière-à-Pierre

Coopérative de consommateurs de Saint-Méthode-de-Frontenac

Coopérative de consommation de l'île d'Anticosti

Coopérative des consommateurs de Fermont

Coopérative de solidarité de Bellevue

Coop Sainte-Justine

Magasin Alimentation coop Mont-Carmel

Magasin coop Baie-Ste-Catherine

Magasin coop Bonaventure

Magasin coop de Caplan Saint-Alphonse

Magasin coop de Maria

Magasin coop de Montmagny

Magasin coop de Saint-Anselme

Magasin coop de Saint-Fabien

Magasin coop de Sainte-Justine

Magasin coop de Sainte-Perpétue

Magasin coop de Saint-Pamphile

Magasin coop de Saint-Samuel

Magasin coop de Saint-Victor

Magasin coop de Squatec

Magasin coop des 5 Rivières

Magasin coop de Trois-Pistoles

Magasin coop La Paix de Saint-Jean-Port-Joli

Magasin coop Notre-Dame-du-Lac

Novago Coopérative



Goûtez les possibilités

Dexero : le meilleur outil de gestion pour vos membres

La gestion des données de membres peut être bien plus compliquée que ce qu'on pense. C'est pourquoi Dexero, une entreprise québécoise se spécialisant dans la gestion de données de plusieurs grandes entreprises dans la province, offre une variété de services pouvant faciliter la tâche aux coopératives du réseau ICI COOP. Trois services sont offerts : le service de base de gestion des membres et les services complémentaires de commerce en ligne (e-commerce) et de Zone membre web.

Service de base de gestion des membres

C'est le service le plus important chez Dexero, car c'est celui qui concerne les membres d'une coopérative et qui permet à cette dernière d'en faire une bonne gestion. Les bases de données comprennent des informations précieuses et, grâce à l'outil de gestion des membres, ces informations sont sécurisées, mais vous pouvez y accéder facilement en ligne où que vous soyez.

De plus, ce service offre de nombreuses possibilités qui évitent des manipulations à répétition :

- Importation de votre base de données actuelle vers l'outil Dexero;
- Analyse complète des champs de votre base de données afin de révéler certaines erreurs;
- Transfert des achats effectués par les membres dans leur compte chaque jour;
- Création et modification de la fiche d'information d'un membre;
- Importation automatique ou manuelle des données sur les achats des membres à partir de fichiers générés par les systèmes de caisses;
- Calcul de la ristourne selon les pourcentages par catégorie de produits;
- Application de la ristourne aux différents comptes de capitaux selon le pourcentage de chacun;

- Génération de chèques ou bons d'achat au montant de la ristourne;
- Génération de divers rapports;
- Mise en ligne d'un formulaire d'adhésion des membres;
- Création d'un canevas pour imprimer les cartes de membre;
- Formation du personnel pour la gestion de l'outil;
- Création de plusieurs utilisateurs pour la base de données;
- Assistance technique.

C'est grâce à ce service de base que des coopératives membres de la Fédération profitent de plusieurs options qui leur font gagner du temps et qui diminuent le risque d'erreurs potentielles.

Services complémentaires COMMERCE EN LIGNE

Ce service concerne la vente numérique. Si vous désirez vendre des cartes de membre en ligne, il est possible de le faire avec le service d'e-commerce de Dexero. Un microsite est alors créé afin de rendre disponibles des cartes de membre ou d'autres produits désirés aux potentiels clients.

L'avantage de ce service est que les informations du nouveau membre sont automatiquement transférées dans l'outil de gestion des membres et que les sommes d'argent sont versées dans votre compte web NETBANX, Paysafe ou autre. C'est une très bonne option afin d'éviter de faire manuellement des ajouts de membres. Ceux-ci pourront aussi y trouver leur bonheur en devenant membres directement de la maison.

ZONE MEMBRE WEB

La Zone membre web offre la possibilité aux membres d'accéder à leur compte et d'y modifier leurs informations (adresse, téléphone, courriel, etc.). Cette option permet de consulter les achats effectués à la coopérative, mais également d'y inclure certaines promotions exclusives. L'intégralité de la zone peut être modifiée selon les demandes et les besoins, donc il est très facile de se l'approprier en la personnalisant.

Si vous souhaitez profiter d'un ou de plusieurs des services offerts par Dexero, communiquez avec Hélène Francoeur, directrice des services-conseils d'ICI COOP – La Fédération, à l'adresse suivante :

hfrancoeur@ici.coop.

dexero

Préparez la relève!

Accueillez un stagiaire au sein de votre conseil d'administration à titre d'observateur avec droit de parole pour une période de douze mois et préparez la relève coopérative et mutualiste du Québec!

www.cqcm.coop/stages



Une initiative du



Avec le soutien de



 Desjardins

NT



L'ÉPICERIE DU COIN EST LÀ POUR RESTER !

CO

UI



**SUBVENTION • ACCOMPAGNEMENT •
FORMATION • MAILLAGE**

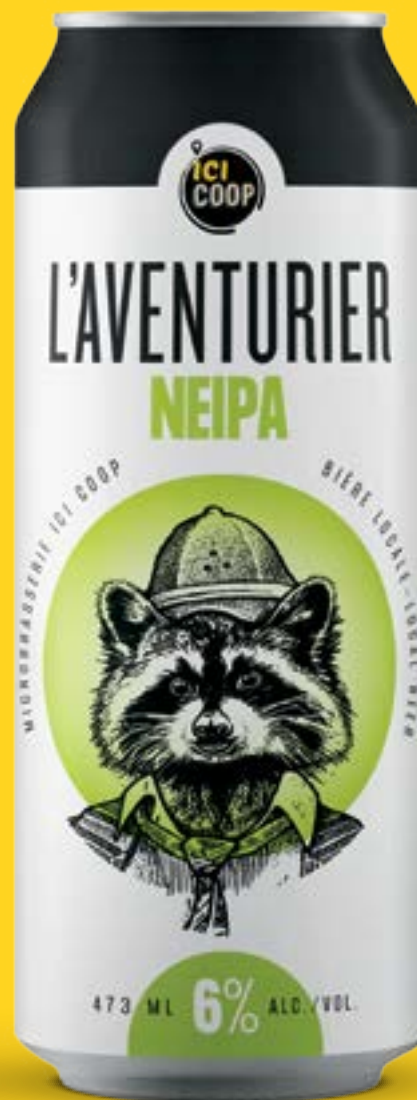
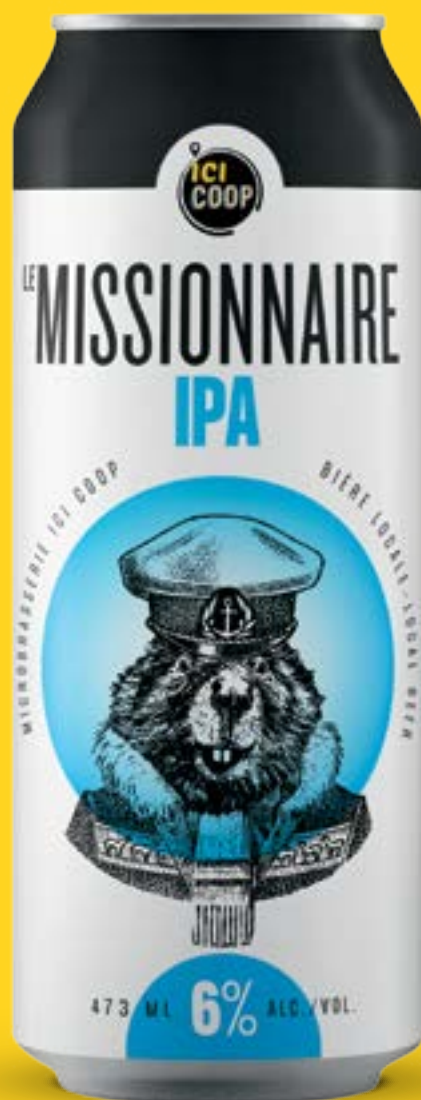
Le Centre de transfert d'entreprise du Québec est fier d'appuyer la FCAQ et ses membres dans le rachat de commerces d'alimentation de leur milieu.

LU



LES **PRODUITS**

EXCLUSIFS AUX **COOP**ÉRATIVES D'ALIMENTATION



BIENTÔT
DISPONIBLES
DANS LES **COOPS**
D'ALIMENTATION
PARTICIPANTES
DU **RÉSEAU**



POUR EN
SAVOIR PLUS,
VISITEZ
www.ici.coop

Vous êtes membre du réseau ICI COOP et souhaitez devenir distributeur?

Écrivez-nous à produits@ici.coop.