



# Capsule d'information

## INFOCOM

À l'intention des agents et fournisseurs

---

### Modifications aux catégories de produits

Suite aux nouvelles catégories de produits qui vous ont été présentées lors du dernier Blitz d'information (septembre 2008) et de leur intégration dans les planogrammes dès janvier, nous désirons vous informer des impacts de ces modifications sur INFOCOM.

#### Impacts sur INFOCOM

Ces modifications de catégories ont des conséquences sur les requêtes de données, par catégorie, du service INFOCOM. Depuis le 6 janvier 2009, tous les nouveaux noms de catégories peuvent être sélectionnés lors des requêtes. Ces nouvelles catégories sont :

- France Sud Ouest
- Régions France et vin de table
- Chili
- Vin agrobiologique
- Vin Éco-pratique
- Vin 201 à 500 ml
- Alcool et genièvre
- Liqueur & crème
- Tequila

Pour le rapport *Détails par produit*, l'historique des 13 dernières périodes est mis à jour immédiatement. Lorsqu'une catégorie est sélectionnée, le système regroupe les produits sous cette catégorie et effectue le cumul des ventes par période.

En ce qui concerne les rapports *Évolution des ventes par catégorie* et *Tendances des Ventes par Catégorie*, les historiques seront conservés sur les anciennes catégories pour la période 10 et les périodes antécédentes. À compter de la période 11, les historiques seront bâtis en suivant les nouvelles catégories. Pour les utilisateurs du *Téléchargement des données brutes*, nous vous suggérons d'effectuer une mise à jour de vos tables de référence afin d'assurer l'intégrité des données requises.

#### Notez que :

- Nous avons ajouté, sans frais, les nouvelles catégories aux abonnements concernés.
- Au terme des abonnements, les frais seront chargés en fonction des nouvelles catégories, le cas échéant.

Pour toute information supplémentaire, n'hésitez pas à contacter  
notre **S**ervice d'**A**ssistance aux **R**elations d'**A**ffaires (SARA)  
par courriel à [sara@saq.qc.ca](mailto:sara@saq.qc.ca) ou par téléphone au 514 254-2711.