



Capsule d'information

Blitz d'information de Contact 2008

À l'intention des agents et fournisseurs

Questions et réponses

Lors du Blitz d'information de Contact 2008, une période de questions s'est tenue à la toute fin de la présentation. Vous trouverez, ci-dessous les questions qui ont été posées lors de cette période et leur réponse respective :

Q. Est-ce que le directeur de la succursale va avoir la possibilité d'apposer des valeurs ajoutées au produit qui sera positionné dans l'espace *flex* afin de le faire connaître?

R. Pour pouvoir apposer des valeurs ajoutées sur le produit, deux conditions doivent être respectées. Tout d'abord, la valeur ajoutée doit être acceptée par le Service des programmes commerciaux (materiel.promotionnel@saq.qc.ca). Ensuite, le produit doit faire partie d'un programme promotionnel. Les programmes promotionnels peuvent être soumis via PromoPunch ou proposés de gré à gré en succursale. Il est donc possible d'apposer une valeur ajoutée si les deux conditions ci-dessus sont respectées. Nous allons toutefois évaluer votre requête et nous vous reviendrons prochainement avec les résultats.

Q. Suite à l'envoi des nouveaux planogrammes, en janvier 2009, quand aura lieu la prochaine évaluation de ceux-ci?

R. La prochaine évaluation des produits obligatoires et des planogrammes se fera en janvier 2010. L'analyse couvrira la période du 4 janvier 2009 au 2 janvier 2010, soit 13 périodes.

Q. L'espace *flex*, sera-t-il flexible dans la catégorie?

R. En fonction du produit choisi, l'espace *flex* sera déplacé en succursale pour positionner le produit dans son segment et permettre aux clients de le repérer plus facilement.

Q. Y a-t-il une formation de prévue avec les représentants des agences?

R. Comme nous l'avons fait lors de la dernière refonte des planogrammes, nous serons disponibles pour animer un atelier de planographie auprès de vos représentants à compter du 27 octobre. Veuillez faire part de votre intérêt auprès d'Isabelle Tucci, par courriel, à l'adresse i.tucci@saq.qc.ca.

Q. Combien y aura-t-il d'espaces *flex* par catégorie, pour chaque magasin?

R. Il y aura au moins un espace *flex* par planogramme, soit par catégorie. Dans un groupe de succursales, le nombre de *flex* va augmenter en fonction des pieds linéaires disponibles dans chacune des succursales.



Capsule d'information

Blitz d'information de Contact 2008

À l'intention des agents et fournisseurs

Q. Va-t-on savoir quels *flex* sont déjà pris versus ceux qui sont disponibles, et ce, par catégorie et par succursale?

R. Non, la gestion des *flex* et des stocks de sécurité s'y rattachant seront laissés à la discrétion de la succursale. Nous ne ferons aucune intervention au niveau de la planographie et nous ne posséderons pas l'information puisqu'un espace *flex* est en principe toujours disponible pour capter une occasion d'affaires.

Q. Peut-on avoir accès au planogramme des succursales (comme dans le milieu pharmaceutique)?

R. Le planogramme de base qui sera envoyé en succursale sera transformé en fonction du choix des produits *flex*. Nous n'aurons donc plus l'image exacte de la succursale. Par contre, nous allons regarder la possibilité de rendre disponible les planogrammes de base ou l'information qui se retrouve dans ce planogramme.

Q. Comment peut-on s'assurer de l'exécution, dans les délais, des planogrammes en succursale?

R. Au départ, nous aurons une période de transition qui s'étalera jusqu'à la fin mars pour que les succursales puissent mettre en place leur planographie. Par la suite, lors de changement par le service de la planographie, soit aux périodes 4, 8 et 12, les succursales doivent compléter leurs planogrammes dans un délai de quatre semaines.

Q. Y aura-t-il des changements en lien avec les espaces frigos? Est-ce que des *flex* sont prévus dans les frigos?

R. Dans les succursales Express, où les frigos font partie de la planographie, la nouvelle façon de faire avec l'ajout d'espace *flex* sera déployée. Pour les autres succursales, dont les frigos ne sont pas planogrammés, aucun changement ne sera apporté.

Q. Qu'arrivera-t-il aux programmes PromoPunch déjà confirmés lorsque les produits seront retirés des *flex* par les succursales?

R. Si la succursale décide de ne plus commercialiser le produit, elle pourra demander l'annulation de la promotion.

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