



Politique d'achat et de mise en marché (révision 2008)

Web Diffusion

Société des alcools du Québec
Mercredi 2 juillet 2008

Déroulement de la Web Diffusion

Déroulement de la présentation

- Présentation préenregistrée
- Période de questions
 - Faire parvenir vos questions tout au long de la présentation à l'aide de l'icône situé au bas de votre écran
 - Les gens de la Commercialisation ici présents se feront un plaisir d'y répondre à la fin de la présentation
- Après la Web Diffusion :
 - Présentation disponible sur www.saq-b2b.com
 - Vous aurez aussi la possibilité d'aller directement à la section désirée

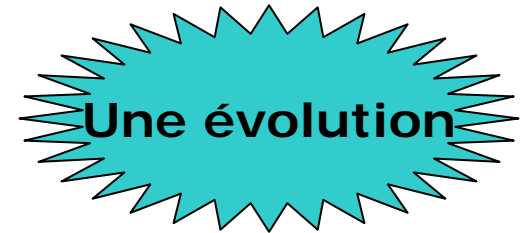
Agenda

- Introduction
- Politique révisée
 - Section par section
 - Clause par clause
- Calendrier
- Période de questions

Introduction

Améliorations et ajustements :

- Recommandations du vérificateur général
- Consultations internes
- Consultations externes
 - Discussions
 - Ateliers
- Mises à jour de nos processus



Politique révisée - Clauses

Changements mineurs

- Formulation
- Allégement du texte
- Précisions

Changements principaux

- Nouvelles orientations
- Nouvelles définitions

Priorités :

- Gestion des spécialités
- Sélection des nouveaux produits
- Distribution des produits courants
- Quotas



Section 1

La SAQ – Entreprise commerciale

La SAQ – Entreprise commerciale

Changements mineurs

- Clause 1.1 Mandat
- Clause 1.2 Exclusivité de commercialisation



Section 2

Règles générales de gestion

Règles générales de gestion

Changements mineurs

- Clause 2.1 Transactions avec les fournisseurs
- Clause 2.2 Communications électroniques*
- Clause 2.5 Consultations
- Clause 2.6 Statistiques de ventes et de stocks
- Clause 2.8 Éthique commerciale
- Clause 2.9 Lois applicables*
- Clause 2.11 Produits commercialisés en épicerie*

* Aucun changement

Règles générales de gestion

Changements principaux

- Clause 2.3 Promotion des produits
- Clause 2.4 Agents (Nouveau!)
- Clause 2.7 Relations commerciales (Nouveau!)
- Clause 2.10 Produits courants et produits de spécialité

Clause 2.3 Promotion des produits

Proposition :

- Préciser le rôle de l'agent

Modifications :

- Distinction des notions « promotions des produits » et « rôle de l'agent »
- **Nouvelle clause 2.4 Agents**

Clause 2.4 Agents

Un fournisseur peut se prévaloir des services d'un tiers (ci-après appelé « agent ») pour effectuer des activités d'ordre promotionnel en regard de ses produits.

Le fournisseur peut aussi mandater l'agent pour le représenter auprès de la SAQ à des fins spécifiques. Pour ce faire, il doit le mandater par écrit conformément à la formule de procuration disponible en ligne.

Un fournisseur doit aviser sans délai et par écrit le service responsable de la commercialisation à la SAQ, du nom de son agent et de tout changement de celui-ci. Cet avis doit indiquer les produits concernés ainsi que la date d'entrée en vigueur du changement, le cas échéant.

Le fournisseur est responsable envers la SAQ des faits et gestes de son agent. De plus, la SAQ n'intervient dans aucun litige qui pourrait survenir entre un fournisseur et son agent.



Instructions pour procuration et modèle de procuration sont disponibles en ligne au

http://www.saq-b2b.com/politique_et_normes.htm

Clause 2.7 Relations commerciales

Propositions :

- Définir nos attentes envers les fournisseurs et les agents
- Souligner l'importance d'un climat de coopération

Modification :

- Ajout d'une clause

Dans le cadre de ses relations commerciales avec ses fournisseurs et leurs représentants, la SAQ s'attend à ce que ces derniers agissent en tout temps avec civilité et courtoisie et dans un esprit coopératif qui tient compte de l'intérêt des deux parties.

Clause 2.10 Produits courants et produits de spécialité

Propositions :

- Changer la terminologie de produits réguliers à produits **courants**
- Réviser la définition de « produit de spécialité »

Modification :

- Nouvelle définition d'un produit de spécialité
 - Précisions
 - Application

Clause 2.10 Produits courants et produits de spécialité

Un produit de **spécialité** désigne :

Ancienne définition

- Toute boisson alcoolique de gamme supérieure, toute boisson alcoolique achetée en faible quantité et commercialisée lors d'opérations spécifiques
- Modalité :
 - Gamme supérieure = +25%

Nouvelle définition

- Toute boisson alcoolique **complémentaire** à la gamme des produits courants et offrant un caractère spécifique lié à la :
 - Qualité supérieure
 - Notoriété
 - Rareté
 - Découverte

Clause 2.10 Produits courants et produits de spécialité

Précisions

- La notion de **complémentarité** par l'un ou l'ensemble des éléments de notoriété, rareté, découverte ou de qualité supérieure, confirme un écart de prix qui peut varier
- Les besoins exprimés lors des appels d'offres tiendront compte des critères de complémentarité
- **Découverte** : pour faire profiter au consommateur de produits provenant de régions émergentes, la SAQ peut acquérir des produits à prix moins élevé

Clause 2.10 Produits courants et produits de spécialité

Application :

- Comité de mise en marché **hebdomadaire**
 - Composition
 - Mise en marché : Jean Chouzenoux, Benoit Beaudet, Alain Smith et autres au besoin
 - Achats : Gilles Goulet, Sébastien Leblanc et autres au besoin
 - Administration (occasionnel): Ghislaine Yergeau
 - Rôle
 - Valider les besoins spécifiques d'un appel d'offres
 - Valider les choix de présélection
 - Valider les choix de sélection finale
 - Valider les achats en gré à gré
 - Valider les demandes de reconduction
- En assurant la complémentarité à l'offre de produits courants
- En respectant le « droit à l'achat » permettant l'atteinte des objectifs de rotation de stocks

Clause 2.10 Produits courants et produits de spécialité

Application :

- Produits non conformes à la nouvelle définition
 - Transfert au répertoire courant
 - Produits réalisant 1,5 fois les quotas
 - 5 produits déjà transférés
 - 8 produits prévus en janvier 2009
 - Autres produits
 - En discussion, plusieurs scénarios à l'étude



Section 3

Gestion par catégorie

Gestion par catégorie

Changements mineurs

- Clause 3.1 Principes
 - Texte allégé
- Clause 3.2 Catégories
 - Précisions apportées

Clause 3.2 Catégories

Proposition :

- Modalités d'application insérées au texte

Modification :

Lors de sa création, une catégorie doit comprendre un nombre minimal de huit (8) produits et atteindre le montant minimal annuel de cinq millions de dollars (5 000 000\$) de ventes.

Application :

- Les catégories sont mises à jour à tous les 18 mois afin de refléter les tendances du marché
 - Les modifications seront publiées en septembre 2008



?

Liste des catégories est disponible en ligne au http://www.saq-b2b.com/politique_et_normes.htm



Section 4

Sélection des produits

Sélection des produits

Changements mineurs

- Clause 4.1 Principes
- Clause 4.5 Refus d'une offre de produit*

Changements principaux

- Clause 4.2 Offres de produits
- Clause 4.3 Processus de sélection des offres de produits
- Clause 4.4 Acceptation d'une offre de produit
- Clause 4.6 Substitution d'un produit

* Aucun changement

Clause 4.2 Offres de produits

Propositions :

- Permettre une souplesse pour mieux saisir les opportunités commerciales
- Préciser le processus de sélection hors appels d'offres

Modification :

La SAQ sollicite publiquement la présentation d'offres de tout nouveau produit. Dans le **cas spécifique des produits de spécialité**, la SAQ peut également solliciter des offres sur invitation ou négocier de **gré à gré** avec un fournisseur.

Clause 4.2 Offres de produits

Application :

- Produits fortement recherchés
- Produits classés exceptionnels par des magazines reconnus
- Produits faisant l'objet d'une forte couverture médiatique au Québec
- Produits acquis pour SAQ Signature, *Courrier Vinicole*, Cellier et opérations spécifiques



Liste des magazines reconnus est disponible en ligne au
http://www.saq-b2b.com/politique_et_normes.htm

Clause 4.3 Processus de sélection des offres de produits

Propositions :

- Réviser et peaufiner les grilles de sélection pour mieux s'adapter au marché
- Considérer les efforts des fournisseurs en matière de développement durable

Modification :

- Dans la mesure où le produit proposé permet de rencontrer les objectifs de sa catégorie, le produit offert est évalué en fonction de ses **aspects qualitatifs**, de sa notoriété et de son potentiel de performance. Les efforts déployés par le fournisseur en matière de **développement durable** sont également considérés dans l'évaluation du produit proposé

Clause 4.3 Processus de sélection des offres de produits

Application :

- Les grilles révisées seront en vigueur avec le déploiement de la prochaine version des outils web, prévu au début 2009
- Le choix des produits est confirmé par un comité de mise en marché
 - Spécialité : hebdomadaire, tel que vu précédemment
 - Courant : à chacun des appels d'offres
 - Composé des directeurs produits et du vice-président de la Commercialisation. D'autres intervenants se joignent à l'occasion



Grilles de sélection sont disponibles en ligne au http://www.saq-b2b.com/politique_et_normes.htm

Clause 4.3 Processus de sélection des offres de produits

Précisions - Grilles de sélection

(1) Potentiel de performance

- Investissement promotionnel à la SAQ
- Performance fournisseur (spécialité seulement)
 - Vitesse des stocks du fournisseur
- Objectif de ventes (courant seulement)
 - Avant : minimum 1,5 fois le quota de la catégorie
 - **Nouveau** : **2,0** fois le quota de l'univers (voir clause 7.3), à compter de l'appel d'offres publié en octobre 2008

Pondération varie
selon produit
courant, spécialité
et spiritueux
courant

Clause 4.3 Processus de sélection des offres de produits

Précisions - Grilles de sélection

(2) Notoriété

- Prix, médaille, presse
 - Augmentation considérable du nombre de publications reconnues
 - Produit : reconnaissance attribuée au produit présenté
 - Fournisseur : reconnaissance attribuée au fournisseur
 - Marque : reconnaissance attribuée à d'autres produits de la même marque et identifiable comme tel par le consommateur

Pondération varie selon produit courant, spécialité et spiritueux courant



Liste des magazines, concours reconnus est disponible en ligne au http://www.saq-b2b.com/politique_et_normes.htm

Clause 4.3 Processus de sélection des offres de produits

Précisions - Grilles de sélection

(2) Notoriété

- Produit
 - Volume du produit sur autres marchés
- Marque
 - Volume de la marque commerciale sur autres marchés
- Fournisseur (courant seul.)
 - Volume du fournisseur au Québec

Pondération varie
selon produit
courant, spécialité
et spiritueux
courant

Clause 4.3 Processus de sélection des offres de produits

Précisions - Grilles de sélection

(3) Développement durable

- Démarches de développement durable
- Certifications (environnementales et biologiques)
- Niveau de matières recyclées/ recyclables de l'emballage
- Poids de la caisse
 - Comparé à la moyenne de la catégorie

(1) + (2) + (3) = Éléments considérés pour la présélection

Clause 4.3 Processus de sélection des offres de produits

Précisions - Grilles de sélection

(4) Aspects qualitatifs

- Qualité organoleptique
- Rapport qualité/prix
- Aspect visuel (courant seul.)
- Appréciation générale

Pondération varie selon produit courant, spécialité et spiritueux courant

Présélection + (4) = Éléments considérés pour la sélection finale

Clause 4.4 Acceptation d'une offre de produit

Proposition :

- Arrimage avec les retraits de produit

Modifications :

- Le choix des produits courants n'est plus soumis au comité exécutif pour approbation
- Le comité des pratiques commerciales veille au respect de l'application de la PAMM

Clause 4.6 Substitution d'un produit

Propositions :

- Plus de flexibilité
- Nouvelle modalité d'application intégrée au texte

Modifications :

- Le produit substitué doit réaliser, au moment de la demande de substitution, un **volume de ventes supérieur à 2 fois le minimum de ventes** qui lui est applicable;
- ... un fournisseur peut substituer **deux de ses produits courants par un autre de ses produits** aux conditions prévues...doit réaliser...un volume de vente supérieur à 1,25 fois le minimum de ventes qui lui est applicable;
- Le fournisseur doit s'engager à respecter les conditions de la présente politique applicables à un nouveau produit courant;
- Produit courant seulement.

Clause 4.6 Substitution d'un produit

Application :

- **Nouveau** : **2,0** fois le quota de l'univers (voir clause 7.3), à compter de l'appel d'offres publié en octobre 2008



Section 5

Achat des produits

Achat des produits

Changements mineurs

- Clause 5.1 Entente commerciale*
- Clause 5.3 Changement de prix
- Clause 5.5 Devises de facturation
- Clause 5.6 Montants dus par le fournisseur
- Clause 5.7 Bon de commande de la SAQ *

Changements principaux

- Clause 5.2 Prix
- Clause 5.4 Changement concernant un produit
- Clause 5.8 Indemnité

* Aucun changement

Clause 5.2 Prix

Proposition :

- Adapter la notion de « meilleur coûtant canadien »

Modification :

La SAQ négocie les conditions et les prix les plus avantageux...

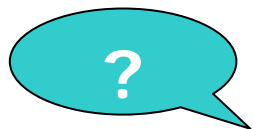
Clause 5.4 Changement concernant un produit

Proposition :

- Préciser nos pratiques et attentes

Modification :

Tout changement affectant un produit, notamment, les changements concernant le contenant, l'étiquette et le format doivent être soumis à la SAQ pour approbation.



Expédier vos demandes de changement à l'adresse électronique :
sélectiondesproduits@saq.qc.ca

Clause 5.8 Indemnité

Mise en situation :

- Si le nouveau produit courant ne rencontre pas **l'objectif de ventes** présenté dans l'offre

Proposition :

- Insérer les modalités d'application au texte

Modification :

- ...Cette indemnité représente le plus élevé de l'un des deux montants suivants, soit a) un montant équivalent à cinq pour cent **(5%)** du prix d'achat total de toutes les commandes du produit passées jusqu'à la fin de la période des treize (13) premiers mois de sa mise en marché **ou** b) dix mille dollars **(10 000\$.)**

Clause 5.8 Indemnité

Précisions – Indemnité

Objectif de ventes?

- Objectif de ventes 1^{re} année
 - Doit être fixé à au moins à 2,0 fois le minimum de ventes de son univers
 - Présenté lors de la soumission de l'offre

Date de commercialisation?

- Plage d'intro au planogramme

Calcul des ventes réalisées?

- Analyse des ventes du produit sur 13 mois
- Débute à la plage de révision des planogrammes **suivant** la plage d'introduction (date de commercialisation)



Section 6

Normes concernant les produits
([Nouvelle section](#))

Clause 6.1 Étiquetage et emballage

- Proposition :

- Définir et inclure l'aspect « emballage »

- Modification :

L'emballage comprend, notamment, le contenant du produit et tout autre élément servant à sa présentation, sa manutention son entreposage et à son transport.



Section 7

Mise en marché des produits

Mise en marché des produits

Changements mineurs

- Clause 7.2 Programme de publicité et de promotion
- Clause 7.4 Retrait d'un produit

Changements principaux

- Clause 7.1 Distribution
- Clause 7.3 Maintien des produits au répertoire
- Clause 7.5 Mesures particulières en cas de retrait

Clause 7.1 Distribution

Propositions:

- Préciser comment sont distribués les produits de spécialité
- Optimiser la distribution des produits courants
 - Assurer une **gamme commune** à travers le réseau
 - Obtenir plus de **flexibilité** en succursale
 - Donner plus de **visibilité** aux nouveaux produits

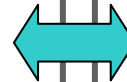
Modifications :

- Groupes de succursales
- Produits obligatoires
- Espaces discrétionnaires

Clause 7.1 Distribution

Produits courants
(aucun changement)

L'espace-tablette occupé par ces produits ainsi que leur positionnement en tablette sont **déterminés par un planogramme.**



Produits de spécialité
(précision)

Un **espace non régi** par le planogramme est **réservé aux produits de spécialité**, lesquels sont sélectionnés par le directeur de chaque succursale en fonction de la demande de la clientèle.

Clause 7.1 Distribution

Groupes de magasins définis par les pieds linéaires

Groupes de succursales

Groupe	Succursales	Nombre de succursales	Nbre de produits obligatoires	Nbre nouveaux produits obligatoires	Nbre <i>flex</i>
1	Express	34	400	0	100
2	350 p.l. et (moins)	26	200	0	50-150
3	351 à 500 p.l.	81	300	0	50-150
4	501 à 600 p.l.	66	350	0	100-200
5	601 à 800 p.l.	80	400	50	150-250
6	801 à 1000 p.l.	53	500	110	100-300
7	1000 et (+)	61	700	110	100-250
	TOTAL	401			

Bordeaux - Groupe 6

Exemple
d'application
du groupe
de
succursales



Minimum
de facing
pour un
produit : 2

**3 tablettes - 8 pieds
24 pieds linéaires**

Clause 7.1 Distribution

Distribution des produits courants

Produits obligatoires

- Introduction d'une « Gamme commune »
- Nombre de produits réparti selon la part de marché de chaque catégorie
- Sélection des meilleurs vendeurs de chaque catégorie
- Liste disponible en ligne (**septembre 2008**)

Nouveaux produits

- Distribution garantie dans des groupes spécifiques
- Liste des succursales par groupe disponible en ligne (**septembre 2008**)

Produits discrétionnaires (Flex)

- Produits sélectionnés par les succursales pour répondre aux demandes de la clientèle, parmi les autres produits courants de la même catégorie
- Règles et outils de gestion à venir (**septembre 2008**)

Clause 7.3 Maintien des produits au répertoire

Propositions :

- Dynamiser l'offre avec des produits à fort potentiel, existants ou nouveaux
- Générer de l'espace pour ces produits tout en gérant nos capacités physiques – autant de sorties que d'entrées
- Avoir des règles simples
- Préciser le mode de retrait des produits de spécialité

Clause 7.3 Maintien des produits au répertoire

Modifications :

- Changement de terminologie
 - « Quota » pour « minimum de ventes »
- Évolution des quotas
 - Gestion des retraits en succursale, par les succursales, à l'aide des espaces « flex » - gestion par catégorie plus pointue
 - Gestion des retraits en entrepôt, par le corpo, sur la base de minimum de ventes par **univers**
- Maintien des produits de spécialité au répertoire
 - Un produit de spécialité est retiré du répertoire, lorsque, notamment, ses ventes, son taux de rotation ou **son prix d'achat** sont jugés insatisfaisants ou **s'il ne rencontre plus la définition de produit de spécialité.**

Clause 7.3 Maintien des produits au répertoire

Application:

- Produits courants
 - Définition des univers
 - En cours d'analyse – 5 à 10 univers
 - Minimum de ventes par univers
 - Approbation par le CA
 - Publication en septembre 2008
 - Application en avril 2009, ventes fin P13
 - Périodes de retrait
 - À chaque plage d'introduction de nouveaux produits courants
- Produits de spécialité
 - À voir (référence clause 2.10)

Clause 7.5 Mesures particulières en cas de retrait

Mise en situation :

- Si le nouveau produit courant ne rencontre pas le **minimum de ventes obligatoire** au cours de ses deux premières années de commercialisation

Proposition :

- Instaurer un processus d'action

Modification :

- Ajout d'un paragraphe

Le fournisseur doit payer la pénalité mentionnée au paragraphe précédent pour les stocks restants en entrepôt s'il fait défaut de respecter son engagement de les récupérer à ses frais dans le délai prévu.



Section – Commandes privées

(Section supprimée)



Section 8

Révisions et plaintes
(Nouvelle section)

Révisions et plaintes

- Changement mineur
 - Clause 8.2 Plaintes à l'ombudsman

Changement principal

- Clause 8.1 Révision d'une décision

Clause 8.1 Révision d'une décision

Propositions :

- Simplifier le processus
- Rendre le processus plus accessible

Modifications :

- Délai de 20 jours pour présenter une demande de révision
- Introduction d'un comité de révision

...Pour exercer ce droit, le fournisseur doit adresser au **secrétaire général de la SAQ**, une **demande écrite** de révision de la décision dans laquelle il expose les motifs au soutien de sa demande. Cette demande est remise pour révision diligente à un **comité de révision**. Une **seule demande de révision** est permise.

Clause 8.1 Révision d'une décision

Application :

- Comité de révision
 - Comité ad hoc formé à chaque demande
 - Membres indépendants
 - Pas de lien direct avec la décision
 - À l'aise avec la politique et les processus
 - Réponse écrite au demandeur incluant liste des membres participants



Section 9

Dispositions finales et transitoires

Calendrier

Sélection des offres (clause 4.3)

- Grilles révisées : début 2009
- Objectif de ventes 2 x le minimum par univers : appel d'offres publié en octobre 2008

Substitution (clause 4.6)

- Exigence 2 x le minimum par univers : appel d'offres publié en octobre 2008
- Flexibilité 2 retraits pour 1 intro : appel d'offres publié en octobre 2008

Distribution (clause 7.1)

- Groupes de succursales : septembre 2008
- Produits obligatoires : septembre 2008
- Produits par groupe de succursales : septembre 2008
- Déploiement en succursale : 5 janvier 2009

Minimum de ventes obligatoires (clause 7.3)

- Publication : septembre 2008
- Mise en application : avril 2009



Période de questions