

# BLITZ D'INFORMATION

SEPTEMBRE 2008



SAQ

# Ordre du jour

- **Philippe Duval - Résultats financiers**
- **Mot d'Alain Brunet**
- **Mot de Nathalie Carrière et Jean Chouzenoux**
- **Planographie**
  - **Nouvelles catégories**
  - **Minimums de ventes par univers**
  - **Mise en place**
  - **Fonctionnement en succursale et règles *flex***
- **Période de discussion**
- **Période de questions**
- **Mot de la fin**
- **Clinique de golf**

# BLITZ D'INFORMATION

SEPTEMBRE 2008



**SAQ**

**Résultats à ce jour et  
sujets de l'heure à la SAQ**

**Philippe Duval**

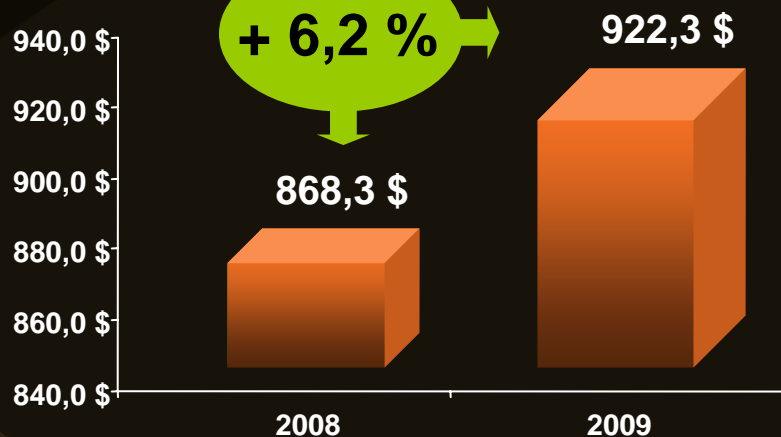
# Ventes brutes totales Cumulatif P6



# Ventes brutes par type de clients Cumulatif P6

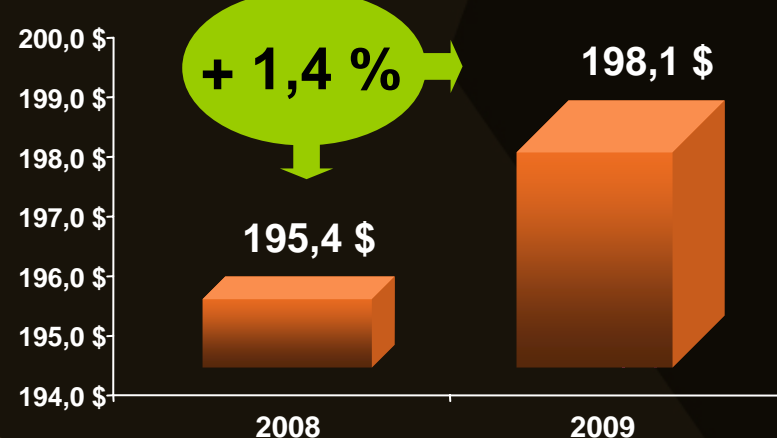
## Particuliers et agences

(Millions \$)



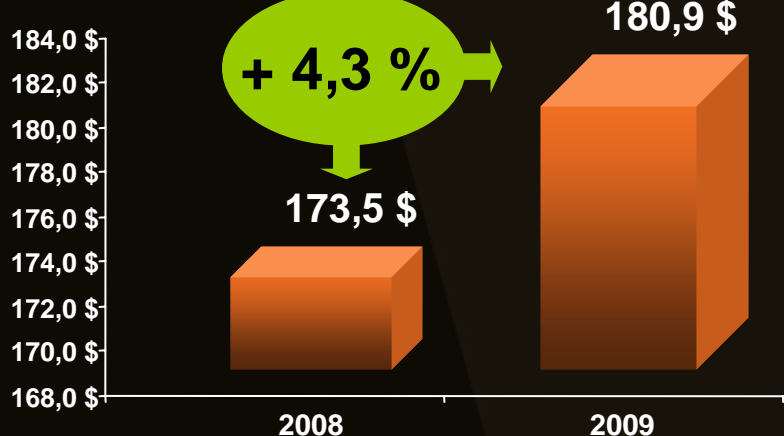
## Détenteurs de permis

(Millions \$)



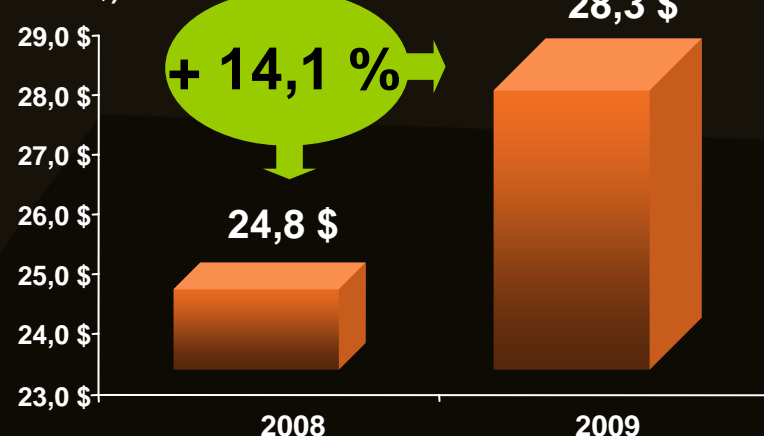
## Distributeurs autorisés

(Millions \$)

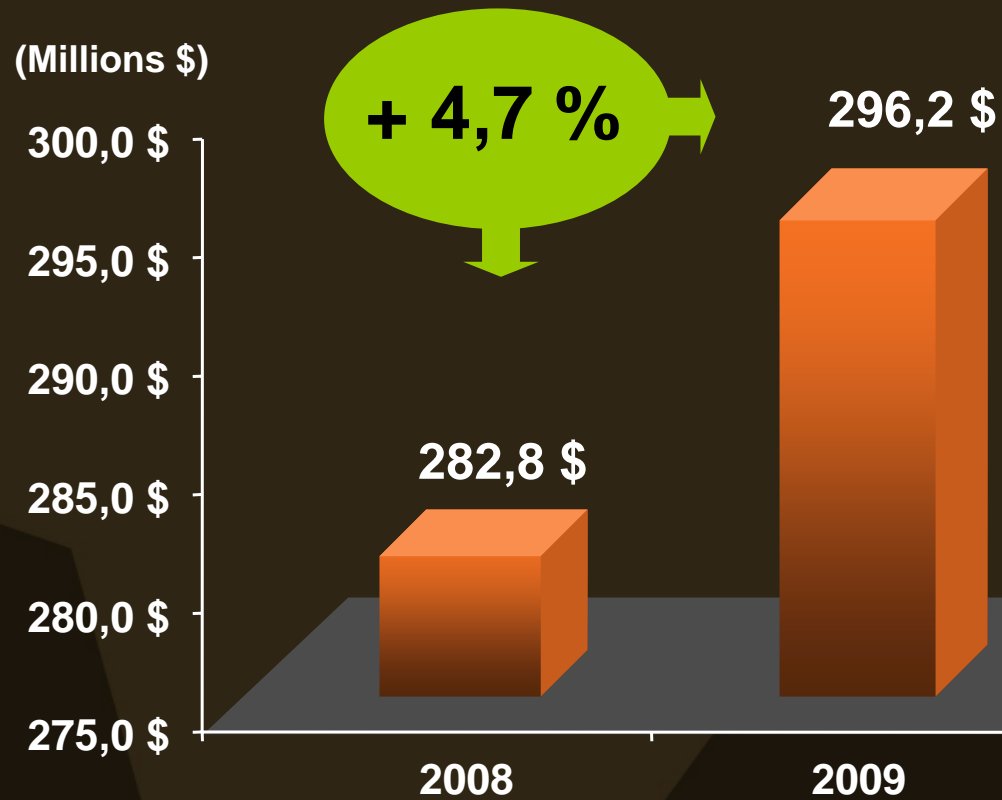


## Commandes privées

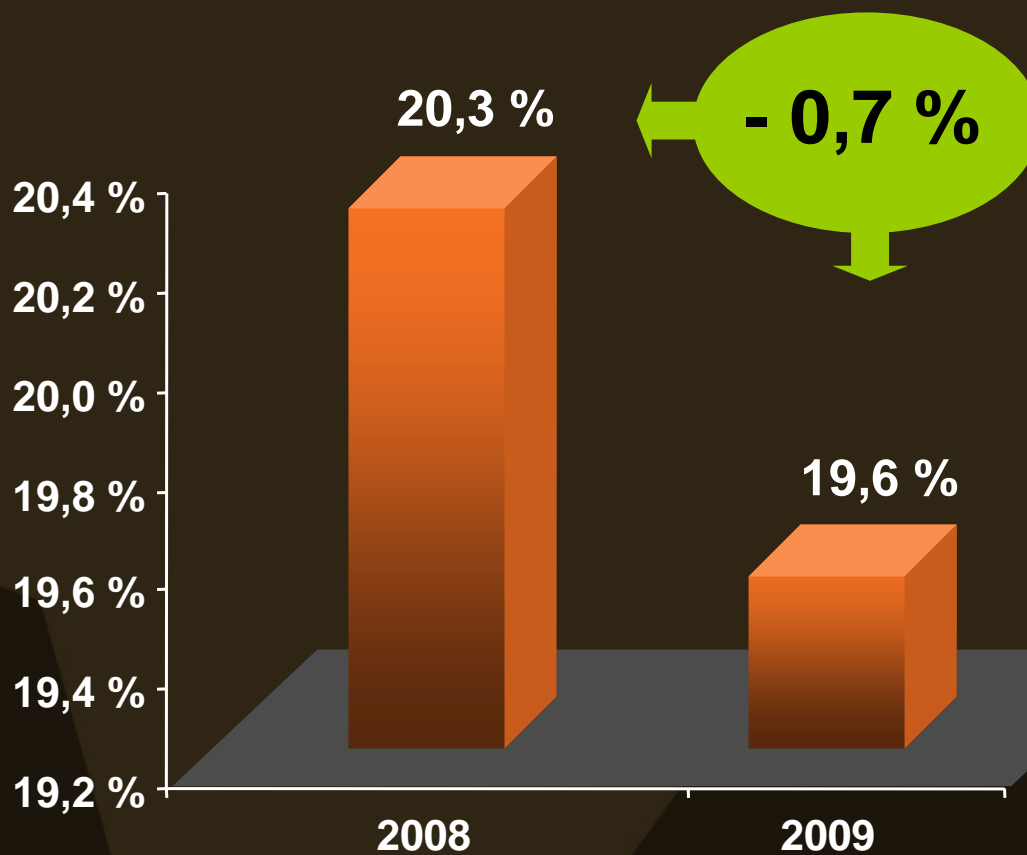
(Millions \$)



# Bénéfices nets Cumulatif P5



# Ratio frais d'exploitation sur ventes nettes Cumulatif P5



# Sujets de l'heure à la SAQ

- **Poste de vice-président et chef de l'exploitation**
- **Programme Vise 25**
- **Plan de développement durable**
- **Plan stratégique 2010-2012**

# BLITZ D'INFORMATION

SEPTEMBRE 2008



**SAQ**

**Mot d'Alain Brunet**

# Mot d'Alain Brunet

- **Intérim**
  - **Continuité**
  - **Focus sur les priorités convenues**
    - **Gestion du gré à gré**
    - **Gestion des prix**
    - **Commandes privées**
    - **Consultant en spiritueux**
- **Intégration des opérations commerciales**
  - **Logistique et Distribution (dont réappro.)**
  - **Ventes**
  - **Commercialisation**

# BLITZ D'INFORMATION

SEPTEMBRE 2008



SAQ

**Mot de Nathalie Carrière  
et Jean Chouzenoux**

# Mot de Nathalie Carrière et Jean Chouzenoux

- **On continue...**
  - **Misons sur le succès des dernières années**
  - **Maintenons le dialogue**
  - **Maintenons la collaboration**



# Mot de Nathalie Carrière et Jean Chouzenoux

- **Objectifs de la journée :**
  - **Moins de sujets**
  - **Plus de profondeur**
  - **Simplicité et convivialité**

# BLITZ D'INFORMATION

SEPTEMBRE 2008



**SAQ**

**Planographie – Nouvelles catégories**

**Chantal St-Pierre et Dean Di Maulo**

# Planographie

## Nouvelles catégories

- **Tequila**
  - 11 M\$ avec 16 produits (47 au LCBO)
  - Près de 10 M\$ de ventes avec seulement 7 produits
  - Le plus faible vendeur réalise 850 000 \$
  - 7,7 % de croissance vs 1,5 % spiritueux

# Planographie

## Nouvelles catégories

- **Liqueurs et Boissons devient :**
  - **Liqueurs et Crèmes**
- **Sous-segmentation**
  - **Liqueurs et Crèmes de fruits**
  - **Liqueurs et Crèmes de café**
  - **Liqueurs de menthe et herbes**
  - **Liqueurs et Crèmes d'amande**

# Planographie

## Nouvelles catégories

- **France : Sud-Ouest**
  - Région en forte croissance
  - Nécessité d'une meilleure reconnaissance consommateur
- **Autres régions de France**
  - Incluant Vins de table et  
Autres régions de France

# Planographie

## Nouvelles catégories

- **Cidres du Québec**
  - Regroupement des cidres du Québec
  - Espace *flex* pour les petits fruits
  - Les autres produits : catégorie Liqueurs

# Planographie

## Nouvelles catégories

- **Vins agrobiologiques**
  - **Type de produits :**
    - Produits issus de cultures certifiées biologiques
  - **Certification :**
    - Produits issus de cultures certifiées biologiques par un organisme de certification reconnu par le Conseil des appellations réservées et des termes valorisants du Québec (CARTV)
  - **Nombre de produits pour la catégorie :**
    - 9 produits

# Planographie

## Nouvelles catégories

- **Écopratiques**
  - **Type de produits :**
    - Vins commercialisés dans des contenants alternatifs
  - **Certification :**
    - Emballages attestés par la Direction de la sécurité alimentaire de l'agence canadienne d'inspection des aliments
  - **Nombre de produits**
    - 16 produits

# BLITZ D'INFORMATION

SEPTEMBRE 2008



**SAQ**

**Planographie**

**Minimums de ventes par univers**

**Nathalie Carrière**

# Planographie

## Minimums de ventes par univers

- **6 univers**
- **Minimums obligatoires de 200 000 \$ à 450 000 \$**
- **Applicables le 29 mars 2009 – fin P13**
- **Références pour objectifs de ventes min. et substitutions dès octobre 2008**
- **Disponibles sur B2B la semaine prochaine, soit 6 mois avant l'application**

# BLITZ D'INFORMATION

SEPTEMBRE 2008



**SAQ**

**Planographie – Mise en place**

**Denis Chayer**

# Planographie

## Mise en place

- **Liste des produits obligatoires**
  - Liste d'environ 700 produits répartis dans 7 groupes de succursales en fonction de l'espace
  - Regrouper les meilleurs vendeurs
  - Préserver l'ensemble des catégories
  - Nouveaux produits : obligatoires dans les groupes 6 et 7

# Nombre de succursales par groupe

Groupe	Succursales	Nbre de succursales	Nbre flex
1	Express	33	100
2	400 p.l. et moins	61	50-150
3	401 à 500 p.l.	49	50-150
4	501 à 600 p.l.	76	100-200
5	601 à 800 p.l.	72	150-250
6	801 à 1000 p.l.	45	100-300
7	1000 et plus	66	100-250
	<b>Total</b>	<b>402</b>	

# Planographie

## Mise en place

- **Stratégie de positionnement des catégories**
  - Augmenter l'achat moyen de la catégorie
  - Segmenter en fonction des habitudes d'achat des consommateurs
  - Nouveaux produits mieux positionnés
  - Produits obligatoires mis en valeur

# Planographie

## Mise en place

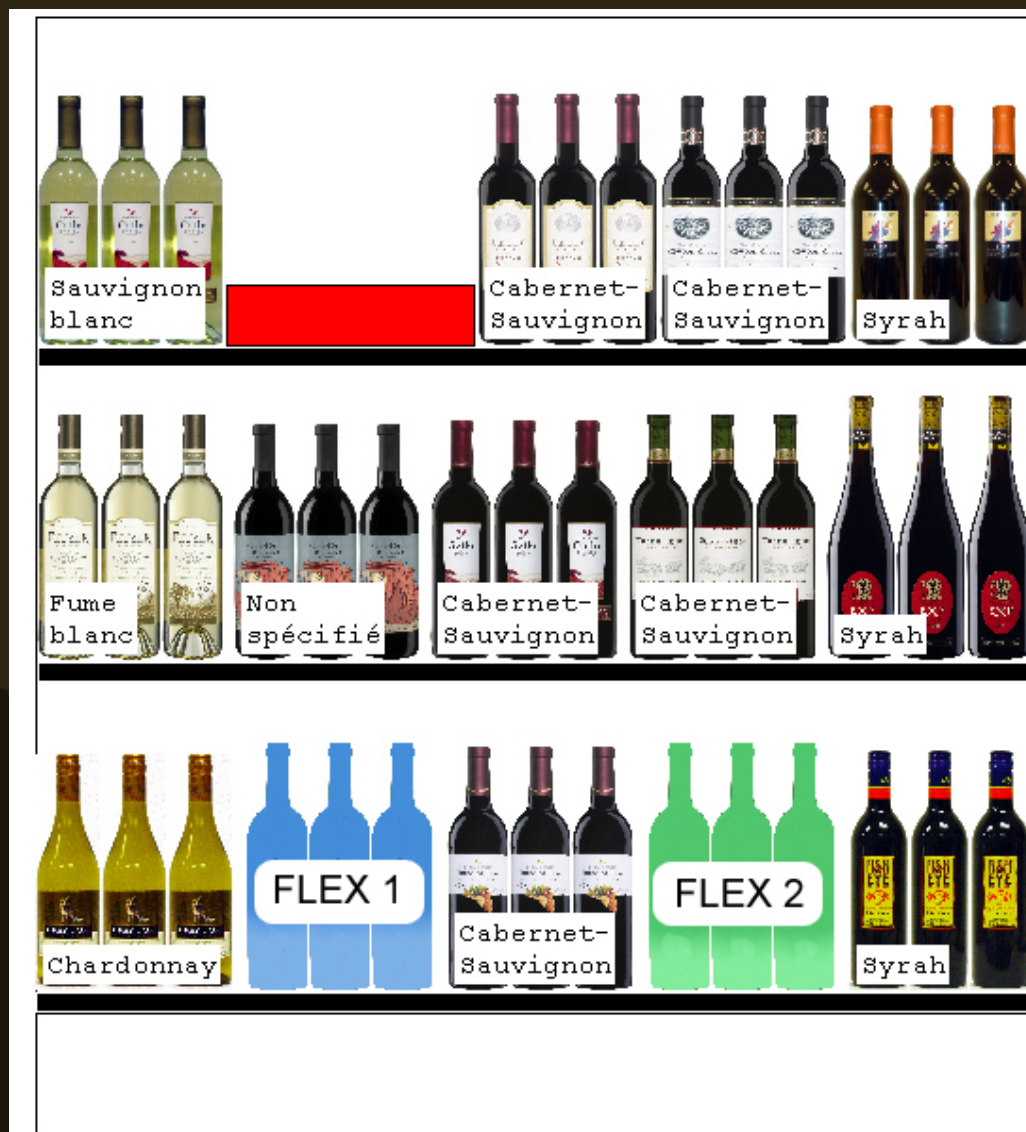
- **Produits *flex***
  - Complémentaires à la gamme des produits obligatoires
  - Saisir les opportunités du marché local
  - Ajouter de la variété à la catégorie
  - Répondre à la demande de la clientèle
  - Augmenter l'espace accordé aux meilleurs vendeurs

# Planographie

## Mise en place

- **Processus de déploiement**
  - Dévoilement de la liste des produits obligatoires et des groupes de succursales
  - Plan de positionnement des catégories
  - Identifier le nombre de *flex* par catégorie
  - Rapport de performance des produits
  - Rôle de support des techniciens pour les équipes des succursales

# Planogramme de base



# Espaces flex complés



Inscrire et valider les stocks de sécurité

# Planographie Transition

- **Déploiement (janvier à mars 2009)**
  - **Stocks de sécurité conservés**
  - **Réception des planogrammes**
  - **Prise de décisions pour combler les *flex***
  - **Écoulement des produits en trop et retrait des stocks de sécurité**

# BLITZ D'INFORMATION

SEPTEMBRE 2008



SAQ

**Planographie**  
**Fonctionnement en succursale**  
**& règles *flex***

**Gene Magnan**

# Fonctionnement en succursale

- Règles de gestion
  - Introduction de nouveaux produits trois fois par année
  - Changement d'un espace *flex* à tout moment
  - Aucune règle concernant la durée en succursale d'un espace *flex*

# Fonctionnement en succursale

- **Rôle des agents**
  - Présenter des opportunités d'affaires en succursale
- **Processus proposé**
  - Sur rendez-vous
  - À l'extérieur des zones rouges
  - Aucun rendez-vous en périodes 9 et 10

# Plan de communication interne

- **Webdiffusion 17 septembre**
- **Kiosque d'information aux rencontres régionales des Ventes**
- **Soutien de l'équipe Planographie aux réunions de secteur**
- **Carnet d'information - dépôt des documents**
- **Tournée des supers utilisateurs en janvier**

# Période de discussion

# Période de questions

# BLITZ D'INFORMATION

SEPTEMBRE 2008



**SAQ**

**Mot de la fin**

**Nathalie Carrière et Jean Chouzenoux**

# Informations en vrac

- **PromoPunch - Phase 2**
  - Intégration des sites PP1 et PP2
  - Amélioration du rapport par agent
  - Amélioration du processus d'achat des promos
  - Possibilité d'achat de promo frigo sur 3 périodes
  - Webdiffusion pour l'industrie le 21 octobre
  - Implantation prévue le 27 octobre
- **Politique d'achat et de mise en marché**
  - Révision clauses indemnité et pénalité
  - Publication des documents relatifs à la planographie : semaine du 22 septembre

# Informations en vrac

- **Thématiques Marketing jusqu'au 31 mars 2010**
  - Disponibles à la mi-octobre sur PromoPunch
- **Avancement des priorités**
  - Gestion du gré à gré
  - Performance interne
  - Commandes privées
  - Consultant en spiritueux
  - Développement durable
  - Gestion des prix
- **Sondage à venir**

# Horaire de la journée

- |                |  |
|----------------|--|
| <b>10 h 45</b> | <b>Brunch<br/>(déroulement)</b>                            |
| <b>11 h</b>    | <b>Clinique de golf en compagnie<br/>de professionnels</b> |
| <b>12 h</b>    | <b>Tournoi de golf, départs simultanés<br/>(shotgun)</b>   |
| <b>17 h 30</b> | <b>Cocktail et encan silencieux</b>                        |
| <b>19 h</b>    | <b>Souper</b>  |

# BLITZ D'INFORMATION

SEPTEMBRE 2008



SAQ

**Clinique de golf**

**Carlo Blanchard**

# Clinique de golf

- **Au programme :**
  - **Le coup d'approche**
  - **L'élan complet**
  - **Le coup roulé**
  
- **En compagnie de :**
  - **Carlo Blanchard**
  - **Scott Leslie**
  - **Christian Manègre**

# Clinique de golf

- **Tertre de départ**
- **Formule de jeu – Vegas à 4**
- **Compilation des résultats**

# Clinique de golf

- **Trou d'un coup**  
**Trou n° 6**
- **Plus long coup de départ**  
**Trou n° 8**
- **Plus près de la coupe**  
**Trou n° 12**
- **Équipe gagnante**

# BLITZ D'INFORMATION

SEPTEMBRE 2008



SAQ