

CANTREX

Pour réussir

InfoCantrex

Novembre 2009, numéro 6

MESSAGE DU PRÉSIDENT



Alain Masse
Président et directeur
général

ENSEMBLE, NOUS SOMMES PLUS FORTS SUR LA PLACE DU MARCHÉ ÉLECTRONIQUE D'AUJOURD'HUI

Dans l'univers économique exigeant d'aujourd'hui, particulièrement celui du commerce de détail, vous pouvez compter sur Cantrex pour rester en tête de course. Grâce à notre solidité financière et à notre croissance, nous sommes en mesure de vous fournir de nouvelles ressources et de nouveaux services qui vous aideront à livrer concurrence efficacement sur la place du marché complexe d'aujourd'hui.

L'avenir, c'est maintenant !

Nous croyons fermement à la puissance de la technologie du Web et d'Internet. C'est la base même de la vision de Cantrex. En effet, nous intégrerons progressivement nos systèmes administratifs à des services en ligne afin d'automatiser les tâches pour nos membres et nos fournisseurs. C'est pour cela que nous investissons dans notre infrastructure technologique et que nous nous sommes associés aux Services Tailbase inc. afin de vous fournir un ensemble complet de solutions sur le Web et l'expertise nécessaire pour pouvoir créer et y maintenir une présence professionnelle de façon abordable.

Maintenant que 70 % des consommateurs font des recherches en ligne avant d'effectuer un achat, notre présence sur le Web n'est plus une option. En tant que vitrine pour vos produits et services, votre site Web est aussi essentiel à votre mix marketing que vos étalages en magasin, vos cahiers publicitaires, vos prix et vos promotions.

Deux de nos nouveaux outils électroniques sont précisément conçus pour vous aider dans la difficile tâche qui consiste à établir des prix concurrentiels : **veille stratégique**, une base de données sur toutes les promotions actuellement sur le marché dans votre secteur, et l'**automatisation des prix**

qui, de façon dynamique change les prix des produits dans les sites Web du commerce en ligne pour les aligner avec ceux de la concurrence selon des règles préétablies.

Nous encourageons tous nos membres à tirer profit de nos nouvelles solutions Web – incluant l'accès gratuit à un catalogue en ligne bilingue exclusif qui contient les spécifications détaillées et les photos de milliers de produits dans votre secteur particulier du commerce de détail – que ce soit pour améliorer votre présence actuelle sur le Web ou pour passer à un site de commerce en ligne complet.

De meilleurs jours devant nous

Nous sommes heureux de vous annoncer que cette année est bonne pour Cantrex, malgré quelques mois au ralenti en août et septembre. Nos membres se sont très bien sortis du ralentissement et nous sommes en bonne position pour une année 2010 forte.

Selon le Conference Board du Canada*, la confiance croissante des consommateurs et les bas taux de financement devraient contribuer à délier les cordons des bourses.

[Suite à la page suivante]

Aussi dans ce numéro...

SERVICES DE DÉTAIL AUX MEMBRES	2
COUP D'ŒIL SUR MEUBLE, ÉLECTROMÉNAGER ET LITERIE	5
COUP D'ŒIL SUR COUVRE-PLANCHER ET DÉCORATION	9
COUP D'ŒIL SUR ÉLECTRONIQUE, PHOTOGRAPHIE ET INFORMATIQUE	10
CORBEIL ÉLECTROMÉNAGERS	11
TRUCS ET CONSEILS DE MARKETING	12
NOUVELLES DE L'UNIVERSITÉ CANTREX	14
SOUTIEN COMMUNAUTAIRE	15

InfoCantrex est publié deux fois par an par Cantrex, 3075, boul. Thimens, suite 300 Saint-Laurent QC H4R 1Y4
Téléphone: (514) 335-0260
1 877 CANTREX
Télécopieur: 514 745-1741
www.cantrex.com

Envoyez vos nouvelles et opinions à:

Claudine Chabot, coordonnatrice aux communications
claudine.chabot@cantrex.com

Droits d'auteur © Cantrex 2009. Le matériel contenu dans cette infolettre peut être reproduit avec la mention de Cantrex. Il peut être reproduit sur le Web avec un hyperlien vers l'adresse <http://www.cantrex.com>.

[Suite]

Tout cela, ajouté aux stimuli des gouvernements provinciaux et fédéral, devrait générer une croissance économique robuste de 2,95% en 2010. Voilà des nouvelles encourageantes pour nos membres alors qu'ils se dirigent vers une saison des fêtes qui s'annonce bonne, voire spectaculaire.

Cet automne, pour faire mieux connaître Cantrex et pour une reconnaissance accrue de vos magasins, nous avons lancé la deuxième phase de notre campagne multimédia de stratégie de marque au moyen de témoignages publicitaires dans les réseaux d'affaires BNN et Canal Argent (au Québec). Nous continuons également avec la publicité dans les journaux et sur le Web, le publipostage électronique et les bulletins. Un autre des principaux éléments de notre initiative liée à la marque sera les célébrations de notre 50^e anniversaire en 2010.

Tout cela étant dit, j'entrevois l'avenir avec optimisme. Grâce à nos membres, Cantrex est le plus grand groupement d'achat au Canada. Comme vous le constaterez dans notre infolettre, le nombre de nos membres ne cesse d'augmenter; voilà une autre bonne nouvelle pour nos membres. Plus nous sommes nombreux, plus nous sommes forts. Grâce aux économies d'échelle croissantes, nous pouvons négocier de meilleurs prix pour vos produits et services et ainsi maintenir vos coûts de marketing coopératif au plus bas.

De la part de toute l'équipe de Cantrex, je vous transmets nos vœux les plus chaleureux pour la saison des fêtes, et vous souhaite santé et prospérité en 2010.

**Perspective Canadienne, Automne 2009, Conference Board du Canada*

SERVICES DE DÉTAIL AUX MEMBRES

NOUVEAUX SERVICES POUR LES MEMBRES

Par Marc Melanson, vice-président, Services de détail aux membres

Nouvelles solutions Web conçues pour aider les membres à faire face à la concurrence de manière plus efficace dans le cybermarché actuel

Afin de nous conformer à la nouvelle vision électronique de Cantrex, nous avons lancé récemment une gamme de solutions Web favorisant une autonomie accrue des membres pour les aider à faire face plus efficacement à la concurrence et aux exigences du marché du détail. Ces solutions Web ont été lancées en collaboration exclusive avec les Services Tailbase inc.

Les membres ont maintenant accès gratuitement à un catalogue électronique bilingue contenant des données détaillées et des photos de milliers de produits de toutes marques provenant des industries du meuble, de l'électroménager, de la literie, de l'électronique et de la photographie. Selon la volonté des membres, ces données peuvent être incorporées à leur site Web existant ou un nouveau site Web peut être créé afin de pouvoir y intégrer ces données. Le service unique **veille stratégique** offert par Tailbase vous permet de visionner les toutes dernières publicités et promotions de vos concurrents. Quant à l'application d'**automatisation des prix**, cette fonction dynamique ajuste automatiquement les prix de votre site Web pour égaler les prix de vos concurrents ou vendre moins cher qu'eux, selon les règles que vous avez établies. Ces deux services peuvent vous aider à perfectionner votre stratégie de marketing et ainsi vous propulser au sommet de votre marché.



Pour profiter de cette occasion formidable, consultez notre page **Solutions Web** de la section **Services de détail aux membres** de notre site extranet sécurisé, au www.cantrex.com, ou parlez à un représentant de Tailbase au 514 867-2649 pour obtenir plus de renseignements.

UPS

Dernièrement, Cantrex a signé un contrat national avec UPS afin d'offrir à ses membres un service d'expédition automatisé et des tarifs d'expédition préférentiels. Pour profiter de ces tarifs revus à la baisse, vous devez tout d'abord accéder à notre page **UPS Messagerie-Distribution** de la section **Services de détail aux membres** de notre site extranet sécurisé, au www.cantrex.com. Après vous être enregistré en ligne en ayant cliqué sur le lien du site Web UPS, vous recevrez vos codes d'accès personnels par courriel.



Personne-ressource:
 Marc Melanson, vice-président,
 Services de détail aux membres,
 514 906-5950 ou
marc.melanson@cantrex.com



INFORMATION SUR LES ASSURANCES

Assurance marge de crédit peu coûteuse pour votre entreprise

En partenariat avec la Financière Sun Life, Cantrex vous offre des tarifs de groupe avantageux pour l'assurance marge de crédit. Dans le cas où l'un des titulaires décède, cette assurance permet à votre entreprise de poursuivre ses activités et paie la dette pour marge de crédit impayée de ce titulaire.

Depuis juin 2009, **le bénéfice de cette assurance a connu une diminution de taux de l'ordre de 16%**, ce qui en fait une assurance des plus abordables. Cette protection est offerte par multiple de 10 000 \$, jusqu'à un maximum de 575 000 \$*.

Pour profiter de cette couverture essentielle aux entreprises, communiquez avec Louise Lortie, superviseure, Assurances collectives, au 1 877 226-8739, poste 5954, ou à louise.lortie@cantrex.com.

*À l'âge de 65 ans.

Nouveaux membres de l'assurance collective

Nous désirons souhaiter la bienvenue aux nouveaux membres du programme d'assurance collective de Cantrex:

- Albert Tremblay Meubles,
Québec
- Ayreborn Audio Video inc.,
Colombie-Britannique
- Bradley's Entertainment,
Nouvelle-Écosse
- Décor N.W.,
Québec
- Les meubles Marchand,
Québec
- Louis Filion Électronique,
Québec

Vous voulez économiser? Comparez nos tarifs avantageux avec ceux de votre protection actuelle. Pour demander un devis, remplissez et télécopiez le **Formulaire de renseignements personnels** que vous trouverez sur notre page **Assurance collective – Sun Life** de la section **Services de détail aux membres** de notre site extranet, au www.cantrex.com.

Pour plus de renseignements, communiquez avec Louise Lortie, superviseure, Assurances collectives, au 1 877 226-8739, poste 5954, ou à louise.lortie@cantrex.com.

POURQUOI ENVISAGER FAIRE AFFAIRES AVEC UNE AGENCE DE RECouvreMENT

Par Bobbi Jo Balzer, conseillère à la vente,
Corporation de crédit du Canada

Il existe plusieurs raisons pour lesquelles les gens ne paient pas leurs dettes: précarité des finances, mauvaises habitudes de remboursement, perte d'emploi, contestation du service reçu ou insatisfaction du produit acheté. Par moments, vous devez fournir beaucoup d'efforts pour saisir le problème du client et lui trouver une façon raisonnable de rembourser ses dettes.



En tant que propriétaire d'une entreprise, vous savez qu'il est courant que certains clients contrevenants effectuent des paiements tardifs. Dans les cas regrettables où il s'avère impossible de conclure un accord avec votre client, il devient nécessaire d'avoir recours à une agence de recouvrement tierce.

Les avantages

Les entreprises qui s'occupent elles-mêmes du recouvrement des dettes doivent y consacrer une certaine quantité de ressources et beaucoup de temps pour régler les problèmes de comptes en souffrance.

En revanche, une agence de recouvrement se sert de ses propres ressources pour vous faire économiser temps et argent et vous laisser vous concentrer sur l'expansion de votre activité principale. Une agence de recouvrement tierce comme Corporation du crédit du Canada est spécialisée dans la poursuite de personnes ou d'entreprises pour des paiements de comptes en souffrance. Nous gérons les communications relatives aux comptes en souffrance et nous utilisons plusieurs tactiques pour recueillir vos fonds, y compris les appels téléphoniques et l'envoi de lettres et de courriels.

Vous retirez un avantage de ce service, car vous avez un moins grand nombre de radiations de créances douteuses à effectuer. Ainsi, vous arrivez à diminuer vos dépenses et à réduire les risques d'insolvabilité et de faillite.

En avez-vous vraiment besoin ?

Il va de soi que l'industrie du recouvrement de dettes donne de bons résultats, mais vous devez bien réfléchir avant de décider de confier votre recouvrement de dettes à notre agence. Si vous répondez «Oui» aux questions suivantes, vous pouvez tirer profit des services offerts par notre agence:

- Vous faites des appels téléphoniques et vous envoyez des lettres pour inciter vos débiteurs à prendre des mesures. Ces moyens sont-ils insuffisants ?

- Dépensez-vous plus d'argent pour le recouvrement des dettes que vous n'en recevez lorsque ces dettes vous sont remboursées ?

- Êtes-vous dans l'incapacité d'entrer en communication avec les différentes personnes devant rembourser de l'argent à votre entreprise ?

- Moyennant une légère redevance, êtes-vous disposé à utiliser les services d'une agence de recouvrement qui se chargera d'effectuer le recouvrement de vos créances irrécouvrables ?

- Est-il plus prioritaire pour vous de récupérer les fonds impayés d'un client que de conserver la clientèle de cette personne ?

- Est-ce que ces dettes empêchent votre entreprise à continuer de faire des affaires ?

Pour de plus amples renseignements ou pour ouvrir un compte, visitez notre page **Recouvrement – CCC** à la section de notre site extranet sécurisé intitulée **Services de détail aux membres**, ou communiquez avec Tony Carpinelli, agent de recouvrement, au 514 633-4475, poste 221, ou à tony@canadiancredit.ca.

COUP D'ŒIL SUR MEUBLE, ÉLECTROMÉNAGER ET LITERIE

NOUVEAUX MEMBRES EN 2009

Par Marc Hamel, représentant interne aux ventes, Meuble, électroménager et literie

Nous souhaitons la bienvenue à tous les nouveaux membres qui se sont joints à notre division Meuble, électroménager et literie en 2009 :

- **Belmont Appliance,**
St. Clements, ON
- **Best Brand Appliance,**
Vaughan, ON
- **CML Sales Inc.,**
Corner Brook, T.-N.
- **Dubé & Frères inc.,**
Notre-Dame-du-Lac, QC
- **Mattress Mattress Camrose,**
Camrose, AB
- **K-W Appliance Plus Inc.,**
Kitchener, ON
- **Maison Éthier,**
Saint-Jean-sur-Richelieu, QC
- **Majestic Spas & Home Furnishing,**
Weyburn, SK
- **Merit Furniture & Appliance,**
Port Alberni, C.-B.
- **Merit Furniture Courtenay,**
Merit, C.-B.
- **Millwood Furniture Enterprises Ltd.,**
Coquitlam, C.-B.
- **North Mountain Stone Corporation,**
New Minas, N.-É.
- **Philippe Dagenais Mobilier, Décoration, Conseils inc.,**
Granby, QC
- **Tri City Furniture Warehouse,**
Cambridge, ON
- **Willow Appliances (2000) Ltd.,**
Cranbrook, C.-B.
- **Wisebuy Home Inc.,**
Mississauga, ON

SALON DU MEUBLE POUR LES MARCHANDS DE L'ONTARIO ET DE L'ATLANTIQUE

Par Earle Leard, directeur principal, importation, Furniture Plus et provinces atlantiques

Le 8 août 2009, l'équipe de l'Ontario et de l'Atlantique de la division Meuble, électroménager et literie a accueilli ses marchands pour un congrès régional, conjointement avec le Salon du meuble et du cadeau de Toronto, parrainé par la Canadian Home Furnishings Association (CHFA) et l'Association canadienne de cadeaux et d'accessoires de table. Cet événement d'une journée s'est déroulé à l'hôtel Sandman Signature, situé près de l'aéroport de Toronto. Pendant cette journée, Jean Favreau, le vice-président de la division, a donné une présentation informative au cours de laquelle il a fait part des plus récentes données de Cantrex en matière de ventes et de recrutement pour l'année en cours. De plus, il a donné un aperçu des perspectives pour l'automne et l'année prochaine. Son discours a également servi à présenter aux membres certaines initiatives de commercialisation et de marketing pour l'automne. C'est ensuite Sylvain Casabon, vice-président, Technologie de l'information, qui s'est adressé aux membres pour leur faire part du nouveau partenariat de Cantrex avec les Services Tailbase inc. qui permettra d'offrir des solutions Web de premier plan aux membres de Cantrex. Tout ceci est très intéressant !

La partie formelle du congrès s'est achevée avec un discours interactif, accrocheur et suscitant la réflexion, prononcé par Brian Babcock, de Babcock Business Strategies, et intitulé «What Keeps You Awake at Night — Ideas for Conquering Today's Market» (Ce qui vous tient éveillé la nuit – Idées pour conquérir le marché d'aujourd'hui). Après une réception au restaurant Moxie's Grill de l'hôtel, des autobus ont conduit les participants au Queen's Quay pour prendre le repas sur un bateau-restaurant du port de Toronto. Malgré la pluie, chacun a vécu des moments merveilleux.

Le soutien et la présence de nos fournisseurs partenaires exceptionnels ont grandement contribué au succès du congrès. Un gros merci à notre commanditaire principal, Simmons Canada, ainsi qu'à EL RAN, Sealy, Springwall, Superstyle, Mabe, Whirlpool, Comerco, TD Retail Services, Monarch, Dimplex, Schenker et Directions Printing.

Brian Babcock
Conférencier invité



CONGRÈS ET SALON DU MEUBLE POUR LES MARCHANDS DU QUÉBEC

Par Manon Dessureault, chef de projets, Publicité et promotions

Les 19 et 20 septembre 2009, c'était au tour de l'équipe du Québec de la division Meuble, électroménager et literie d'accueillir ses marchands et fournisseurs à son Congrès et Salon du meuble 2009 à Saint-Hyacinthe, dont le thème cette année était « Ensemble, avançons dans la bonne voie ». Plus de 100 marchands et fournisseurs ont assisté à cet événement.



Hall d'entrée du Salon 2009

« Ensemble, avançons dans la bonne voie »

Les achats chocs connaissent un franc succès!



Patrick Bartolo
Chef de produits, Accent Meubles

Patrick Bartolo, directeur de produits, a proposé un achat choc de trois produits en vedette (une unité murale et deux différentes causeuses) qui a donné la chance aux marchands de profiter des prix réduits sur les achats groupés effectués lors du Congrès et Salon du meuble. Les acheteurs se sont rapidement procuré les quantités minimums requises pour tirer profit de ces prix spéciaux. Cet événement populaire connaît toujours un franc succès auprès des acheteurs.

Ruth Gomes
Directrice des programmes



Les enjeux économiques du Québec

Dans le cadre de leurs discours, Alain Masse, président et directeur général de Cantrex, et Jean Favreau, vice-président de la division Meuble, électroménager et literie, ont expliqué de quelle façon Cantrex entrevoit l'avenir, compte tenu des enjeux économiques actuels. Ils ont également énuméré les initiatives prises par Cantrex pour aider ses marchands et ont parlé de l'importance des nouvelles technologies. Ruth Gomes, directrice des programmes, Services de détail aux membres, a parlé des nouveaux services offerts aux membres.

L'ancien premier ministre du Québec, Bernard Landry, économiste et professeur d'université respecté, a prononcé un discours sur les principaux enjeux économiques auxquels le Québec doit faire face et sur les solutions envisagées.



Alain Masse
Président et directeur général

Bernard Landry
Conférencier invité

Jean Favreau
Vice-président, Meuble, électroménager et literie

Salon du meuble

Cette année encore, plus de 50 fournisseurs ont exposé leurs produits et services. Quelque 70 marchands (constituant plus de 60% de nos membres) ont visité le hall d'exposition de 30 000 pi² pour rencontrer les représentants commerciaux et passer leurs commandes. Cinq marchands chanceux ont gagné un bon d'achat de 500 \$ après avoir passé des commandes lors du salon: Meubles Yvan Piché de l'Annonciation, Meubles Accent de Gaspé, Meubles Accent de Dolbeau-Mistassini, GEMO de Granby et Meubles Accent d'Alma.

Gala et soirée de remise de prix

En tout, 160 personnes ont assisté au gala et à la remise de prix. Des trophées ont été remis aux fournisseurs et aux membres s'étant le plus distingué en 2009. Les fournisseurs Ther-A-Pedic, EL RAN et Sommex ont respectivement remporté les prix « Show-Stopper », « Meilleure équipe » et « Innovation », selon le nombre de votes reçus des marchands, dont plusieurs ont eu l'honneur de remettre ces trophées aux gagnants. Trois trophées ont également été remis aux membres exemplaires de l'année: Julie Grégoire, de Décocentre Bouvreuil, a accepté le trophée du réseau Meubles Accent; Julie Piché et Yvan Piché, de Meubles Yvan Piché, ont remporté le trophée des membres affiliés du Québec; et Nicole Deshaies, Daniel Vallée, Monique Deshaies et Richard Deshaies, d'Ameublement Larochelle, ont reçu le trophée pour Expert Électroménagers. Félicitations à tous les gagnants !

Alain Masse
Président et directeur général

Yvan et Julie Piché
Récipiendaires du trophée marchand de l'année pour les membres affiliés



Monique Deshaies, Richard Deshaies, Daniel Vallée, Nicole Deshaies
Ameublement Larochelle

Isabelle Dugas et Denis Corbeil
Expert Électroménagers



Alain Masse
Président et directeur général

Julie Grégoire
Récipiendaire du trophée marchand de l'année Accent Meubles

Jean Favreau,
Vice-président,
Meuble, électroménager et literie



LA FAMILLE EXPERT ÉLECTROMÉNAGERS NE CESSE DE S'AGRANDIR

Par Denis Corbeil, directeur, Expert Électroménagers

La croissance spectaculaire du réseau Expert Électroménagers se poursuit dans tout le pays. Nous désirons souhaiter la bienvenue aux neuf nouveaux magasins Expert Électroménagers. La grande ouverture de six d'entre eux a déjà eu lieu et l'ouverture des trois autres magasins est prévue pour 2010.

Magasins déjà ouverts :

- Accent Meubles, Sayabec, QC
- Meubles Marchand, Val d'Or, QC
- Meubles Marchand, Ville Montel, QC
- Accent Meubles, Edmundston, N.-B.
- Oshtugon Appliances, Sioux Lookout, ON
- Atlas Appliance Expert, Calgary, AB

Magasins qui ouvriront leurs portes en 2010 :

- Accent Meubles, Acton Vale, QC
Ouverture prévue pour janvier 2010
- Accent Meubles, Rockland, ON
Ouverture prévue pour le premier trimestre de 2010
- KG Electronics, Wingham, ON
Ouverture prévue pour le premier trimestre de 2010

Nous sommes très fiers d'avoir collaboré avec ces formidables marchands. Nous sommes persuadés qu'ils contribueront grandement à assurer le succès continu d'Expert Électroménagers!

Pour plus d'information, communiquez avec Denis Corbeil, directeur, Expert Électroménagers, au 1 877 CANTREX poste 6087, ou par courriel à denis.corbeil@cantrex.com.

AMÉLIORATION DU PROGRAMME DE MATTRESS WORLD EN 2010

Par Corey McMullan, directeur de la commercialisation, Électroménager et Mattress World

La période actuelle est intéressante pour les détaillants de matelas. Les récents progrès dans ce domaine ont entraîné une croissance fulgurante de la gamme de produits en mousse et de produits sans ressort et

éco-responsables. Les clients ont ainsi à leur disposition un plus grand choix de produits, offerts à des prix plus élevés, haussant par le fait même votre bénéfice net. De 2003 à 2007, le marché canadien des matelas et des sommiers a connu une forte augmentation de 44%. Ce secteur d'activité est maintenant évalué à 1,6 G\$. Les consommateurs dépensent plus d'argent que jamais pour leurs ensembles matelas-sommier. De plus, de nombreux accessoires pour le sommeil à marge bénéficiaire élevée peuvent être vendus comme articles complémentaires de vos produits exclusifs.

Vous pouvez dès maintenant améliorer l'assortiment courant de votre sélection de literie ou ajouter un tout nouveau rayon de literie à votre magasin! Mattress World a amélioré son programme pour l'année 2010 en lui donnant notamment un tout nouveau look, un soutien aux aménagements des locaux loués, des gammes de produits exclusifs, un rabais de rendement, une formation de vente et un grand calendrier de mise en marché visant à attirer la clientèle dans votre magasin. Depuis plus de 10 ans, Mattress World, une initiative de Cantrex, offre ses services aux détaillants désirant perfectionner leur entreprise de literie ou ajouter une nouvelle catégorie à leur magasin. Nous aidons à faire l'aménagement et la conceptualisation du design de votre rayon, à sélectionner votre gamme de modèles exclusifs, à former vos employés et à utiliser de façon efficace les calendriers de mise en marché.

« Chez Mattress World, vous pouvez dormir sur vos deux oreilles. »

Les produits et accessoires pour le sommeil sont appréciés pour leurs marges bénéficiaires élevées, leur facilité d'entreposage, l'écoulement rapide des stocks et leur facilité de livraison et d'installation. Cette gamme de produits comprend aussi des produits complémentaires à grande marge bénéficiaire, tels que oreillers, protecteurs de matelas, bases de lit, têtes et pieds de lit décoratifs.

Pour de plus amples détails sur ce programme emballant, communiquez avec Corey McMullan, directeur de la commercialisation, Électroménager et Mattress World, au 1 800 461-8313, poste 5702, ou par courriel à corey.mcmullan@cantrex.com, ou communiquez avec votre directeur local du développement des affaires de Cantrex.



Vous pouvez maintenant vous joindre à nous sur Facebook! Devenez fan de Mattress World et demeurez à l'affût de nos développements, de nos événements promotionnels et de toute autre information sur l'industrie.



OPPORTUNITÉ EXCLUSIVE DE MARCHANDISAGE POUR LES MARCHANDS DE MEUBLES

Cantrex a signé un contrat de marchandisage exclusif avec deux fabricants brésiliens. Rotta Moveis, fabricant de meubles en pin massif pour chambre à coucher pour adultes, et Renar, fabricant de meubles d'appoint et de meubles en pin massif pour adultes et jeunes, ont offert aux membres de Cantrex un accès exclusif à cinq différents modèles.

Pour les membres de Cantrex, il s'agit d'une occasion incroyable pour acheter des meubles en bois massif de haute qualité et exclusifs que nul autre détaillant au Canada ne peut se procurer! Ces meubles, de conception «verte», ont été présentés pour la première fois en septembre dernier au Congrès et Salon du meuble Cantrex pour le Québec et ont été bien accueillis. Ces meubles seront également présentés en janvier 2010 lors du Salon canadien de l'ameublement résidentiel, à l'hôtel Holiday Inn Select, près de l'aéroport de Toronto.

Pour plus de renseignements, communiquez avec votre directeur du développement des affaires ou avec un membre de l'équipe des achats de Cantrex: Johanne Brin au 1 877 226-8739, poste 6098, ou johanne.brin@cantrex.com; Patrick Bartolo au 1 877 226-8739, poste 6085, ou patrick.bartolo@cantrex.com; John Kennedy au 1 877 226-8739, poste 26, ou john.kennedy@cantrex.com; Earle Leard au 1 800 461-8313, poste 5698, ou earle.leard@cantrex.com.

PREMIÈRE CIRCULAIRE NATIONALE DE LA DIVISION MEUBLE ET LITERIE

Une nouvelle première pour Cantrex! Cet automne, une circulaire nationale à l'intention des consommateurs a été offerte aux membres affiliés et aux membres de la famille Cantrex de la division Meuble, électroménager et literie. Cette circulaire comprend une section de 4 pages montrant les modèles les plus vendus de l'industrie, des catégories de produits et un bon achat à saisir du côté de la literie. Vingt-cinq membres de Cantrex à travers le Canada ont participé à la création de cette circulaire.



COUP D'ŒIL SUR COUVRE-PLANCHER ET DÉCORATION

OUVERTURE D'UN NOUVEAU MAGASIN DE LA GRANDE FAMILLE UNITED FLOORS / UNITED CARPET

Par Rick Cartwright, superviseur aux opérations, provinces de l'ouest pour United Floors et United Carpet

Le 3 octobre 2009, nous avons célébré l'ouverture d'un magasin United Floors à Airdrie, une ville de banlieue de Calgary en Alberta. Il s'agit du premier magasin United Floors à ouvrir ses portes dans le marché de Calgary. Les réjouissances comprenaient une levée de fonds pour le Club de gymnastique de Airdrie, durant laquelle les gymnastes ont fait un barbecue et ont vendu des hotdogs, des hamburgers et des rafraîchissements. Environ 400 \$ ont été amassés pour leurs nouvelles installations. La station de radio locale a couvert cet événement en direct.

Malgré la température froide, le taux de participation a surpassé les attentes. Le nouveau magasin de 8 000 pi² a ouvert ses portes à 9 h et a été achalandé jusqu'à sa fermeture à 17 h. Vers la fin de la journée d'ouverture, les propriétaires Joseph et Donna Crabtree ainsi que leur équipe avaient obtenu 15 contrats de prise de mesures pour la semaine suivante!

«Je n'arrive pas à croire qu'il y a 9 semaines seulement, cet édifice était complètement vide», a dit Joseph Crabtree le jour de l'ouverture du magasin. «Nous sommes tous très heureux de faire partie de la famille de magasins United Floors et d'être si bien accueillis à Airdrie.»

«En 13 ans, il s'agit du premier magasin "United" à ouvrir ses portes dans l'ouest du Canada», a dit Rick Cartwright, superviseur aux opérations, provinces de l'ouest pour les magasins United Floors et United Carpet. «Nous comptons désormais 16 magasins "United" dans l'ouest du Canada et 25 dans l'ensemble du Canada.»

UNITED CARPET
THE TOTAL FLOORING SOLUTION

UNITED
Floors



De gauche à droite: Ken Robertson, Joseph et Donna Crabtree, Grant McDonald, Ernest Card, Angie Ross

COUP D'ŒIL SUR ÉLECTRONIQUE, PHOTOGRAPHIE ET INFORMATIQUE

NOUVEAUX MEMBRES EN 2009

Par Alice Garrido, coordonnatrice ventes et mise en marché,
Électronique, photographie et informatique

La division Électronique, photographie et informatique aimerait souhaiter la bienvenue à ses 14 nouveaux membres :

- **Advanced Business Systems Ltd.,**
Sydney, N.-É.
- **Audio Club,**
Montréal, QC
- **Audio Video Interiors Limited,**
Calgary, AB
- **Backstage Music Ltd.,**
Melfort, SK
- **Cab Audio inc.,**
L'Assomption, QC
- **Glasser's TV Service Ltd.,**
Moosomin, SK
- **Graphico-Tech inc.,**
Cowansville, QC
- **Image Satellite R.J. inc.,**
Windsor, QC
- **J.A. Electronic inc.,**
Saint-Quentin, N.-B.
- **Mac Station Technologies Corporation,**
Vancouver, C.-B.
- **Memory Express Computer Products inc.,**
Calgary, AB
- **Radio Centre (1999) Ltd.,**
Regina, SK
- **Son X Plus Sainte-Thérèse,**
Sainte-Thérèse, QC
- **Teletime Superstore,**
Toronto, ON

HONNEUR À PHOTO ABS AU GALA DE LA CHAMBRE DE COMMERCE

Par Serge Houle, coordonnateur opérations et achats,
Électronique, photographie et informatique

Lors du gala Desjardins Action 2009, qui a eu lieu le 6 mai 2009 en soirée, Gilles Berthiaume, fondateur de Photo ABS, situé à La Tuque, au Québec, a été honoré à titre posthume par la Chambre de commerce et d'industrie du Haut-Saint-Maurice qui lui a remis le Prix Distinction afin de souligner son entrepreneuriat dynamique et sa solidarité sociale. Alain, Richard et Pierre Berthiaume, qui ont pris la relève de l'entreprise au début des années 90, ont accepté le prix au nom de leur défunt père. Il s'agit d'une toile peinte par Francine Bouchard, une artiste locale, représentant Gilles Berthiaume entouré de sa famille.

Depuis sa fondation en 1959, Photo ABS a pris de l'expansion et possède quatre magasins, à La Tuque, à La Malbaie, à Rimouski et à Saint-Georges-de-Beauce, qui nécessitent en tout la main-d'œuvre de 30 employés. Trois de ces magasins ont un comptoir de téléphonie mobile offrant le service Télébec Mobilité aux résidents de La Tuque et le service Bell Mobilité aux résidents de La Malbaie et de Saint-Georges-de-Beauce.

« Certains de nos clients qui proviennent d'autres régions du Québec se rendent dans nos magasins afin de bénéficier de notre service hautement spécialisé », dit Audrey Bérubé, administratrice du magasin Photo ABS de La Tuque. « Nous nous démarquons de nos concurrents grâce à l'attention particulière que nous portons aux besoins de notre clientèle. »



Alain, Richard
et Pierre Berthiaume



ZONE IMAGE DE VAL D'OR A MAINTENANT UN PROPRIÉTAIRE UNIQUE



Le magasin Zone Image de Val D'Or, au Québec, est maintenant l'entreprise individuelle d'Alain Brassard qui, plus tôt cette année, a acheté les parts de son partenaire Denis Lafleur.

Alain travaille depuis longtemps au sein de cette entreprise fondée en 1973 sous le nom de La Place d'Or, située au centre-ville de Val D'Or, petite ville minière du Québec comptant 31 000 habitants. Alain débute comme gérant du magasin en 1984 après avoir fait des études en photographie. À l'époque, le magasin était sous la bannière de Caméra Expert. En 1997, il fait l'achat de 50% des actions de l'entreprise.

En 2005, avec ses 11 employés, Alain décide de se joindre au groupement Cantrex sous la bannière Zone Image. Le commerce possède maintenant 5 départements : la photographie, l'encadrement, le studio de photo, le laboratoire et la téléphonie cellulaire. En janvier, il a complètement rénové le studio de photo de 1 200 pi² se trouvant au second étage de l'établissement de 5 000 pi². Maintenant qu'il est le seul propriétaire du commerce, Alain espère pouvoir l'agrandir plus rapidement et ajouter des catégories de marchandise complémentaires, comme les ordinateurs, à son assortiment de produits.

CORBEIL ÉLECTROMÉNAGERS

CORBEIL ÉLECTROMÉNAGERS S'OFFRE UN CYBER-LIFTING

Par Marius Guertin, directeur marketing

Corbeil Électroménagers fait un pas de plus vers le Web 3.0, ou Web sémantique. En effet, le spécialiste de l'électroménager a lancé, l'été dernier, le premier site de commerce électronique intelligent en Amérique du Nord. L'agence montréalaise Génération a été mandatée pour effectuer une refonte complète du www.corbeilelectro.com, incluant l'implantation de la technologie Guidyu, un engin de recherche puissant, intelligent et unique en Amérique du Nord.

Ainsi, le site de Corbeil Électroménagers est devenu le premier en Amérique du Nord à être propulsé par Guidyu. Ce dernier est un engin de guidage inédit qui promet de révolutionner le Web tel qu'on le connaît. Il prend l'utilisateur en charge dès sa première frappe en lui proposant des suggestions de recherche et le nombre de résultats associés. Le système permet également de préciser la recherche en posant des questions qui permettront de cibler les résultats les plus pertinents. L'utilisateur peut donc choisir des critères précis qui contribueront à arriver au bon appareil plus rapidement. De plus, Guidyu apprend et s'améliore après chaque interaction avec l'utilisateur. Pour mieux servir celui-ci, il dresse son profil en mémorisant ses préférences, ses recherches et ses habitudes d'utilisation.

Ainsi, Guidyu est en mesure de personnaliser les résultats de recherche à chaque demande. Il apprend aussi à associer des mots subjectifs (« grand », « pas cher », etc.) à des critères plus précis, ce qui permet au consommateur d'utiliser un vocabulaire davantage humain, moins spécialisé. Il devient

alors plus facile et plus rapide de trouver ce que l'on cherche. Guidyu relie également entre eux tous les articles et vidéos du site, en plus de faire des comparaisons et recommandations sur tous les électroménagers. Et si les résultats ne sont pas satisfaisants, Guidyu met immédiatement l'utilisateur en contact avec un agent du service à la clientèle de Corbeil qui aura instantanément accès à l'historique de recherche de l'utilisateur. Guidyu est donc un outil très prometteur pour le commerce de détail en ligne puisqu'il permet d'augmenter significativement le taux de satisfaction de l'utilisateur tout en diminuant le temps de recherche et le volume d'appel au service à la clientèle.

Côté look, le www.corbeilelectro.com présente un design complètement revisité. Le site propose maintenant une approche orientée vers un style magazine, avec plus de photos et des articles de spécialistes. Les consommateurs y trouveront des trucs et conseils, des vidéos d'installation et la totalité des produits en vente chez Corbeil. Ils pourront également participer au contenu du site en envoyant des vidéos et en partageant leur expérience d'installation.

Alors prenez part à la prochaine révolution de l'Internet ! Rendez-vous sur www.corbeilelectro.com dès maintenant pour une expérience Web nouvelle génération.



Corbeil, le spécialiste de l'électroménager et ... des armoires de cuisine !

Par Robert Longtin, directeur, développement et immobilier

Toujours à la recherche de moyens d'améliorer son concept, Corbeil se lance dans la vente d'armoires de cuisine.

Les 29 magasins Corbeil seront réaménagés afin d'inclure un minimum de deux cuisines qui serviront de salle de montre. Pour débiter le programme, deux lignes de produits seront introduites soit le modèle de cuisine haut de gamme Cucina et le modèle plus conventionnel Cuisi ID.

Des designers cuisinistes seront présents dans les magasins afin d'assurer un service professionnel aux clients. De plus, le client pourra faire ses plans de cuisine chez Corbeil tout en choisissant ses appareils électroménagers. Un service de rénovation de cuisine complet !

Le lancement officiel se fera au début de l'année 2010.

Cuisine haut de gamme Cucina



TRUCS ET CONSEILS DE MARKETING

HUIT STRATÉGIES POUR RELANCER VOS VENTES

Par Dominique Froment, Les Affaires, le 21 août 2009

Comment les commerçants amélioreront-ils leurs chances d'avoir un automne à la hauteur de leurs attentes? Les conseils de Marie-Claude Frigon, associée de RSM Richter Chamberland, Jean Saine, président de Saine Marketing, et Daniel Lemire, président d'Indicia.

Profitez de la reprise... sans dérapier

1. Mettez la priorité sur les liquidités. Gérez les stocks de façon serrée. Quand un article ne se vend pas, soldez-le rapidement pour en acheter un autre qui se vendra.
2. Distinguez-vous de vos concurrents. Les consommateurs sont prêts à payer plus pour des produits uniques. Ces produits évitent les comparaisons de prix.
3. Révisez votre gamme de produits. Les consommateurs s'aperçoivent que les grandes marques offrent rarement le meilleur rapport qualité-prix.
4. Connaissez mieux vos clients. De 20 à 25 % des consommateurs recherchent le prix le plus bas, et de 5 à 15 %, le prix le plus élevé. Entre les deux, de 60 à 75 % recherchent le meilleur rapport qualité-prix. Si vous offrez seulement des marques haut de gamme, vous faites peut-être fausse route.
5. Réévaluez votre stratégie publicitaire. Vous devez être certain d'en avoir pour votre argent, mais ne coupez pas dans ce budget; ce n'est pas le temps de disparaître de l'écran radar.
6. Ajustez vos prix. Pendant la croissance économique, beaucoup de marchands ont augmenté leur marge de profit de 50 à 60 %. En général, les commerces sont en difficulté non parce que leur marge est trop faible, mais parce que le volume de ventes est insuffisant.
7. Pensez vert. Le souci de l'environnement est une tendance lourde. Voyez comment vous pouvez vous adapter à cette exigence des consommateurs.
8. Réévaluez votre emplacement. Si vos affaires ne vont pas comme vous voulez, ce n'est pas toujours à cause des prix ou du marketing, mais de votre emplacement. Certains concurrents n'ont pas survécu à la crise et ont libéré des espaces dont vous pourriez profiter.

Source : <http://www.lesaffaires.com/secteurs-d-activite/aeronautique-et-aerospatiale/huit-strategiecutegies-pour-relancer-vos-ventes/497200>

© 2007 LesAffaires.com

VENDRE EN PÉRIODE DE RÉCESSION... UNE QUESTION DE LEADERSHIP !

Voici quelques idées à méditer pour bien vous préparer au défi 2010

Renforcez votre attitude

Ce n'est pas la première fois qu'une période de récession se pointe à l'horizon et jusqu'à présent, on s'en est toujours sorti. Il ne faut pas baisser les bras, mais continuer d'agir en y mettant deux fois plus d'efforts, et surtout, en gardant en tête vos objectifs à long terme.

Jetez un coup d'œil en arrière

Un retour sur la dernière année s'impose. Analyse détaillée des résultats par produit et par vendeur, examen des marges, analyse critique des écarts entre ce que l'on souhaitait et ce que l'on a réalisé. Il faut aller plus loin que les chiffres: réfléchir à ce qui vous a réussi, mais aussi à ce qui a moins bien fonctionné et prendre les actions nécessaires. Un travail ardu certes, sûrement pas des plus motivants, mais qu'il faut faire absolument.

Préparez un plan de vente rigoureux

Il est important d'informer vos vendeurs de ce que vous attendez d'eux. Ne vous contentez pas de leur fixer des quotas plus élevés. Appliquez-vous plutôt à les stimuler par des actions qui les pousseront à se dépasser.

Soyez exigeant

Pour exiger le maximum, vous devez être exigeant avec vos vendeurs. Si vous acceptez que ceux qui travaillent avec vous ne donnent pas leur pleine mesure, non seulement vous ne parviendrez pas à faire vos chiffres, mais encore, vous vous retrouverez à la tête d'une équipe de vente médiocre et tout à fait indifférente. Pour un bon vendeur, il n'y a rien de plus motivant que lorsqu'on le pousse à puiser continuellement au fond de lui-même, là où se trouve sa véritable force. Il sait que vous comptez sur lui et c'est à ce moment-là qu'il est à son meilleur.

Ravivez la flamme

Un grand dirigeant a la capacité de stimuler les gens et de les encourager sans relâche. Être présent quand il faut, savoir déceler le besoin de se confier, de se faire écouter, stimuler plutôt que critiquer, supporter, donner du feedback, un conseil, un moment d'attention. En disant simplement «Merci», «Ne lâche pas», «Je sais que tu vas réussir»... Vous donnez de l'énergie à votre vendeur, vous l'aidez à développer sa confiance.

Vous devez être prêt pour aider vos vendeurs à faire leurs chiffres, à leur fournir toute l'assistance à laquelle ils sont en droit de s'attendre. **DONNEZ-LEUR DES LEADS !**

Gardez vos vendeurs actifs

Rien ne vaut, pour la motivation d'un vendeur, le sentiment exaltant que procure la conquête d'un nouveau client.

Source : Adapté d'un article de Michel Bélanger dans le numéro de décembre 2008 de l'infolettre «Expansion» publiée mensuellement par Bélanger Bronsard Marketing.



QUELQUES IDÉES SIMPLES ET PEU COÛTEUSES POUR AUGMENTER VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES

Par Anar Javer, directrice régionale adjointe, réseaux C.-B., Meuble, électroménager et literie

Démontrer son appréciation à ses clients peut porter fruit

Un timbre et quelques bons mots peuvent suffire à vous faire gagner des milliers de dollars. Envoyer des notes de remerciement est un moyen efficace et peu coûteux de conserver une clientèle, d'attirer de nouvelles occasions d'affaires et de hausser la fréquence des achats.

Accompagnée d'une carte d'affaires, une simple carte de remerciement contenant quelques lignes écrites à la main pour remercier vos clients de leurs récents achats peuvent faire une bonne impression et aider à bâtir une relation solide avec votre clientèle.

Le seul fait de remercier vos clients fidèles en leur envoyant un coupon lors d'une période moins achalandée est une excellente façon de faire monter vos ventes et l'appréciation de vos clients. Vous pouvez inclure un coupon avec la carte de remerciement ou simplement mentionner que la carte sert de coupon.

Il faut toujours envoyer un message de remerciement à un client ou à un associé vous ayant référé un client (et s'il s'agit d'un très grand client, il n'y a pas de mal à envoyer un cadeau de remerciement). Chaque client référé ne vous coûte rien en publicité.

Être vert, c'est branché

Oui, être vert, c'est branché et c'est aussi bon pour l'environnement. Assurez-vous d'annoncer tous les produits «verts» ou écologiques en vedette, tels que les fibres organiques utilisées dans la fabrication des matelas, comme les fibres de coton, de bambou ou de laine et les finis ou colorants naturels pour meubles.

Attirez l'attention des clients sur tous les processus respectueux de l'environnement utilisés dans la fabrication des produits que vous vendez, et insistez sur le recyclage. Demandez aux représentants de vos fournisseurs de vous fournir de l'information à ce sujet.

Dans le cas des électroménagers, l'efficacité énergétique et l'économie d'énergie sont des avantages importants pour l'environnement et la clientèle. Assurez la promotion de ces caractéristiques dans vos publicités et faites en sorte que ce soit bien visible. Devancez vos concurrents et propulsez votre nom en avant-plan!

Vous avez besoin d'aide avec ces stratégies? Communiquez avec Anar Javer par téléphone au 778 227-0356 ou par courriel à anar.javer@cantrex.com.

NOUVELLES DE L'UNIVERSITÉ CANTREX

FORMATION DE VENTE ET ENCADREMENT: UN INVESTISSEMENT ET NON UNE DÉPENSE

Par Jean-Guy Bourgeois, directeur de formation, Université Cantrex

Souvent, la formation du personnel de vente est perçue comme une dépense. Les entrepreneurs ou leurs directeurs suivent une formation ou bien décident d'envoyer leur personnel de vente en formation et se demandent ensuite ce qu'ils ont appris. Très souvent, les gens qui reviennent d'une formation ne savent pas comment appliquer leurs nouvelles compétences en magasin pour améliorer leur rendement.

La formation a pour but de perfectionner les aptitudes de votre personnel de vente, de les aider à personnaliser le service offert à chaque client et de générer davantage de ventes. Souvent, la formation à elle seule ne suffit pas. Pour aider le personnel de vente à intégrer les compétences acquises lors de la formation, l'encadrement des équipes de vente et le suivi de leur rendement s'avèrent un atout.

Les programmes de formation de vente et d'encadrement de l'Université Cantrex sont conçus pour donner des résultats concrets à l'entrepreneur. Les programmes ont été créés spécialement pour la vente au détail des marchés du meuble, du matelas, de l'électronique et de l'électroménager. Chaque minute de la formation est axée sur votre marché de vente au détail. Nous pouvons aussi vous former à encadrer vous-même votre équipe de vente, ou nous pouvons nous rendre dans votre magasin et encadrer votre équipe nous-mêmes.

Voici quelques programmes de formation offerts par l'Université Cantrex pour relancer vos ventes et votre rentabilité :

- Formation sur les techniques de vente
- Formation d'encadrement de l'équipe de vente
- Coaching du coach
- Coaching en magasin de l'équipe de vente



Dans un premier temps, nous évaluons vos besoins et votre situation lors d'une rencontre privée dans votre magasin. Aucuns frais ne vous sont facturés pour cette première consultation. Ensuite, nous vous présentons un plan de formation adapté à vos besoins. Notre engagement : faire en sorte que chaque dollar investi en formation vous rapporte beaucoup en retour.

N'hésitez pas à faire appel aux services de formation de l'Université Cantrex.

Pour plus de renseignements à propos de l'**Université Cantrex**, communiquez avec Jean-Guy Bourgeois, directeur de formation, au 514 259-7328, ou par courriel à jeanguy.bourgeois@cantrex.com. Téléchargez notre programme de formation et notre formulaire d'inscription sur la page **Université Cantrex** de notre extranet sécurisé, dans la section **Services de détail aux membres**.

ENCADRER SON PERSONNEL EN TOUTE CONFIANCE CHEZ CORBEIL ÉLECTROMÉNAGERS

Par Jean-Guy Bourgeois, directeur de formation, Université Cantrex

La formation en encadrement est essentielle pour augmenter l'efficacité de votre personnel de vente, hausser vos ventes et améliorer votre rentabilité. Le département de formation de l'Université Cantrex a récemment développé un programme de formation en encadrement de deux volets pour un groupe de directeurs chez Corbeil. Tout d'abord, la théorie, puis ensuite, nous encadrons les directeurs et effectuons des évaluations de suivi.

La première séance d'encadrement a eu lieu le 2 septembre 2009. La formation théorique couvre tous les éléments importants, à partir de la façon de mener une séance d'encadrement jusqu'aux outils d'encadrement et de suivi simples et efficaces. Ces outils ont aidé à cibler les occasions d'encadrement en identifiant ce qui aidait et ce qui nuisait au bon rendement. Ce volet a satisfait tous les participants, enjoués à l'idée de mettre en pratique toutes les compétences acquises. Ils ont tous très hâte d'assister au prochain volet d'encadrement de leur formation.

Vers la fin de 2009, plus d'une douzaine de séances d'encadrement de l'entrepreneur auront été données dans les magasins Corbeil. L'objectif de ces séances est d'aider les coachs à bien démarrer, à prendre conscience de leur valeur et à tirer profit des occasions d'encadrement qu'offre leur milieu de travail. Dans le cadre de leur travail, les coachs doivent pousser leur équipe à agir et aider chaque membre de l'équipe à découvrir son potentiel et à aller de l'avant pour leur propre développement professionnel. Les premières

séances se sont avérées très positives et les coachs ont déjà pris des mesures suite aux observations faites en magasin.

Arrêtez-vous, observez et écoutez... C'est si simple !

L'observation et l'écoute vous aideront à comprendre les raisons de vos succès et de vos échecs. Lorsque vous savez comment interpréter vos observations, il devient plus facile de prendre les décisions qui vous seront les plus profitables.

L'Université Cantrex peut créer un programme de formation en encadrement sur mesure pour votre personnel. Pour plus de renseignements, communiquez avec Jean-Guy Bourgeois, au 514-259-7328 ou à jeanguy.bourgeois@cantrex.com.

SOUTIEN COMMUNAUTAIRE

CANTREX AMASSE DES FONDS POUR LES JEUNES DE MONTRÉAL ET DE TORONTO

Nous désirons remercier les quelque 300 mordus de golf pour leur générosité et leur participation aux deux tournois de golf annuels de Cantrex : celui du Québec, qui a eu lieu en juin au club de golf Le Blainvillier, à Blainville, et celui de l'Ontario, qui a eu lieu en juillet au club de golf Copper Creek de Kleinburg. Cantrex a pu faire don de 20 000 \$ à deux organisations caritatives pour les jeunes.

Un premier chèque de 10 000 \$ a été remis au Refuge des jeunes de Montréal, qui vient en aide aux jeunes hommes en détresse et sans-abri, et un deuxième chèque de 10 000 \$ a été remis au chapitre de Toronto et du centre de l'Ontario de la fondation Fais-Un-Vœu, qui exauce les vœux d'enfants atteints d'une maladie menaçant leur vie.



L'auteur-compositeur-interprète québécois et porte-parole du Refuge des jeunes, **Dan Bigras**, accepte un chèque de 10 000 \$ remis par le président et directeur général de Cantrex, **Alain Masse**.



Ennio Reali, Directeur régional développement des affaires, Ontario, remet un chèque de 10 000 \$ au personnel de Fais-Un-Vœu Toronto, **Janet Bryan** (gauche) et **Kimberley Hughes** (droite).

Nous tenons à remercier chaudement tous les collaborateurs qui ont rendu possible cette sixième publication. Nous apprécions grandement votre participation et votre rigueur !

Bobbi Jo Balzer, Jean-Guy Bourgeois, Rick Cartwright, Denis Corbeil, Manon Dessureault, Jean Favreau, Alice Garrido, Marius Guertin, Marc Hamel, Serge Houle, Anar Javier, Diane Lanthier, Earle Leard, Robert Longtin, Louise Lortie, Alain Masse, Corey McMullan, Marc Melanson

UN ÉVENTAIL VARIÉ DE SERVICES À VOTRE PORTÉE...

PROGRAMMES DE FINANCEMENT

 **TD Retail Card Services**



CRÉDIT AU DÉTAIL



SOLUTIONS
Moneris



PROGRAMMES D'ASSURANCES

Financière
Sun Life



PIB
PROGRAMMED INSURANCE
BROKERS INC.

PLANS DE PROTECTION / PRODUITS

 **comerco**



SERVICE DE LIVRAISON



CANADA POST  **POSTES CANADA**

À titre de membre Cantrex, profitez de tarifs avantageux en adhérant à l'un ou l'autre des services avec ces fournisseurs. Obtenez tous les détails en visitant la section Services de détail aux membres de notre extranet sécurisé au www.cantrex.com à l'aide de vos nom d'utilisateur et mot de passe. Si vous avez besoin d'aide, n'hésitez pas à communiquer avec Claudine Chabot par téléphone au 514 906-5953 ou par courriel à claudine.chabot@cantrex.com.

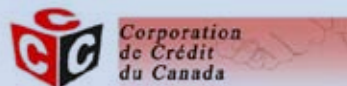
AUTRES SERVICES

TAIL
BASE

Solutions Web



Études de marché



Agence de recouvrement



Équipement d'entrepôt



Produits de finition

GOM
stratégies inc.
Gestion Opérations Marketing

Stratégies de détail

RETAIL
ADVANTAGE
INCORPORATED

Étiquetage

FOURNITURES DE BUREAU
Denis
LES VRAIS EXPERTS DU BUREAU

Fournitures de bureau

CANTREX