

# DTL

QC.  
RENDEZ-VOUS  
DU COMMERCE  
DE DÉTAIL

LE PROGRAMME  
CONFERENCE  
PROGRAM



#DTLQC16  
@CCCD\_QUEBEC  
DTLQC.COM

COMMANDITAIRE  
PRINCIPAL/  
PRESENTING SPONSOR

**CHASE** <sup>MC</sup>  
**Paymentech**

ORGANISÉ PAR / PRODUCED BY

 **CCCD** *Je vote des détaillants*  
Conseil canadien du  
commerce de détail

 **RCC** *the voice of retail*  
Retail Council of Canada



**Je** souhaite la plus chaleureuse des bienvenues à tous les participants assistant à la conférence du Conseil canadien du commerce de détail. La Ville de Montréal est heureuse de s'associer à cet événement, qui réunit les acteurs d'un secteur stratégique de notre économie.

Au Québec, chaque année, le montant total des ventes au détail atteint 108 milliards de dollars. Si on exclut les secteurs de l'alimentation et de l'automobile, on compte plus de 322 000 personnes qui travaillent dans plus de 27 000 établissements.

La santé du commerce de détail contribue significativement à la santé économique de notre ville. Son dynamisme rejaillit sur l'ensemble de la population. La qualité de vie des Montréalais me tient à cœur et je pense que la présence de nouveaux produits, un excellent service à la clientèle ou une nouvelle expérience de consommation améliore précisément la qualité de vie.

La métropole est bien connue pour sa créativité, qui s'exprime notamment dans le commerce de détail. De nombreux détaillants d'envergure et des fournisseurs de services sont nés ici avant d'exporter leurs idées partout en Amérique et à travers le monde.

Je vous souhaite des échanges fructueux et un bon séjour à Montréal.

I would like to wish a warm welcome to all Retail Council of Canada Conference participants. Montréal is pleased to be part of this event, which brings together key players in a strategic sector of our economy.

In Québec, retail sales total \$108 billion dollars each year. If we exclude the food and automobile sectors, there are more than 322,000 people working in more than 27,000 establishments.

The health of retail sales contributes significantly to our city's economic health. Its vitality has an impact on the entire population. I care very much about Montrealers' quality of life and I believe that new products, great customer service and new consumer experiences contribute greatly to our quality of life.

Our city is well-known for its creativity, which expresses itself through retail sales. Many major retailers and service providers started out here before exporting their ideas to the rest of North America and the world. I would like to wish you many productive discussions and a wonderful stay in Montréal.

A handwritten signature in black ink, which appears to be "Denis Coderre". The signature is fluid and stylized, with a large loop at the end.

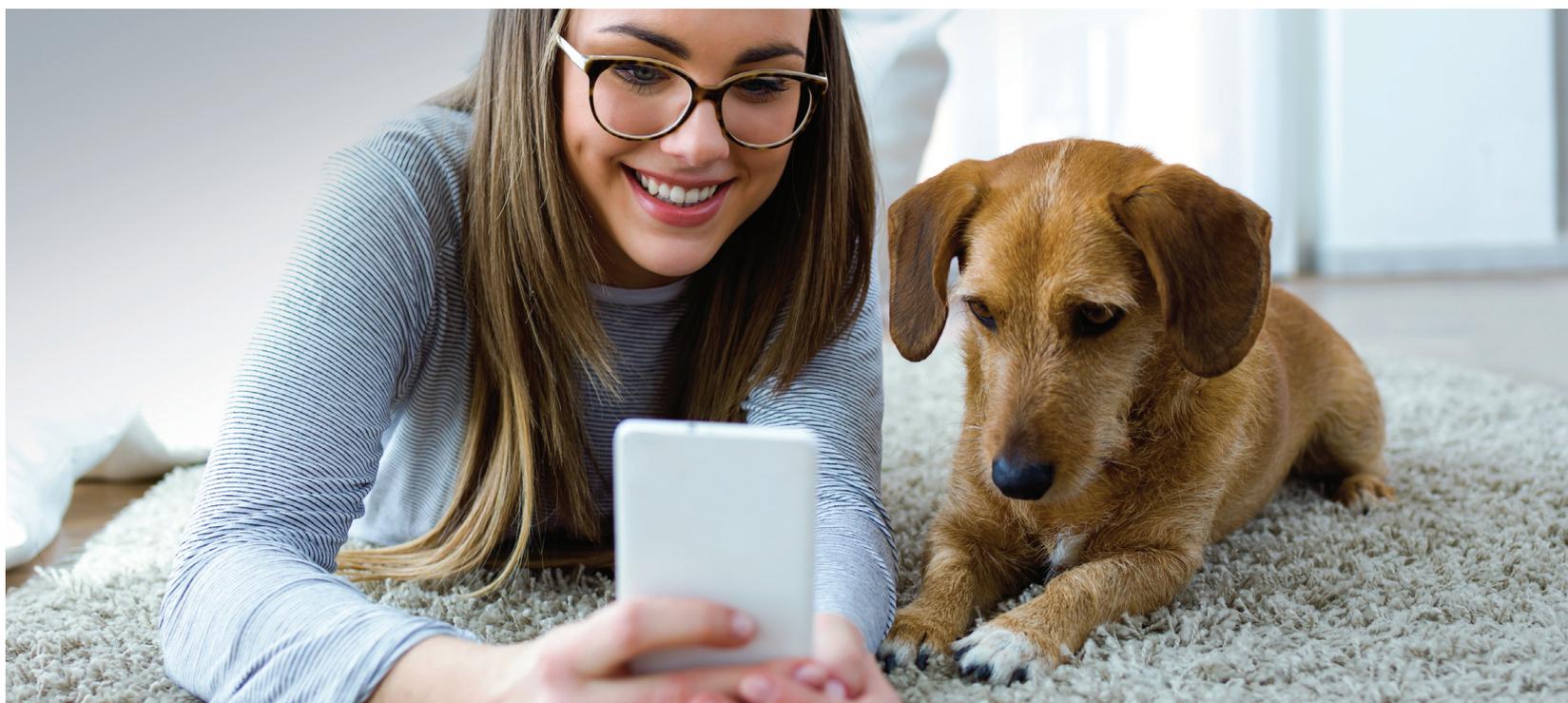
**Denis Coderre**

Maire de Montréal / Mayor of Montréal

**Montréal** 

CONFÉRENCE DE 10 H 50 À 11 H 35

## COMMENT EFFECTUER UN VIRAGE VERS LE COMMERCE UNIFIÉ AFIN DE GAGNER LE CŒUR DE SA CLIENTÈLE ?



**Il vous tient à cœur d'offrir à vos clients un parcours d'achat homogène à travers tous les points de contact ?**

Il y a plus d'un an, Mondou, détaillant en produits pour les animaux de compagnie a fait un choix décisif : **prendre le virage du numérique**. Avec plus de 60 magasins à travers le Québec et 300 000 clients chaque mois, il fallait s'assurer que le changement se ferait sans heurt aussi bien en magasin qu'en ligne.

**Venez vivre l'expérience de Mondou dans son cheminement vers le commerce unifié, soutenu par son partenaire Orckestra.**

CONFÉRENCIERS :



**Vincent Trépanier**

Vice-président exécutif et co-fondateur d'Orckestra, une entreprise spécialisée dans les solutions de commerce unifié.



**Martin Deschênes**

Vice-président exécutif et directeur général pour tous les magasins Mondou.



## MOTS DE BIENVENUE / WELCOME



**C**hers délégués,  
Au nom du Conseil canadien du commerce de détail (CCCD), nous sommes ravis de vous accueillir à la troisième édition de DTL<sup>QC</sup>. Rendez-vous du commerce de détail. Cette année encore, nous avons réuni pour vous des experts de l'industrie du commerce de détail du Québec et d'Amérique du Nord qui ont accepté de partager leurs expériences et leurs stratégies novatrices. Les défis sont nombreux et la programmation de 2016 sera à la hauteur afin de vous inspirer. Nos ateliers et conférences sur les programmes de fidélité adaptés à vos besoins, la chaîne des opérations axées sur la demande des consommateurs ou encore la transformation de l'expérience en ligne et en magasin sauront répondre à vos questions et vous stimuler.

Le Conseil canadien du commerce de détail est LA voix des détaillants au Québec et au Canada et c'est pourquoi DTL<sup>QC</sup> est une journée qui vous est entièrement dédiée. Notre but est de créer un lieu propice de rencontres entre influenceurs et novateurs, pour favoriser le dialogue et le partage d'expériences. Nous vous invitons à profiter de cette occasion unique pour vous ressourcer, faire le plein de nouveaux outils ou pour vous encourager en discutant avec vos collègues et avec vos pairs de l'industrie. Vous êtes aussi invités à joindre la conversation en ligne sur Twitter en utilisant le mot-clic #DTLQC16.

Nous tenons à remercier tous nos partenaires, exposants et commanditaires qui nous permettent de réaliser une journée aussi mémorable. Nous remercions également les membres de notre comité aviseur de 2016 pour leurs idées et pour leur temps ainsi que tous nos conférenciers et conférencières, que nous sommes impatients d'entendre !

Merci de participer à la conférence DTL<sup>QC</sup>. Rendez-vous du commerce de détail. Vous êtes au cœur de cette journée et, au nom du CCCD, nous espérons sincèrement cette expérience enrichissante, autant pour vous que pour votre entreprise.

Bonne conférence !

**Nathalie St-Pierre**

Directrice générale,  
Québec et Vice-présidente,  
Développement durable,  
Conseil canadien du commerce  
de détail

**Alain Dumas**

Directeur principal,  
Stratégie numérique, Sobeys  
Président, Conseil de direction,  
Conseil canadien du commerce  
de détail



Conseil canadien du  
commerce de détail



Retail Council of Canada



Dear delegates,

**D**On behalf of the Retail Council of Canada (RCC), we are delighted to welcome you to the third edition of the DTL<sup>QC</sup>. Retail Conference. This year again, we have assembled for you retail experts from Quebec and North America, who have agreed to share their experience and innovative strategies. The challenges we face are many, and the quality of this year's program will provide you with the inspiration to meet them. Our workshops and conferences on loyalty programs tailored to your needs, the customer demand-centered chain of operations, and the transformation of the online and in-store experience will surely answer your questions and motivate you.

The Retail Council of Canada is THE voice of retailers in Quebec and Canada, and that is why DTL<sup>QC</sup>. is a day devoted entirely to you. Our goal is to create a setting conducive to meetings between influencers and innovators, to promote discussions and the sharing of experiences. We invite you to use this unique opportunity to reinvigorate yourselves, load up on new tools or find encouragement by talking to colleagues and industry peers. You are also invited to join the online conversation on Twitter by using #DTLQC16.

We would like to thank all of our partners, exhibitors and sponsors for making such a memorable event possible. Thank you also to our 2016 advisory committee members for their ideas and time, and all of our guest speakers, whom we look forward to hearing.

Thank you for participating in the DTL<sup>QC</sup>. Retail Conference. This day is meant for you and, on behalf of the RCC, we sincerely hope this experience proves rewarding for both you and your company.

Enjoy the conference!

**Nathalie St-Pierre**

Executive Director,  
Quebec and Vice-President,  
Sustainability,  
Retail Council of Canada

**Alain Dumas**

Senior Director,  
Digital Strategy, Sobeys  
President, Quebec Advisory board,  
Retail Council of Canada



# APERÇU DE LA PROGRAMMATION / AGENDA-AT-A-GLANCE

 Interprétation simultanée pour toutes les communications de la salle principale

7 h à 17 h	<b>Inscription</b>   Commandité par : 
7 h à 8 h 10	<b>Déjeuner et réseautage</b>
8 h 10 à 8 h 20	<b>Accueil et mot de bienvenue</b>
8 h 20 à 9 h	<b>Des grandes marques, de multiples bannières et le défi du commerce de détail omnicanal</b>
9 h à 9 h 45	<b>Fidélisation à la marque : que nous réserve l'avenir ?</b>
9 h 45 à 9 h 50	<b>Série &lt;&lt;5-spirer&gt;&gt;: Jouer le jeu d'une nouvelle expérience de commerce</b> Commandité par : <b>valtech</b>
9 h 50 à 10 h 10	<b>Le prêt-à-porter connecté et l'Internet des objets : transformer le commerce de détail en magasin</b>
10 h 20 à 10 h 50	<b>Pause et réseautage</b>   Commandité par : 
10 h 50 à 11 h 35	<b>Ateliers</b>
11 h 35 à 13 h	<b>Dîner et réseautage</b>
11 h 50 à 12 h 10	<b>Dîner-Conférence: Moderniser l'indice des prix à la consommation à l'aide de données scanographiques</b>
13 h à 13 h 45	<b>« Brand Flip », le concept de la marque revisitée : positionnez votre entreprise pour une économie chargée de sens</b>
13 h 45 à 14 h 15	<b>Souple et axée sur le consommateur : une chaîne d'approvisionnement efficace</b> Commandité par : 
14 h 15 à 14 h 20	<b>Série &lt;&lt;5-spirer&gt;&gt;: Les communautés en ligne Léger: la nouvelle génération de sondage et recherche marketing en temps réel</b>   Commandité par : 
14 h 20 à 14 h 50	<b>Pause et réseautage</b>
14 h 50 à 15 h 20	<b>S'adapter aux changements dans le comportement des consommateurs</b>
15 h 20 à 15 h 50	<b>Une stratégie numérique harmonisée pour renforcer l'expérience client</b>
15 h 50 à 16 h 20	<b>Mettez-vous au parfum : Dans un Jardin fleurit de plus belle</b>
16 h 20 à 16 h 30	<b>Mot de la fin</b>
16 h 30 à 17 h 30	<b>Réception de réseautage</b>   Commandité par : 

 Simultaneous interpretation provided for all main stage sessions

7 a.m. - 5 p.m.	<b>Registration</b>   Sponsored by: 
7 - 8:10 a.m.	<b>Breakfast &amp; Networking</b>
8:10 - 8:20 a.m.	<b>Welcome &amp; Opening Remarks</b>
8:20 - 9 a.m.	<b>Big Brands, Multiple Banners, and the Challenge of Omnichannel Retail</b>
9 - 9:45 a.m.	<b>The Future of Consumer Brand Engagement</b>
9:45 - 9:50 a.m.	<b>RCC's "Fast Five" Thought Leadership Series: Retail Game On! Grow Your Commerce Channels</b>   Sponsored by: <b>valtech</b>
9:50 - 10:20 a.m.	<b>Wearables and Internet of Things: Transforming In-Store Retail</b>
10:20 - 10:50 a.m.	<b>Networking Break</b>   Sponsored by: 
10:50 - 11:35 a.m.	<b>Concurrent Sessions - French Only</b>
11:35 a.m. - 1 p.m.	<b>Lunch &amp; Networking</b>
11:50 a.m. - 12:10 p.m.	<b>Lunch &amp; Learn Presentation: Modernizing the Consumer Price Index with Scanner Data</b>
1:00 - 1:45 p.m.	<b>The Brand Flip: Position Your Company for the Meaning Economy</b>
1:45 - 2:15 p.m.	<b>Implementing An Agile, Consumer Centric Supply Chain</b>   Sponsored by: 
2:15 - 2:20 p.m.	<b>RCC's "Fast Five" Thought Leadership Series: Leger's Online Communities — The Next Generation of Market Research Technologies</b>   Sponsored by: 
2:20 - 2:50 p.m.	<b>Networking Break</b>
2:50 - 3:20 p.m.	<b>Embracing the Consumer Shift</b>
3:20 - 3:50 p.m.	<b>Embracing Digital Harmony to Enhance the Consumer Experience</b>
3:50 - 4:20 p.m.	<b>Spread the Word: Dans Un Jardin is Coming Up Roses!</b>
4:20 - 4:30 p.m.	<b>Closing Remarks</b>
4:30 - 5:30 p.m.	<b>Networking Reception</b>   Sponsored by: 

## MERCREDI 21 SEPTEMBRE / WEDNESDAY, SEPTEMBER 21

De 7 h à 17 h

### Inscription

Niveau 5, Foyer 517

COMMANDITÉ PAR: 

De 7 h à 8 h 10

### Déjeuner et réseautage

Salle 517a

De 8 h 10 à 8 h 20

### Accueil et mot de bienvenue

Salle 517b

#### Diane J. Brisebois

PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION,  
CONSEIL CANADIEN DU COMMERCE DE DÉTAIL

#### Alain Dumas

DIRECTEUR PRINCIPAL, STRATÉGIE NUMÉRIQUE, SOBEYS  
PRÉSIDENT DU CONSEIL DE DIRECTION,  
CONSEIL CANADIEN DU COMMERCE DE DÉTAIL

#### Nathalie St-Pierre

DIRECTRICE GÉNÉRALE,  
QUÉBEC ET VICE-PRÉSIDENTE DÉVELOPPEMENT DURABLE,  
CONSEIL CANADIEN DU COMMERCE DE DÉTAIL

De 8 h 20 à 9 h

### Des grandes marques, de multiples bannières et le défi du commerce de détail omnicanal

Salle 517b

Joignez-vous à Alain Brisebois, Vice-président Exécutif, Marchands affiliés et Services centraux Opérations de Lowe's Canada ! Il partagera avec l'industrie du commerce de détail canadien, pour la première fois en direct et en mode interactif, les stratégies et les idées qui ont mené à l'une des plus importantes fusions de marques dans le marché de détail canadien en 2016. M. Brisebois offrira un aperçu unique de la croissance du marché et de la gestion d'une organisation à multiples facettes mettant en vedette une grande variété de commerces de tous types, des magasins à grande surface aux plus petits commerces axés sur la collectivité.

Des stratégies d'assortiment aux stratégies de marketing, M. Brisebois discutera de la façon dont cette combinaison unique représente aussi bien un avantage qu'une occasion au sein du milieu du commerce de détail du Canada. La compagnie propose également de nombreuses options de prestation de services qui doivent être efficacement gérées. Qu'il s'agisse de la livraison à domicile, de la cueillette en magasin « Cliquer et ramasser », de l'achat en magasin avec livraison à domicile, de la personnalisation des produits et de la combinaison de services en lien avec le secteur des entrepreneurs, elle a conçu un éventail supérieur de choix pour l'expérience client en magasin et en ligne. Faites connaissance avec un important chef de file du commerce de détail au Québec et au Canada!

#### Alain Brisebois

VICE-PRÉSIDENT EXÉCUTIF,  
MARCHANDS AFFILIÉS ET SERVICES CENTRAUX OPÉRATIONS,  
LOWE'S CANADA

De 9 h à 9 h 45

### Fidélisation à la marque : que nous réserve l'avenir ?

Salle 517b

À l'ère où les détaillants poursuivent la fusion de leurs mondes physiques et numériques, la connaissance approfondie de leur clientèle est un élément essentiel au succès continu des marques. Elles doivent créer des liens et des expériences hors du commun avec les consommateurs. Comment s'en sortent-elles? Au cours de cette séance, Anne-Marie Leclair, associée principale et vice-présidente stratégie à Ig2, discutera de la façon dont les consommateurs d'aujourd'hui veulent s'associer et s'identifier à des marques. Elle sera rejointe sur scène par des leaders du commerce de détail qui ont su innover constamment et qui présenteront leur manière de répondre aux besoins de leurs clients grâce à la fidélisation numérique et à des expériences marquantes. De plus, ils discuteront de l'évolution de cette fidélisation.

#### MODÉRATRICE:

#### Anne-Marie Leclair

ASSOCIÉE, VICE-PRÉSIDENTE STRATÉGIE, Ig2

#### SPÉCIALISTES INVITÉS:

##### **Marine Godfroy**

DIRECTRICE MARKETING, m0851

##### **Phillippe Normand**

VICE-PRÉSIDENT MARKETING, LA MAISON SIMONS

##### **Danièle Bergeron**

VICE-PRÉSIDENTE ET CHEF DE L'EXPLOITATION,  
SAIL PLEIN AIR/SPORTIUM

De 9 h 45 à 9 h 50

#### **Série « 5-Spirer »**

### **Jouer le jeu d'une nouvelle expérience de commerce**

Salle 517b

COMMANDITÉ PAR: **valtech.**

Le jeu est instinctif chez l'humain : collectionner, chasser et résoudre font partie de nous. Les détaillants ont pendant des décennies déclenché cet instinct en proposant des concours et des rabais limités dans le temps pour inciter leurs consommateurs à trouver le meilleur deal possible. Dans ce contexte, le web tel que l'on connaît est-il trop monotone, saturé d'information et dépourvu de réelles connexions avec l'humain ? À ce jour, peu d'expériences numériques ont réussi à stimuler notre corde inconsciente. Damien Lefebvre Co-président de Valtech partagera avec vous sa vision d'un monde où les détaillants créeront un meilleur jeu pour leurs consommateurs lors de leur expérience d'achat.

##### **Damien Lefebvre**

COPRÉSIDENT, VALTECH

De 9 h 50 à 10 h 20

### **Le prêt-à-porter connecté et l'Internet des objets : transformer le commerce de détail en magasin**

Salle 517b

Nadia Shouraboura, figure révolutionnaire du commerce de détail et ancienne directrice à Amazon, décrit Hointer et sa vision audacieuse visant à fusionner tout naturellement l'engouement que suscite le magasin physique et la commodité du monde virtuel. Ce concept hybride avant-gardiste a fait ses débuts au sein d'un magasin de vêtements situé à Seattle, mais l'on retrouve maintenant des magasins à San Francisco, à New York, à Londres et à Singapour. D'autres détaillants peuvent maintenant profiter du succès de cette plateforme

technologique en vertu d'une licence. Venez découvrir pourquoi Hointer suscite toute cette effervescence et voyez par vous-même l'avenir du commerce de détail.

##### **Nadia Shouraboura**

PDG ET FONDATRICE, HOINTER

De 10 h 20 à 10 h 50

### **Pause et réseautage**

Salle 517a

COMMANDITÉ PAR: 

De 10 h 50 à 11 h 35

### **Ateliers**

### **Réinventer le programme de fidélité : l'approche de Chocolats Favoris**

Salle 516c

COMMANDITÉ PAR: **MIREGO**

Chocolats Favoris a compris l'importance de fidéliser le client à sa marque en plus de le fidéliser à ses ventes. C'est dans cette optique que l'entreprise lançait cet été son application mobile ChocoFan<sup>MC</sup>, développée en collaboration avec l'équipe de Mirego. La plateforme unique récompense les clients pour leurs achats tout en leur permettant de vivre diverses expériences avec les produits et la marque par le biais de défis immortalisés en photo, en chocolaterie comme à la maison. Lors de cette présentation, Dominique Brown et Sébastien Morin traiteront des raisons qui ont poussé Chocolats Favoris à lancer ce programme innovateur et des avantages à utiliser la technologie pour fidéliser le consommateur à une marque. Ils discuteront également de l'importance d'avoir une vision omnicanale et de considérer l'expérience en magasin et l'expérience en ligne comme une seule et même expérience.

##### **Sébastien Morin**

ASSOCIÉ - VICE-PRÉSIDENT,  
STRATÉGIE ET EXPÉRIENCE UTILISATEUR, MIREGO

##### **Dominique Brown**

PROPRIÉTAIRE ET PDG, CHOCOLATS FAVORIS

### Comment effectuer un virage vers le commerce unifié afin de gagner le cœur de sa clientèle?

Salle 516d

COMMANDITÉ PAR: **Orchestra** 

Il y a plus d'un an, Mondou, chef de file du commerce de détail de la nourriture et des accessoires pour les animaux de compagnie a fait un choix décisif : prendre le virage du numérique. Avec plus de 60 magasins à travers le Québec et 300 000 clients chaque mois, il fallait s'assurer que le changement se ferait sans heurt aussi bien en magasin qu'en ligne. Venez vivre l'expérience de Mondou dans son cheminement vers le commerce unifié, soutenu par son partenaire Orchestra. Vous pourrez bénéficier de leur apprentissage sur la stratégie de commerce à adopter dans un environnement concurrentiel et en constante évolution. Ils partageront également leur savoir sur les pratiques Lean et Agile qui ont été mises en place tout au long de cette initiative. Enfin, vous verrez comment Mondou a su attirer l'attention de sa clientèle et se positionner comme une référence dans son domaine.

#### Vincent Trépanier

VICE-PRÉSIDENT EXÉCUTIF ET COFONDATEUR, ORCKESTRA

#### Martin Deschênes

VICE-PRÉSIDENT EXÉCUTIF ET DIRECTEUR GÉNÉRAL, MONDOU

### La réalité virtuelle bousculera-t-elle notre façon de magasiner ?

Salle 516b

Le VR commerce est-il réel ? 2016 est-elle l'année de la démocratisation de cette technologie ?

La réalité virtuelle surpasse les attentes de tous en créant un nouveau dialogue entre une marque et son consommateur basé sur l'empathie. Dans les 5 ans à venir, le marché de la VR et de la réalité augmentée généreront plus de 100 milliards de revenus à l'échelle de la planète. Ces projections démontrent clairement l'opportunité pour les détaillants de créer des expériences immersives sur-mesure. Curieux ou en quête de connaissances, plongez dans l'univers de la VR appliquée au secteur du détail par Jean-François Tremblay, chef de pratique en réalité virtuelle et augmentée chez Valtech.

#### Jean-François Tremblay

CHEF DE PRATIQUE EN RÉALITÉ VIRTUELLE ET AUGMENTÉE, VALTECH

De 11 h 35 à 13 h

### Dîner et réseautage

Salle 517a

De 11 h 50 à 12 h 10

### Dîner conférence

### Moderniser l'indice des prix à la consommation à l'aide de données scanographiques

Salle 517b

Statistique Canada cherche constamment à améliorer l'indice des prix à la consommation (IPC). Ces améliorations s'avèrent avantageuses pour bon nombre de parties prenantes, notamment des décideurs et des détaillants. L'ajout des données scanographiques fait partie intégrante de l'amélioration et de la modernisation du programme relatif à l'indice des prix à la consommation. Cette séance présentera l'approche de Statistique Canada qui vise à entamer la collaboration avec les détaillants quant à l'utilisation des données scanographiques avec l'indice des prix à la consommation.

#### Bjenk Ellefsen

CHEF DE SOUS-SECTION POUR LE LAB D'INTÉGRATION ET D'EXPLORATION DES DONNÉES, STATISTIQUE CANADA

De 13 h à 13 h 45

### « Brand Flip », le concept de la marque revisitée : positionnez votre entreprise pour une économie chargée de sens

Salle 517b

Au cours des 13 années qui se sont écoulées depuis la parution du livre *The Brand Gap* de Marty Neumeier, les effets des médias sociaux ont prouvé la théorie générale de l'auteur : « Une marque n'est pas ce que vous voulez qu'elle soit, elle est plutôt ce qu'ils veulent qu'elle soit. » Les clients ne sont dorénavant plus simplement des consommateurs, des segments de marché ou des poussières dans le volume de données colossal. Ils sont des êtres humains en chair et en os qui ont des désirs, des rêves et des objectifs. Et ce sont eux les propriétaires de votre marque.

Marty Neumeier, auteur à succès réputé pour son expertise dans le domaine des marques, vous expliquera comment effectuer la transition d'une approche classique axée sur l'entreprise à une approche tournée vers l'avenir favorisant l'écoute du client. Vous découvrirez comment métamorphoser votre marque. Vous vendez

des produits? Apprenez plutôt à vendre des produits qui ont une signification. Vous savez comment cibler des segments de marché? Apprenez plutôt comment créer une communauté d'intérêts. Vous sentez que vos clients sont satisfaits? Donnez-leur également du pouvoir.

Dorénavant, la concurrence ne se joue plus entre les entreprises, mais bien entre les communautés de clients. Comment vous y prendrez-vous pour guider votre propre *tribu*?

#### **Marty Neumeier**

DIRECTEUR DE LA TRANSFORMATION, LIQUID AGENCY

De 13 h 45 à 14 h 15

### **Souple et axée sur le consommateur : une chaîne d'approvisionnement efficace**

Salle 517b

COMMANDITÉ PAR: **KPMG**

Les consommateurs veulent et exigent une expérience de magasinage extraordinaire, ce qui a transformé de nombreuses facettes des opérations et des services traditionnels en magasin. Les détaillants doivent ainsi redéfinir le cycle de vie du produit de leur fournisseur à leur clientèle afin d'en assurer la souplesse pour répondre à la demande changeante de celle-ci. C'est cette situation qui a accéléré la nécessité de mettre en œuvre, dans plusieurs secteurs, une chaîne d'approvisionnement axée sur la demande de leur consommateur.

Durant cette séance, Alain Sawaya, Directeur, Services-conseils à KPMG, discutera des raisons pour lesquelles les chaînes d'approvisionnement axées sur la demande sont essentielles au succès des entreprises, puisqu'elles permettent d'exploiter de façon optimale et transparente les données et les analyses du commerce électronique. Alain s'entretiendra ensuite avec le représentant d'un détaillant canadien de premier plan et examinera les réussites, les dossiers et les enjeux de la mise en œuvre de ce modèle.

#### **Alain Sawaya**

DIRECTEUR EXÉCUTIF, KPMG

#### **Daniel Côté**

VICE PRÉSIDENT, CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT,  
SOBEYS QUÉBEC

De 14 h 15 à 14 h 20

### **Série « 5-Spirer »**

### **Les Communautés en ligne Léger : La nouvelle génération de sondage et recherche marketing en temps réel**

Salle 517b

COMMANDITÉ PAR: **Léger**

Imaginez un monde où vous auriez accès en temps réel aux pensées, aux sentiments et aux décisions d'achat de vos clients; un monde où vous verriez non seulement leurs interactions sociales, mais dans lequel vous pourriez participer et intervenir à votre convenance; un monde que vous pourriez influencer tout en acquérant des tonnes de renseignements sur le marché. La nouvelle plateforme de gestion de communauté en ligne de Léger vous permet de faire exactement cela : vous pouvez intervenir dans une conversation à laquelle participent vos clients, favoriser une plus grande fidélité de leur part, former de nouveaux ambassadeurs de marque et augmenter vos ventes. Nous offrons la plateforme la plus puissante qui soit, une plateforme facilement personnalisable pour répondre à vos exigences et à vos besoins particuliers, et ce, avec le soutien d'une équipe d'experts.

Joignez-vous à nous et découvrez par vous-même de quelle façon cette nouvelle technologie deviendra l'un de vos plus grands atouts en vous aidant à mettre en œuvre votre stratégie de marque.

#### **Sandie Sparkman**

DIRECTRICE PRINCIPALE EN DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES,  
LÉGER

De 14 h 20 à 14 h 50

### **Pause et réseautage**

Salle 517a

De 14 h 50 à 15 h 20

### **S'adapter aux changements dans le comportement des consommateurs**

Salle 517b

L'expérience client a évolué et, avec la popularité des appareils mobiles, les marques et les entreprises doivent s'adapter en conséquence. Joignez-vous à Nicolas Gaudreau, chef du marketing pour le Groupe Dynamite et Richard Cohene, directeur, Commerce de détail et commerce en ligne au Canada pour Facebook,

qui discuteront de la meilleure manière de maîtriser l'expérience client changeante et l'établissement de relations au moyen de plusieurs canaux. M. Gaudreau et M. Cohene feront le point sur le commerce de détail au pays et présenteront de nombreux outils que les entreprises et les marques peuvent utiliser pour réinventer le commerce de détail et rester à l'affût des nouveautés. De plus, ils nous dévoileront les techniques qui, selon eux, fonctionnent bien et celles qu'il vaut mieux éviter.

### **Richard Cohene**

DIRECTEUR, COMMERCE DE DÉTAIL CANADA  
ET COMMERCE EN LIGNE, FACEBOOK

### **Nicolas Gaudreau**

CHEF DU MARKETING, GROUPE DYNAMITE

De 15 h 20 à 15 h 50

### **Une stratégie numérique harmonisée pour renforcer l'expérience client**

Salle 517b

Les médias offrent maintenant des possibilités quasi illimitées et l'approche « dictatoriale » du marketing cède peu à peu la place à de plus grands échanges avec les consommateurs. C'est pourquoi les marques doivent impérativement repenser leurs stratégies de marketing et de ventes en magasins pour rester concurrentielles.

Cette réalité est plus qu'importante dans le monde du commerce de détail numérique, où le rôle du marketing influence de plus en plus l'expérience client. Au cours de cette séance, Frederic Lecoq fera le point sur l'initiative pluriannuelle de Sport Chek visant à adopter le virage numérique pour ses magasins de détail et à offrir aux clients une expérience de magasinage personnalisée et interactive. Maintenant que les modèles sont en place, M. Lecoq décrira comment Sport Chek veille à l'uniformité d'un magasin à l'autre et d'un canal à l'autre. Comment un détaillant peut-il assurer la même expérience à un client sur place et à un client en ligne? Comment l'harmonisation numérique et physique peut-elle aboutir à cette agilité? M. Lecoq abordera ces idées et livrera ses points de vue sur l'orientation de l'innovation numérique dans le commerce de détail.

### **Frederick Lecoq**

PREMIER VICE-PRÉSIDENT MARKETING  
ET COMMERCE ÉLECTRONIQUE, FGL SPORTS LTD

De 15 h 50 à 16 h 20

### **Mettez-vous au parfum : Dans un Jardin fleurit de plus belle**

Salle 517b

L'expérience client compte pour beaucoup dans la satisfaction et la fidélisation de celui-ci. Comment optimiser encore plus cette expérience ? La concurrence est féroce dans le commerce de détail. Pour se démarquer, le détaillant doit faire preuve d'originalité. Les besoins du client sont le point de départ de bien des décisions.

Dans un Jardin a vécu de grands défis dans les années 2000 avec l'arrivée de nombreux nouveaux concurrents. Depuis les deux dernières années, un virage de 180 degrés s'est opéré, plaçant le client au centre des décisions. Son but : offrir les meilleurs produits de soins naturels authentiques, élaborés à partir de formules éprouvées et reconnues pour leurs bienfaits. Ont suivi un « rebranding » de fond en comble, l'introduction de plus de 300 nouveaux produits et des magasins revus et améliorés. Mais l'organisation ne s'est pas arrêtée là. La réflexion s'est étendue à l'ensemble du processus - avant, pendant et après la vente. La stratégie de marketing a réintroduit des outils souvent délaissés. On a donc ajouté aux méthodes plus « modernes » à des éléments plus traditionnels. La clé est de garder l'équilibre et de rester actuel. Les résultats sont probants et le client est au rendez-vous.

Eric Arminjon, le président de Dans un Jardin, vient nous raconter le dernier chapitre de l'histoire de ce détaillant actif depuis près de 40 ans.

### **Eric Arminjon**

PRÉSIDENT, DANS UN JARDIN

De 16 h 20 à 16 h 30

### **Mot de la fin**

Salle 517b

De 16 h 30 à 17 h 30

### **Réception de réseautage**

Salle 517a

COMMANDITÉ PAR:



## L'acceptation des paiements est la clé de la réussite de votre commerce. Le choix de la bonne société de traitement des paiements l'est aussi.

En ce qui concerne le traitement des paiements dans le secteur du commerce de détail, il n'y a aucune solution qui convienne à tout le monde. Chase Paymentech est la société de traitement des paiements privilégiée du CCCD, qui offre une gamme complète de solutions pour cartes de crédit et de débit conçues pour répondre aux besoins de votre commerce.

**Composez le 1.888.317.9516** pour vous renseigner sur les tarifs spéciaux offerts aux membres du CCCD<sup>1</sup>.



<sup>1</sup>Les commerçants qui souhaitent obtenir leurs services de traitement des paiements auprès de Chase Paymentech doivent présenter une demande. Toutes ces demandes sont assujetties aux politiques et procédures standard d'approbation de Chase Paymentech, y compris, notamment, l'approbation du crédit et la signature d'une convention relative aux services aux commerçants avec Chase Paymentech. Certaines conditions s'appliquent. <sup>TM</sup> & <sup>MC</sup> Marque de commerce de Chase Paymentech Solutions, LLC. Utilisateur autorisé de Solutions Chase Paymentech. © Copyright Paymentech, LLC., 2016. Tous droits réservés.

## WEDNESDAY, SEPTEMBER 21 / MERCREDI 21 SEPTEMBRE

7 a.m. - 5 p.m.

### Registration Open

Level 5, Foyer 517

SPONSORED BY: 

7 - 8:10 a.m.

### Breakfast & Networking

Room 517a

8:10 - 8:20 a.m.

### Welcome & Opening Remarks

Room 517b

#### Diane J. Brisebois

PRESIDENT & CEO,  
RETAIL COUNCIL OF CANADA

#### Alain Dumas

SENIOR DIRECTOR, DIGITAL STRATEGY, SOBEYS  
PRESIDENT, QUEBEC ADVISORY BOARD,  
RETAIL COUNCIL OF CANADA

#### Nathalie St-Pierre

EXECUTIVE DIRECTOR,  
QUEBEC & VICE PRESIDENT, SUSTAINABILITY,  
RETAIL COUNCIL OF CANADA

8:20 - 9 a.m.

### Big Brands, Multiple banners, and the Challenge of OmniChannel Retail

Room 517b

Join Alain Brisebois, Executive Vice President, Affiliate Dealers and Operations Central Services of Lowe's Canada as he shares with the Canadian retail industry for the first time live and interactive the strategies and insights that led to one of the biggest brand mergers in Canadian retail in 2016. Mr. Brisebois will provide a unique window into market growth and the management of a multifaceted organization featuring a wide variety of different store formats, from big box to smaller community based locations. From assortments to marketing strategies, Alain will discuss how this unique blend is both a benefit, and an opportunity in Canada's retail landscape. The company also has multiple service

delivery options that must be managed efficiently.

From direct home delivery, to "click & collect" pick-up in store, to pick from store & delivery to home, to customized product and service blends with the contractor community, it has developed a premium assortment of choice within digital and physical consumer experiences. Get close and personal with a key retail leader in Quebec and Canada!

#### Alain Brisebois

EXECUTIVE VICE PRESIDENT, AFFILIATE DEALERS  
AND OPERATIONS CENTRAL SERVICES, LOWE'S CANADA

9 - 9:45 a.m.

### The Future of Consumer Brand Engagement

Room 517b

In retail today, a deep understanding of consumers has become a critical step in the ongoing success of brands as retailers continue to merge their physical and digital worlds. Brands continue to focus on creating remarkable relationships and experiences with their consumers. However, are they getting it right? In this session, Anne-Marie Leclair, Senior partner, Vice-president strategy at lg2 will discuss how consumers want to engage & identify with retail brands today. Then, Anne-Marie will be joined by leading retail innovators to discuss how they are meeting the needs of their consumer, through both digital engagement, and impactful experiences, and how this engagement will evolve.

#### MODERATOR:

#### Anne-Marie Leclair

SENIOR PARTNER, VICE-PRESIDENT STRATEGY, LG2

#### PANELISTS:

#### Marine Godfroy

DIRECTOR OF MARKETING, M0851

#### Phillippe Normand

VP MARKETING, LA MAISON SIMONS

#### Danièle Bergeron

VP & COO, SAIL PLEIN AIR/SPORTIUM

9:45 – 9:50 a.m.

## RCC's Fast Five Thought Leadership Series

### Retail Game On! Grow your Commerce Channels!

Room 517b

SPONSORED BY: **valtech**

Games and playing are naturally instinctual: collecting, hunting and solving are just who we are. Retail has been taking advantage of this for decades with limited-time clearance sales and contests because it appeals to the human instinct for hunting; in this case to chase down a good deal. Is the web therefore too flat? Full of information, but missing the mark on human interaction? To date, digital retail customer relationships are the exception rather than the rule. Damien Lefebvre, co-president of Valtech Canada will be speaking on a vision where retailers create a "better game" for their customers when shopping.

#### Damien Lefebvre

CO-PRESIDENT, VALTECH

9:50 – 10:20 a.m.

### Wearables and Internet of Things: Transforming In-Store Retail

Room 517b

With a bold vision to effortlessly merge the excitement of physical store with the convenience of the online world, retail revolutionary and former Amazon executive Nadia Shouraboura describes Hointer. This leading-edge hybrid concept started with one apparel chain in Seattle and now has stores in San Francisco, New York London and Singapore. The success of this technology platform is also now being licenced to other retailers. Come hear about why there is such buzz about Hointer and see the future of retail for yourself.

#### Nadia Shouraboura

CEO, HOINTER  
FORMER VICE PRESIDENT, TECHNOLOGY, AMAZON

10:20 – 10:50 a.m.

### Networking Break

Room 517a

SPONSORED BY: 

10:50 – 11:35 a.m.

## Concurrent Sessions (French Only)

### A New Recipe for Loyalty: The Chocolats Favoris Approach

Room 516c

SPONSORED BY: **MIREGO**

Chocolats Favoris understands the importance of customer loyalty to its brand as well as its sales. It was with this in mind that this summer, the company launched its mobile application, ChocoFan™, concocted in collaboration with the team at Mirego. The unique platform rewards customers for their purchases while allowing them to enjoy a slew of experiences with products and the brand through challenges caught on camera, both at the chocolate shop and at home.

During their talk, Dominique Brown and Sébastien Morin will share the reasons that led Chocolats Favoris to launch this innovative program and the upsides of using technology to gain customer brand loyalty. They will also discuss the importance of having an omnichannel vision and perceiving the in-store and online experience as one and the same.

#### Sébastien Morin

VP STRATEGY & USER EXPERIENCES, MIREGO

#### Dominique Brown

OWNER & CEO, CHOCOLATS FAVORIS

### How To Innovate Across Channels To Win The Hearts Of Your Customers

Room 516d

SPONSORED BY:  **Orchestra**

Just over a year ago, Mondou, a leader in the distribution of products, services and accessories for the health and well-being of pets, made a fundamental decision: it was time for a digital transformation. With more than 60 stores across the province of Quebec and 300,000 customers per month, they had to ensure the change was seamless across their stores as well as online.

Come hear how Mondou, together with partner Orchestra, successfully integrated its physical and online offering to provide customers a greatly improved shopping experience. Learn how they're now able to adapt their business strategy for a constantly evolving competitive environment. They'll also share their

experience with Lean and Agile practices that were implemented throughout this project. Finally, you'll see how Mondou captured the attention of its customers and is now positioned as a leader in its category.

**Vincent Trépanier**

EXECUTIVE VICE-PRESIDENT AND CO-FOUNDER, ORKESTRA

**Martin Deschênes**

EXECUTIVE VICE-PRESIDENT, GENERAL MANAGER, MONDOU

**How Virtual Reality Will Impact Shopping Habits**

Room 516b

Is VRcommerce or Vtail for real? Is 2016 the year virtual reality finally makes its breakthrough as a mainstream technology?

Virtual Reality is going beyond everyone's expectations: creating a new form of brand connection based on empathy, thus becoming a powerful marketing asset to engage shoppers. Within the next 5 years, VR and AR (Augmented Reality) global revenues are set to grow exponentially to 100bn\$. Those projections clearly show the opportunity for retailers to be early adopters and tailor immersive shopper experiences. Whether you are curious or knowledgeable, let's take a look into the future of retail in VR with our exclusive keynote Jean-François Tremblay, Virtual Reality & Augmented Reality Practice Lead at Valtech.

**Jean-François Tremblay**

VIRTUAL REALITY & AUGMENTED REALITY PRACTICE LEAD, VALTECH

11:35 a.m. - 1 p.m.

**Lunch & Networking**

Room 517a

11:50 a.m. - 12:10 p.m.

**Lunch & Learn Presentation:  
Modernizing the Consumer Price Index  
with Scanner Data**

Room 517b

Statistics Canada makes continuous investments into improving the Consumer Price Index (CPI). These improvements benefit a full spectrum of stakeholders, including policy-makers and retailers. Incorporating

scanner data is an integral part of the improvement and modernization of the CPI program. This session will present Statistics Canada's approach to initiating a collaboration with retailers on the use of scanner data for the CPI.

**Bjenk Ellefsen**

UNIT HEAD AT THE DATA INTEGRATION AND EXPLORATION LAB, STATISTICS CANADA

1 - 1:45 p.m.

**The Brand Flip: Position Your Company  
for the Meaning Economy**

Room 517b

In the 13 years since Marty Neumeier wrote The Brand Gap, the effects of social media have proven his core theory: A brand isn't what you say it is—it's what they say it is. Customers are no longer consumers or market segments or tiny blips in big data. They're flesh-and-blood humans with desires, dreams, and goals. And they own your brand.

Best-selling brand author Marty Neumeier will show you how to make the leap from a company-driven past to the customer-driven future. You'll learn how to flip your brand from offering products to offering meaning, from targeting market segments to growing a tribe, and from satisfying customers to empowering them.

The battle is no longer between companies, but customer tribes. How will you lead yours?

**Marty Neumeier**

DIRECTOR OF TRANSFORMATION, LIQUID AGENCY

1:45 - 2:15 p.m.

**Implementing An Agile,  
Consumer Centric Supply Chain**

Room 517b

SPONSORED BY: 

Nowadays, the consumer driven desire and demands for an extraordinary shopping experience has changed many facets of traditional in-store service and operations. Thus retailers must also redefine their product cycle from vendor to consumer to ensure its agility for this evolving consumer demand. This has propelled the need for demand-driven supply chains across several industries.

In this session, Alain Sawaya, Director, Advisory Services at KPMG will discuss why demand-driven

supply chains are critical to the success of businesses, specifically leveraging analytics and e-business in a seamless manner.

Alain will then exchange with a prominent Canadian retailer and review successes, cases, and challenges for implementing the demand-driven model.

**SESSION HOST:**

**Alain Sawaya**

DIRECTOR, KPMG

**Daniel Côté**

VP SUPPLY CHAIN, SOBEYS QUEBEC

2:15 – 2:20 p.m.

**RCC's Fast Five Thought Leadership Series  
Leger's Online Communities –  
The Next Generation of  
Market Research Technologies**

Room 517b

**SPONSORED BY: Leger**

THE RESEARCH INTELLIGENCE GROUP

Imagine a world where you have real-time access to your customers' thoughts, feelings and purchasing decisions; a world where you not only see their social interaction, but where you can partake, influence and intervene at your convenience all while acquiring a wealth of market information. Leger's new online community management platform allows you to do just that: You can engage in an ongoing conversation with your customers, build stronger loyalty, generate new brand ambassadors, and increase your sales. We offer the most powerful platform, customizable to meet your specific needs and restrictions and supported by a dedicated team of experts.

Join us and see for yourself how this new technology can help you to implement your brand strategy and become one of your greatest assets.

**Sandie Sparkman**

SENIOR EXECUTIVE BUSINESS DEVELOPMENT, LEGER

2:20 – 2:50 p.m.

**Networking Break**

Room 517a

2:50 – 3:20 p.m.

**Embracing the Consumer Shift**

Room 517b

The consumer experience has shifted, and with mobile and video leading the charge, brands and companies must adapt. Join Nicolas Gaudreau, Chief Marketing Officer of Groupe Dynamite and Richard Cohene, Canadian Retail and E-Commerce Lead at Facebook, as they discuss how to stay on top of changing consumer experience and relationship building through multiple channels. Nicolas and Richard will deliver a state of the nation in retail, and discuss multiple ways companies and brands can reinvent retail – taking account of what works and what doesn't.

**Richard Cohene**

HEAD OF CANADIAN RETAIL AND E-COMMERCE, FACEBOOK

**Nicolas Gaudreau**

CMO, GROUPE DYNAMITE

3:20 – 3:50 p.m.

**Embracing Digital Harmony to Enhance  
the Consumer Experience**

Room 517b

With virtually infinite media options available and a move from dictation to conversation, it is vital that brands re-imagine their marketing and in-store strategies to stay ahead.

Nowhere is this more pertinent than in the world of digital retail where the role of marketing is increasingly driving the customer experience. In this session, Frederick Lecoq will provide an update on Sport Chek's multi-year initiative to digitize its retail stores and provide customers with a personalized and interactive shopping experience. Now that the models are in place, Frederick will describe how Sport Chek delivers a day-to-day omni channel experience. Frederick will address these ideas and provide insights on where digital retail innovation is headed.

**Frederick Lecoq**

SVP MARKETING & E-COMMERCE FGL SPORTS, LTD.

## AGENDA / PROGRAMME

3:50 - 4:20 p.m.

### **Spread The Word: Dans Un Jardin Is Coming Up Roses!**

Room 517b

Customer experience is a key ingredient in satisfaction and loyalty. So how do you optimize this experience? Competition is fierce in the retail industry and in order to set themselves apart, retailers have to be very creative. After all, most of these decisions are driven by customer needs.

Dans un Jardin was faced with several major challenges in the 2000s when the market became much more crowded. As a result, over the past two years the company has made a 180-degree shift so that now customers have been placed at the heart of every decision. Why? To offer the best in genuine, natural products, made using tried and tested formulas known for their benefits. This involved a complete re-branding, more than 300 new products as well as reinvented and improved stores. But the company did not stop there. A great deal of thought was given to the entire sales process—before, during and after. The marketing strategy reintroduced

now oft-neglected tools and, as a result, certain traditional elements were added to the more “modern” approaches. The key is to achieve a balance and remain current. The message was heard, and the clients have responded.

Eric Arminjon, President of Dans un Jardin, tells us the latest chapter in the story of a retailer that has now been in business for nearly 40 years.

#### **Eric Arminjon**

PRÉSIDENT, DANS UN JARDIN

4:20 - 4:30 p.m.

### **Closing Remarks**

Room 517b

4:30 - 5:30 p.m.

### **Networking Reception**

Room 517a

SPONSORED BY:



## Luttons contre les frais de transaction élevés.

Débit *Interac*<sup>MD</sup> est le mode de paiement le plus pratique et le plus abordable pour vous et vos clients. Ses frais de transaction sont bas et sa technologie, facile à implanter.

Pour obtenir du matériel promotionnel sur les services *Interac*, visitez le Centre des articles pour points de vente *Interac* à [interac.ca](http://interac.ca)



**Soyez futé  
quand  
vous payez.**



CHOCOLATERIE • GLACERIE



MAINTENANT 22 CHOCOLATERIES AU CANADA!



TÉLÉCHARGEZ L'APPLI CHOCOFAN DÈS MAINTENANT!

[chocolatsfavoris.com](http://chocolatsfavoris.com)



## CONFÉRENCIERS / SPEAKERS



### Eric Arminjon

PRÉSIDENT / PRESIDENT

**DANS UN JARDIN**

@d1jardin

Eric Arminjon compte plus de 25 années à titre de gestionnaire, stratège et créateur. Fondateur et propriétaire de son entreprise pendant plusieurs années (Publicité Tournesol- Atelier Wasabi), puis gestionnaire exécutif pour deux entreprises de renom (Magenta Studio Photo et Dans un Jardin), il a à son actif d'importantes réalisations pour des marques prestigieuses de l'industrie agro-alimentaire, de la restauration, de la mode et du luxe.

*Eric Arminjon brings over 25 years of experience as an administrator, strategist and creator. Founder and owner of his own fully integrated award winning advertising agency – Tournesol Advertising & Atelier Wasabi, he was also a senior executive for two renowned companies (Magenta Photo studio and Dans un Jardin). He also has to his credit, important realizations for prestigious brands in the food-processing, restoration, fashion and luxury industry.*



### Danièle Bergeron

VICE-PRÉSIDENTE ET CHEF DE L'EXPLOITATION /  
VICE PRESIDENT & COO,

**SAIL PLEIN AIR / SPORTIUM**

@sail\_canada @sportium\_canada

Danièle Bergeron a développé une solide expérience de gestion dans le secteur du commerce de détail. Elle a contribué au succès de la Maison Ogilvy en tant que vice-présidente exécutive jusqu'en 2006 pour ensuite rejoindre le groupe Jacob à titre vice-présidente produits. De 2011 à 2014, elle a agi à titre de présidente de l'entreprise de meubles Mobilia. En 2015 elle devenait Vice-présidente de l'Exploitation, Portefeuille de l'Est pour Cadillac Fairview avant de se joindre à l'équipe de SAIL Plein Air en tant que Vice-présidente et chef de l'exploitation.

*Danièle Bergeron has developed a solid management experience in the retail sector. She has contributed to the success of Ogilvy as Executive Vice President until 2006 before joining the Jacob group as Vice President Products. From 2011 to 2014, she served as President of Mobilia furniture company. In 2015 she became Vice President of Operations Eastern Portfolio for Cadillac Fairview before joining SAIL Plein Air as Vice President and Chief Operating Officer.*



### Alain Brisebois

VICE-PRÉSIDENT EXÉCUTIF, MARCHANDS  
AFFILIÉS ET SERVICES CENTRAUX OPÉRATIONS /  
EXECUTIVE VICE PRESIDENT, AFFILIATE DEALERS  
AND OPERATIONS CENTRAL SERVICES,

**LOWE'S CANADA**

@Lowe's\_Canada

Monsieur Alain Brisebois a été nommé au poste de vice-président exécutif, services centraux opérations pour Lowe's Canada lors de l'acquisition de RONA par Lowe's Companies inc. En mai 2013, monsieur Brisebois s'est joint à RONA en tant que premier vice-président et chef de la direction commerciale de RONA. À ce titre, il était responsable d'améliorer l'efficacité opérationnelle et la synergie entre les activités d'achats, de commercialisation, d'approvisionnement, de distribution et de marketing. Monsieur Brisebois est un vétéran du commerce de détail qui a occupé de nombreux postes stratégiques auprès d'importants détaillants au cours des 30 dernières années.

*Mr. Alain Brisebois was appointed Executive Vice President of Operations Central Services for Lowe's Canada in 2016, the same year Lowe's Companies Inc. completed its acquisition of Rona Inc. Mr. Brisebois joined RONA in May 2013 as Executive Vice President and Chief Commercial Officer. He was responsible for the operational synergy of the Corporation's merchandising, procurement, supply chain and distribution, and marketing activities. Mr. Brisebois is a veteran of the retail industry and has held numerous strategic positions at major retailers over the past 30 years.*



### Dominique Brown

PROPRIÉTAIRE ET PDG / OWNER AND CEO,

**CHOCOLATS FAVORIS**

@ChocoFavoris

Aujourd'hui propriétaire de Chocolats Favoris, Dominique Brown a toujours cru au potentiel d'affaires de la grande région de Québec. Au fil des ans, Dominique cumule de nombreuses distinctions et en 2011, il fait l'acquisition de la Chocolaterie de l'Île d'Orléans et se découvre une toute nouvelle passion : le chocolat. Depuis, il se consacre entièrement au développement des Chocolats Favoris en favorisant l'innovation et la croissance de ce fleuron de Québec.

*Dominique Brown, owner and CEO of Chocolats Favoris, always believed in Québec City's strong business potential. Over the years, Dominique accumulated numerous awards and in 2011, he acquired Chocolaterie de l'Île d'Orléans and discovered a new-found passion: chocolate. Over the years, he has consistently communicated this bold vision and is focused on developing Chocolats Favoris, already a success story in Québec, through innovation and constant growth.*



### **Richard Cohene**

DIRECTEUR, COMMERCE DE DÉTAIL CANADA ET COMMERCE EN LIGNE / CANADIAN RETAIL AND E-COMMERCE LEAD, **FACEBOOK**  
**@richardcohene @Facebook**

Richard Cohene, directeur, Commerce de détail Canada et commerce en ligne, assiste les grandes marques durant leur processus d'intégration à Facebook; il les conseille également en matière de stratégie relative à cette plateforme. Responsable-marketing auprès des consommateurs accompli et comptant plus de 13 ans d'expérience en marketing traditionnel et en ligne, il se spécialise dans les secteurs de la mode et des biens de consommation.

*Richard Cohene, Canadian Retail and E-Commerce Lead at Facebook, helps to work with major brands to build their Facebook integration and strategy. An accomplished consumer marketer with over 13 years' experience in both e-commerce and brick and mortar retail, Richard specializes in fashion and consumer goods.*



### **Daniel Côté**

VICE PRÉSIDENT, CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT / VP SUPPLY CHAIN, **SOBEYS QUEBEC**  
**@sobey**

Daniel Côté est reconnu pour son leadership, son engagement et sa capacité de travailler avec des équipes multidisciplinaires pour atteindre des résultats inégalés. M. Côté occupe le poste de Vice-président, Approvisionnement, Distribution et Logistique pour Sobeys Québec depuis 2012. Cette entreprise québécoise est une filiale en propriété exclusive d'Empire Company Limited qui est un chef de file canadien de la vente au détail et de la distribution de produits alimentaires à l'échelle nationale avec un réseau de plus de 1800 magasins corporatifs et affiliés dans les dix provinces canadiennes sous diverses bannières de détail.

*Daniel Côté is well known for his leadership, commitment, and ability to work with multidisciplinary teams to achieve unparalleled results. He has been Vice-President of Supply, Distribution, and Logistics for Sobeys Quebec since 2012. The Quebec-based company is a wholly owned subsidiary of Empire Company Limited, a leading Canadian grocery retailer and food distributor on a national scale with a network of more than 1800 corporate and franchised stores in all ten Canadian provinces under various retail banners.*



### **Martin Deschênes**

VICE-PRÉSIDENT EXÉCUTIF ET DIRECTEUR GÉNÉRAL / EXECUTIVE VICE-PRESIDENT, GENERAL MANAGER, **MONDOU**  
**@Mondou**

Martin Deschênes possède près de 20 ans d'expérience dans des postes de direction au sein de grandes entreprises. Il occupe maintenant le poste de directeur général pour tous les magasins Mondou et est responsable de l'ensemble de la stratégie d'affaires de cette entreprise québécoise. Sa nature entrepreneuriale fait de lui un excellent stratège dans le secteur des biens de consommation et de la vente au détail.

*Martin Deschênes has nearly 20 years of experience in senior positions within large companies. He now holds the position of General Manager for all Mondou stores where he is responsible for the whole business strategy for this Quebec company. His entrepreneurial nature positions him as a great strategist in the consumer goods sector and retail sales.*



### **Alain Dumas**

DIRECTEUR PRINCIPAL, STRATÉGIE NUMÉRIQUE / SENIOR DIRECTOR, DIGITAL STRATEGY, **SOBEYS**  
**@sobey**

M. Dumas occupe le poste Directeur principal, Stratégie numérique chez Sobeys Québec et siège au comité de direction de l'entreprise. Il compte plus de 25 ans d'expérience dans le domaine du commerce de détail alimentaire. Il est notamment responsable des activités numériques de l'entreprise depuis plus de 15 ans.

*Alain Dumas is Senior Director, Digital Strategy at Sobeys Quebec and sits on the steering committee of the company. He has over 25 years of experience in the food retail industry and has been responsible for digital business operations for over 15 years.*

# Les communautés en ligne Léger

## La nouvelle génération de sondage et recherche marketing en temps réel

Léger offre une nouvelle plateforme de gestion de communautés en ligne vous permettant d'engager une conversation continue avec votre clientèle pour mieux la fidéliser, générer de nouveaux ambassadeurs et augmenter vos ventes.

### Une clientèle **plus engagée** :

Engagez une conversation continue avec vos clients, partager du contenu et tester des nouvelles idées pour comprendre ce que vos consommateurs pensent, ressentent et achètent afin de générer et mobiliser une communauté d'ambassadeurs de marque.

### Des sondages **plus rapides** :

Réalisez gratuitement des sondages quantitatifs et qualitatifs en temps réel pour vous aider à augmenter la satisfaction de vos clients, améliorer l'expérience-client, des publicités, des concepts, des innovations et anticiper les tendances.

### Une plateforme **puissante** :

Utilisez la plateforme technologique web et mobile FUEL CYCLE, unique et intégrée, offrant une série d'outils d'intelligence marketing pour mieux comprendre et fidéliser votre clientèle (Sondages, focus groups, discussions, clavardage, idéation, gamification, alertes, etc.).

### Un tableau de bord **en temps réel** :

Accédez à un tableau de bord en temps réel vous permettant de prendre des décisions plus rapides et plus rentables pour votre entreprise.

### Des analyses **stratégiques** :

Obtenez, de la part de nos experts, des analyses stratégiques ciblées sur l'ensemble de vos actions marketing.



Les communautés en ligne de **Léger** propulsées par **FUEL CYCLE**  
by passenger

Sandie Sparkman  
ssparkman@leger360.com  
1-866-571-2131

## CONFÉRENCIERS / SPEAKERS



### Bjenk Ellefsen

CHEF DE SOUS-SECTION POUR LE LAB  
D'INTÉGRATION ET D'EXPLORATION DES DONNÉES  
/ UNIT HEAD AT THE DATA INTEGRATION  
AND EXPLORATION LAB,  
**STATISTIQUE CANADA / STATISTICS CANADA**  
[@StatCan\\_fra](#) [@StatCan\\_eng](#)

Bjenk Ellefsen est Chef de sous-section pour le Lab d'intégration et d'exploration des données de Statistique Canada où il poursuit ses intérêts en science des données et en exploration de nouvelles applications avec les données.

*Bjenk Ellefsen is Unit Head at the Data Integration and Exploration Lab of Statistics Canada where he is pursuing his interests in data science and exploring new ways of using data.*



### Nicolas Gaudreau

CHEF DU MARKETING /  
CHIEF MARKETING OFFICER,  
**GROUPE DYNAMITE**  
[@nickgaudreau](#) [@DynamiteStyle](#)

Nicolas occupe le poste de chef du marketing pour le Groupe Dynamite où il supervise la croissance des bannières Dynamite et Garage. La mise en œuvre d'une stratégie omnicanal axée sur le client est sa plus grande priorité. Nicolas est un expert du monde numérique, un entrepreneur et un chargé de cours canadien, reconnu pour sa capacité à promouvoir les transformations numériques.

*Nicolas is the Chief Marketing Officer at Groupe Dynamite, overseeing the growth of both Dynamite and Garage banners. His overarching focus is to implement a customer-centric omni-channel strategy. Nicolas is a Canadian digital executive, entrepreneur and lecturer, known for his track record for driving digital transformations.*



### Marine Godfroy

DIRECTRICE MARKETING / DIRECTOR, MARKETING,  
**m0851**  
[@m0851official](#)

Marine Godfroy a effectué un parcours de 360 degrés dans l'industrie de la mode en commençant dans l'importation, le détail (avec un passage chez Rugby North America), pour ensuite participer à la mise en place du réseau d'agences de mannequin NEXT au Canada en tant que directrice des opérations. En 2012 après un bref passage comme gestionnaire de marque pour les boutiques Tristan, elle a bouclé la boucle en retournant chez m0851 pour y reprendre le Marketing, le Service à la clientèle et le E-Commerce.

*Marine Godfroy's career in the fashion industry has gone full circle: she started in imports, moved to retail (with a stint at Rugby North America) and then helped launch the NEXT modeling agency network in Canada as Director of Operations. It was in 2012, after a brief tenure as Brand Manager for Tristan stores, that she came back to her roots, returning to work at m0851 in marketing, customer service, and e-commerce.*



### Anne-Marie Leclair

ASSOCIÉE, VICE-PRÉSIDENTE STRATÉGIE /  
SENIOR PARTNER, VICE PRESIDENT STRATEGY, **Ig2**  
[@lg2\\_tweets](#)

Avant de rejoindre les rangs de Ig2 en avril 2010, Anne-Marie a passé les cinq dernières années chez Taxi Canada à titre de vice-présidente nationale de la stratégie et les huit années précédentes chez Cossette. Au fil des ans, son désir de comprendre les gens et leurs points de vue reste toujours aussi fort et cette quête, combinée à sa passion pour les marques, a fait d'Anne-Marie une grande bâtisseuse de marques iconiques. Directe, efficace et inspirante, elle est une collaboratrice recherchée, et ce, tant auprès des clients qu'auprès de ses pairs.

*Anne-Marie just recently joined Ig2, after spending five years at TAXI Canada as VP, National Planning Director, and before that, eight years at Cossette. Anne-Marie's quest to understand people and their viewpoints remains as intense as ever and her passion for brands has led her to become a strong builder of iconic brands. Straightforward, relevant and inspiring, Anne-Marie is a sought-after collaborator amongst peers and clients.*



### Frederick Lecoq

PREMIER VICE-PRÉSIDENT MARKETING  
ET COMMERCE ÉLECTRONIQUE /  
SVP MARKETING & ECOMMERCE, **FGL SPORTS LTD**  
[@flecoq](#) [@SportChek](#)

À titre de premier vice-président marketing et commerce électronique, M. Lecoq dirige l'expérience de la marque et l'innovation numérique d'un océan à l'autre pour les bannières des magasins et des franchisés de FGL Sports, le plus important détaillant d'articles de sports au Canada.

*As SVP Marketing and eCommerce, Frederick leads the brand journey and digital innovation from coast-to-coast for corporate and franchisee banners at Canada's number one sporting goods retailer — FGL Sports.*

## CONFÉRENCIERS / SPEAKERS



### Damien Lefebvre

COPRÉSIDENT / CO-PRESIDENT,  
**VALTECH**  
[@ValtechCA](#)

En 2008, il a cofondé w.illi.am/, une agence spécialisée en expérience numérique complète, qui est devenue un chef de file incontestable au Canada en matière de conception d'environnements numériques et branchés, axé sur l'expérience des utilisateurs. En 2015, Valtech a acheté w.illi.am/ dans le but de se tailler une place prépondérante dans le marché canadien. Aux côtés de la coprésidente Annie Lévesque, Damien gère l'expansion du groupe au Canada, tout en dirigeant trois secteurs de compétences différents dans le monde : un laboratoire d'innovations dans le domaine du commerce de détail, les objets connectés ainsi que les expériences immersives telles que la réalité virtuelle et la réalité augmentée.

*From 2008 to 2015, Damien co-founded w.illi.am/, a complete digital experience agency, which has become an undisputed leader in Canada for designing digital and connected environments centered on user experience. In 2015, Valtech acquired w.illi.am/ with the objective of developing a stronghold in the Canadian market. Alongside co-president Annie Levesque, he leads the group's expansion in Canada, while also spearheading three different skill areas worldwide: a retail innovation lab, connected objects and immersive experiences such as virtual and augmented reality.*



### Sébastien Morin

ASSOCIÉ – VICE-PRÉSIDENT,  
STRATÉGIE ET EXPÉRIENCE UTILISATEUR /  
PARTNER – VP STRATEGY & USER EXPERIENCE,  
**MIREGO**  
[@Mirego](#)

Sébastien possède une grande expertise dans les domaines du design, de l'expérience utilisateur et du marketing. Chez Mirego, il aide ses clients à définir leur stratégie et atteindre leurs objectifs d'affaires.

*Sébastien is a manager with widespread expertise in design, user experience and marketing. At Mirego, he helps our clients to define their business goals and build a solid strategy that will enable them to achieve exceptional results.*



### Marty Neumeier

DIRECTEUR DE LA TRANSFORMATION /  
DIRECTOR OF TRANSFORMATION, **LIQUID AGENCY**  
[@MARTYneumeier](#) [@liquidagency](#)

Marty Neumeier est concepteur, auteur et conseiller en stratégie de marque et a pour mission d'établir les principes et les processus de conception pour le secteur. En 1996, M. Neumeier a fondé le magazine Critique, la première publication à aborder le sujet de la réflexion conceptuelle. Il occupe actuellement le poste de directeur de la transformation à la Liquid Agency, à Silicon Valley, et voyage énormément en tant qu'animateur et conférencier afin de discuter de la conception, de la marque et de l'innovation.

*Marty Neumeier is a designer, author, and brand adviser whose mission is to bring the principles and processes of design to industry. In 1996, Neumeier founded Critique magazine, the first journal about design thinking. He has worked closely with innovative companies such as Apple, Netscape, Sun Microsystems, HP, Adobe, Google, and Microsoft to help advance their brands and cultures. Today he serves as Director of Transformation for Liquid Agency in Silicon Valley, and travels extensively as a workshop leader and speaker on the topics of design, brand, and innovation.*



### Philippe Normand

VICE-PRÉSIDENT MARKETING /  
VICE-PRESIDENT MARKETING,  
**LA MAISON SIMONS**  
[@simons](#)

M. Normand possède plus de 20 années d'expérience du marketing et de l'ingénierie. Il s'est joint à La Maison Simons à titre de vice-président du marketing, le premier à occuper ce poste au sein de l'entreprise, afin de superviser son expansion à l'extérieur du Québec et d'établir une stratégie omnicanal pour améliorer l'expérience client.

*Philippe has more than 20 years of experience in marketing and engineering. Philippe has joined La Maison Simons as its first Vice-President Marketing to oversee its expansion outside the province of Quebec and to establish an omnichannel strategy to enhance its consumer experience.*



### Alain Sawaya

DIRECTEUR EXÉCUTIF / DIRECTOR, **KPMG**  
**@KPMG\_Canada**

Alain s'est récemment joint à KPMG à titre de Directeur, Services-conseils à Montréal, au Canada. Il aide les clients de KPMG à améliorer leur rentabilité, à réduire les coûts et à accroître l'efficacité des services stratégiques et opérationnels complets de marchandisage, de la chaîne d'approvisionnement commercial et des initiatives d'analyse de la clientèle.

*Alain recently joined KPMG as Director, KPMG Advisory Services in Montreal, Canada. Alain helps KPMG clients increase profitability, reduce costs, and increase efficiency within strategic and operational end-to-end merchandising, commercial supply chain, and consumer analytics initiatives.*



### Nadia Shouraboura

FONDATRICE ET PDG / FOUNDER & CEO,  
**HOINTER INC**  
**@Nshouraboura @Hointer**

Mme Nadia Shouraboura est PDG de Hointer, une entreprise en train de réinventer l'expérience de magasinage, la rendant simple et amusante. Chez Hointer, hommes et femmes profitent d'une nouvelle façon de découvrir, d'essayer et d'acheter de superbes vêtements.

*Dr. Nadia Shouraboura is the CEO of Hointer. Hointer is reinventing the shopping experience, making it easy and fun. At Hointer men and women have a new way of discovering, trying-on and buying great clothing.*



### Sandie Sparkman

DIRECTRICE PRINCIPALE EN DÉVELOPPEMENT  
DES AFFAIRES / SENIOR BUSINESS DEVELOPMENT  
EXECUTIVE, **LÉGER**  
**@Sandiesparkman @leger360**

Sandie Sparkman est directrice principale en développement des affaires chez Léger. Mme Sparkman a plus de 15 ans d'expérience dans l'industrie des technologies et du commerce de détail; elle a occupé une variété de postes en ventes et marketing. Sa plus grande force est sa compréhension du comportement du consommateur, de ce qui le passionne, de même que l'utilisation de la technologie pour créer l'expérience client parfaite.

*Sandie Sparkman is a Senior Business Development Executive at Leger. She has more than 15 years in the technology and retail industry in a variety of marketing and sales management positions. Her biggest strength is her understanding of consumer behaviour, what excites them, and leveraging technology to create the perfect customer experience.*



### Jean-François Tremblay

CHEF DE PRATIQUE RÉALITÉ VIRTUELLE  
ET AUGMENTÉE / VIRTUAL REALITY  
& AUGMENTED REALITY PRACTICE LEAD,  
**VALTECH**  
**@ValtechCA**

Jeff est un expert aguerri du secteur du multimédia tant au niveau stratégique que technique. Ayant évolué dans l'industrie du jeu vidéo pendant près de 18 ans, Jeff compte à son actif des clients d'envergure tels que Disney, Activision, Viacom et Warner Brothers. Jeff a été parmi les pionniers au Québec à produire du contenu de réalité virtuelle et à penser des projets de réalité augmentée.

*Jeff is a high-level strategy and multimedia production manager. He has evolved in the video games industry for 18 years before focusing on Augmented and Virtual reality. Working on content development for media and gaming companies such as Disney, Activision, Viacom, Warner Brothers and more, Jeff has acquired a strong knowledge and benefits from an international network of experts.*



### Vincent Trépanier

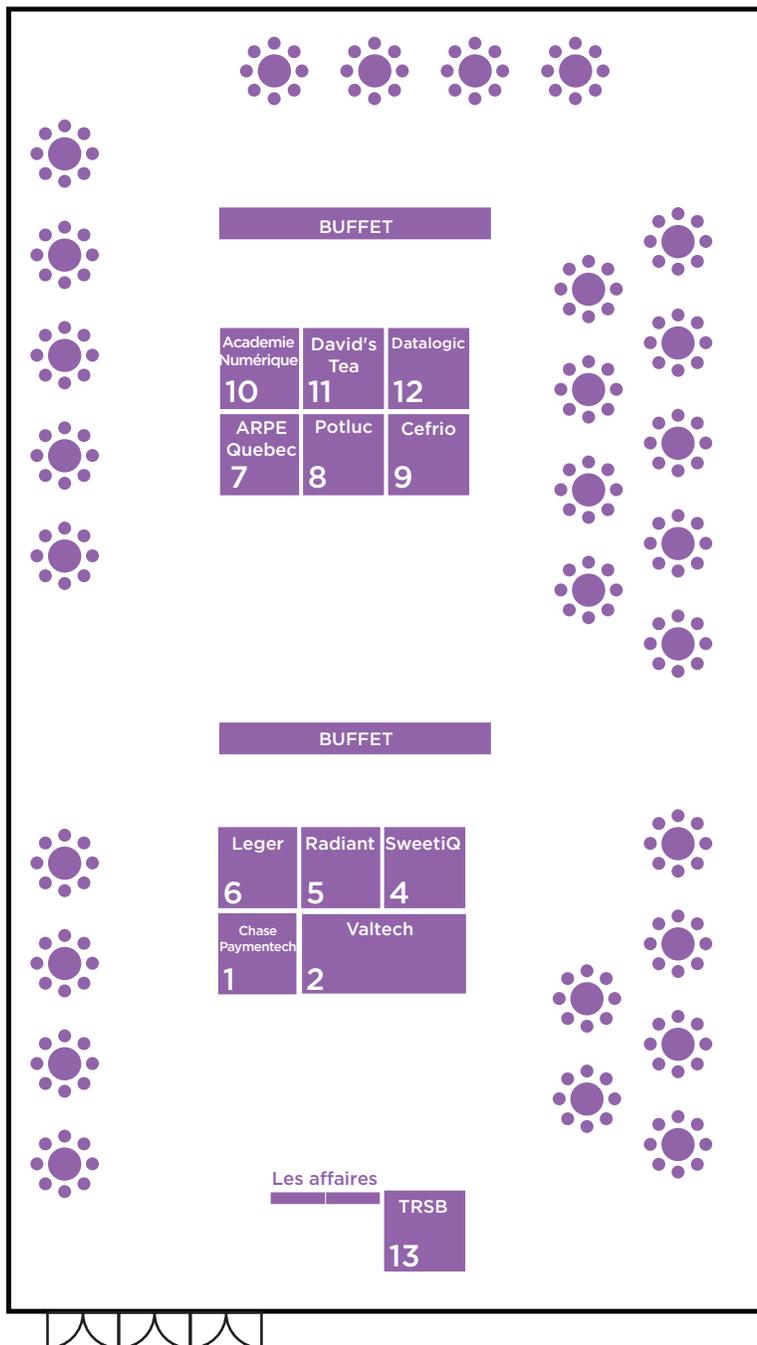
VICE-PRÉSIDENT EXÉCUTIF ET COFONDATEUR /  
EXECUTIVE VICE-PRESIDENT AND CO-FOUNDER,  
**ORKESTRA**  
**@vincetrepazier @orchestra**

Vincent est vice-président exécutif et cofondateur d'Orchestra, une entreprise spécialisée dans les solutions et les plateformes de commerce omnicanal. Passionné de commerce électronique et de cybermarketing, Vincent reste toujours à l'affût des plus récentes approches et solutions pour le succès continu de ses clients. Il est réaliste et cherche toujours à établir des relations solides avec les clients, les partenaires et les employés d'Orchestra.

*Vincent is the Executive VP and Co-Founder of Orchestra, a company specializing in omni-channel commerce solutions and platforms. Passionate about ecommerce and digital marketing, Vincent is always on top of the latest approaches and solutions for his clients' continued success. He is a well-grounded person and always seeks to establish solid relationships with Orchestra's clients, partners and employees.*

# PLAN DU SALON DE RÉSEAUTAGE / EXHIBITOR FLOOR PLAN

## SALLE 517A / ROOM 517A



- 10 Académie Numérique
- 7 ARPE – Québec
- 9 CEFRIO
- 1 Chase Paymentech
- 11 David's Tea
- 12 Datalogic
- 6 Léger
- 8 Potloc
- 5 Radiant
- 4 sweetIQ
- 13 TRSB
- 2 Valtech

# Le commerce de détail est notre raison d'être

**Au service des Marchés de consommation depuis plus de 140 ans.**

Créer une expérience client positive est essentiel au succès d'un détaillant.

Nos leaders du secteur Commerce de détail aident des clients de toute envergure, partout dans le monde. Lorsque vous collaborez avec KPMG, vous collaborez avec un chef de file mondial des services-conseils.

**KPMG, fier commanditaire du Conseil canadien du commerce de détail.**

[kpmg.ca/consumermarkets](http://kpmg.ca/consumermarkets)



# MERCI À NOS COMMANDITAIRES / THANK YOU TO OUR SPONSORS

## Commanditaire Principal / Presenting Sponsor



## Commanditaires Platine / Platinum Sponsors



## Commanditaires Or / Gold Sponsors



## Commanditaires Argent / Silver Sponsors



## Commanditaires Bronze / Bronze Sponsors



## Partenaires Média / Media Partners



## Partenaires / Partners



## Commanditaires de l'événement / Event Sponsors



# WE CREATE BREAKTHROUGH DIGITAL PRODUCTS THAT REINVENT THE CUSTOMER EXPERIENCE.

Our team of 85 experts has designed and developed more than 200 mobile applications and transactional websites for clients such as Bell, La Presse, Aldo, Bombardier, Rona, IGA and Familiprix.

[RETAIL@MIREGO.COM](mailto:RETAIL@MIREGO.COM)

**MIREGO**

QUÉBEC MONTRÉAL TORONTO



# MERCI A NOTRE COMITÉ AVISEUR / THANK YOU TO OUR ADVISORY COMMITTEE



## Joanne Nemeroff

CONSULTANTE, COMMERCE DE DÉTAIL /  
RETAIL CONSULTANT & EXECUTIVE COACH

Joanne Nemeroff est une chef de file internationale du commerce de détail qui a dirigé la revitalisation, la reconstruction et la croissance de marques connues telles que La Senza, Penningtons et Spring. Elle a également mis en place des bonnes pratiques dans l'ensemble des trois divisions de Limited Brands International et elle a défini une stratégie en matière de vente au détail pour Mark's. Joanne, administratrice de sociétés bilingue et grande voyageuse d'affaires, siège actuellement aux conseils d'administration de Bentley Leathers et de Destination centre-ville à Montréal.

*Joanne Nemeroff is an international retail leader who has led the revitalization, reconstruction and growth of well-known brands such as La Senza, Penningtons and Spring. Joanne has also implemented best practices across three divisions of Limited Brands International and provided retail strategy for Mark's. A bilingual Corporate Director and frequent business traveller, Joanne currently serves on the board for Bentley Leathers and Destination Centre-ville in Montreal.*



## Marc-André Dignard

DIRECTEUR PRINCIPAL DU SOUTIEN  
AUX OPERATIONS / SENIOR MANAGER  
OPERATIONS SUPPORT, **LOWE'S CANADA**

Marc-André Dignard, CPA, CA, a amorcé sa carrière chez Deloitte. En 2009, il a poursuivi sa carrière chez RONA en tant que vérificateur interne senior. Maintenant devenu Directeur principal du soutien aux opérations, il s'occupe entre autres des processus opérationnels en magasin, de la communication en magasin, des décomptes d'inventaires, de la gestion des heures en magasin et du développement durable.

*Marc-André Dignard, CPA, CA, made his debut at Deloitte. In 2009, his career brought him to RONA as an internal auditor. Now, Senior Manager Operations Support at Lowe's Canada, he is in charge of store operation process, store communication, inventory count, store hours management and sustainable development.*



## Carl Boutet

DIRECTEUR NOUVELLE INITIATIVE AU DÉTAIL /  
GENERAL MANAGER, NEW RETAIL INITIATIVE  
**MEGA**

Carl est un passionné d'innovations dans le secteur du commerce de détail depuis plus de vingt ans. Son expertise est des plus variée : il est passé par le secteur des articles de sport, a participé au lancement du premier réseau sans fil dans le domaine du détail et a amélioré l'expérience des consommateurs lors de leur visite dans des boutiques d'articles pour la maison. Carl tente toujours de voir au-delà des tendances et des dernières innovations, en se fiant avant tout à la demande du consommateur pour trouver ce que celui-ci attend des détaillants dans le monde de demain.

*A passionate retail innovator, Carl has over 20 years of retail management experience. From sporting goods, to launching Canada's first national wireless retail chain and more recently working on reinvigorating the home furnishing retail experience. Beyond fads and technology, Carl's always interested in what truly engages with today's demanding customers.*



## Ian Booler

DIRECTEUR PRINCIPAL — STRATÉGIE ET GESTION  
DE LA PERFORMANCE / SR. DIRECTOR —  
STRATEGY & PERFORMANCE MANAGEMENT  
**GROUPE DYNAMITE**

Ian est un leader en finances qui possède une vaste expérience dans le domaine du commerce de détail. Il occupe le poste de Directeur principal, Stratégie et gestion de la performance pour le Groupe Dynamite. Dans le cadre de ses fonctions, il veille à ce que les priorités stratégiques de Dynamite correspondent aux plans de croissance de l'entreprise et qu'elles produisent les résultats attendus dans un environnement concurrentiel.

*Ian is a financial executive with deep retail industry experience. He is a Sr. Director with Groupe Dynamite responsible for Strategy and Performance management. In this role, he ensures that Dynamite's strategic priorities are aligned with the company's growth plans, the competitive landscape and that they deliver the appropriate value to the organization.*



