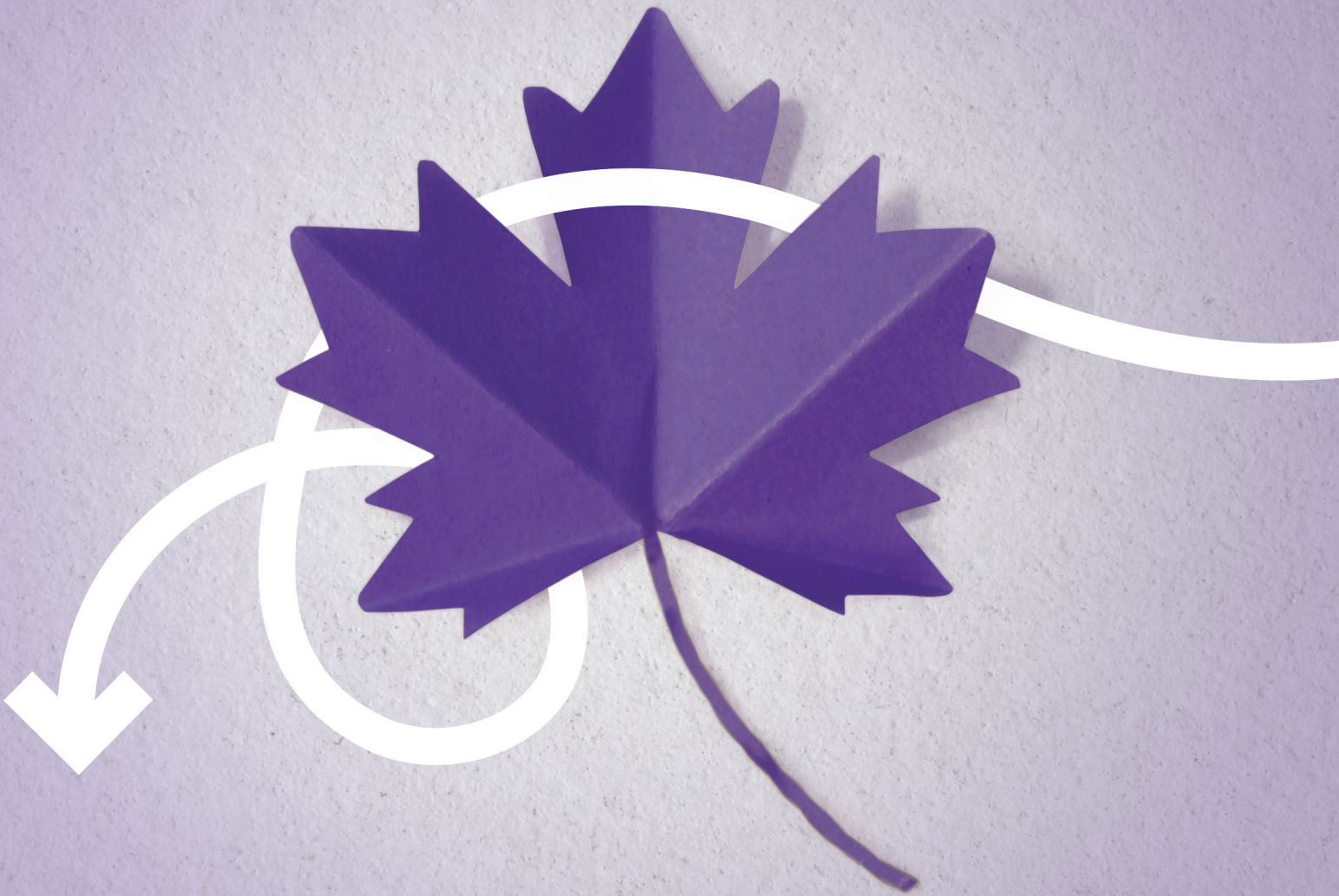


# Hamster



**Fièrément d'ici**



# Le mot du président

Une entrevue avec Denis Mathieu, président de Novexco

Hamster est une entreprise à propriété 100 % canadienne, exploitée par des entrepreneurs canadiens qui sont à votre service d'un océan à l'autre.

À titre de plus important distributeur de produits pour les milieux de travail à propriété canadienne, Hamster est fier de vous offrir cette édition spéciale. Ce magazine « **Fièrement d'ici** » a pour but de partager les histoires inspirantes de quelques-uns de nos partenaires canadiens, leurs objectifs, réalisations et défis dans un marché en constante évolution.

Grâce à l'initiative d'une quarantaine de marchands entrepreneurs, nous œuvrons sur le marché canadien depuis plus de 40 ans, et sous un même groupement depuis 1996. Par l'entremise de nos cinq centres de distribution, 109 magasins et 2500 employés à travers le Canada, nos clients ont accès à plus de 500 000 produits dont plusieurs sont fabriqués par nos partenaires canadiens. Nous sommes convaincus que cet héritage combiné à notre expertise à trouver les meilleures solutions d'affaires pour les besoins de nos clients sont des éléments différenciateurs importants.

Le marché, les habitudes d'achat des consommateurs et la technologie sont en constante évolution et constituent les principales composantes ayant un impact sur la gestion de vos entreprises. Nous espérons que ces témoignages de bâtisseurs canadiens vous inspireront autant qu'ils l'ont été pour nous dans la poursuite de nos objectifs et notre croissance au Canada.



Denis Mathieu, président

## Hamster au top des sociétés canadiennes

Permettez-nous de nous péter les bretelles. Juste un petit peu. Novexco Hamster est lauréate du Club Platine des sociétés les mieux gérées, récompensant les entreprises ayant conservé le titre de Mieux gérée pendant au moins sept années consécutives.





## Hamster est la plus grande entreprise de fournitures pour les milieux de travail détenue à 100 % par des Canadiens.

Au total, c'est 5 centres de distribution qui couvrent toutes les régions du pays. C'est aussi une technologie de pointe et un accès à plus de 500 000 produits grâce à notre impressionnant réseau de fournisseurs. Mais pour nous, gros ne veut pas dire inhumain.

Chez Hamster, nous sommes toujours près de vous. D'abord grâce à nos marchands, des entrepreneurs indépendants qui sont bien présents dans leur communauté locale. Mais aussi grâce à nos équipes de représentants, toujours prêts à trouver la solution adaptée à vos besoins, partout au pays. Ça, c'est sans compter notre service à la clientèle qui s'étale sur 5 fuseaux horaires, ou encore la possibilité de clavarder en ligne parce que, comme dirait l'autre, on est en 2019! Parce que oui, c'est l'humain qui fait toute la différence.

### Hamster en quelques chiffres

Hamster en quelques chiffres:

Fondation Novexco: 1996

Siège social: Laval, Québec

Employés: 2500 (475 siège social et centres de distribution)

Lancement de la marque Hamster: Mars 2018

**109 magasins**  
**125 représentants**  
**5 centres de distribution**  
**+ un site web**

### Hamster dans la communauté

Faire un chèque à un organisme, c'est bien, mais toucher directement les gens, c'est encore mieux. Chez Hamster, nous sommes fiers de soutenir deux organismes qui contribuent à améliorer la qualité de vie des gens: La Fondation MIRA et la Fondation maman Dion.

**mira**



**fondation  
maman Dion**

# L'ingéniosité gagne toujours

L'ingéniosité.

Qu'est-ce que c'est, au juste?

Est-ce que c'est de réfléchir continuellement?

Sans arrêt, tant qu'on n'a pas trouvé la solution?

De se concentrer sur les petits détails, ceux qui font toute la différence. Pour nos plus gros clients... comme nos plus petits.

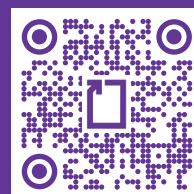
L'ingéniosité... C'est peut-être ça qui fait de nous le plus grand distributeur de fournitures de bureau à propriété canadienne... Avec plus de 500 000 produits différents.

L'ingéniosité, c'est d'être capable de livrer presque partout au Canada en moins de 24 heures, beau temps mauvais temps, et avec le sourire. Parce que l'ingéniosité, pour nous, ça passe par l'humain. Par ses idées. Ses solutions.

Et c'est pour ça qu'on entreprend chacune de nos actions, en pensant d'abord à nos clients. Alors, est-ce qu'on est ingénieux?

Oui. Et l'ingéniosité gagne toujours!

Voyez qui nous  
sommes, en vidéo





# Le succès de l'usine Windsor

Entrevue avec Sylvain Bricault, directeur général de l'usine Windsor de Domtar



## Comment fait-elle pour rester l'une des usines de fabrication les plus modernes ?

Plusieurs investissements ont été réalisés pour accroître la compétitivité de l'usine et améliorer sa performance environnementale. Par exemple, l'installation d'une centrale de cogénération pour faire de l'électricité en 2001, la modernisation de différentes composantes de production au cours des dix dernières années et l'ajout, en 2017, d'un deuxième turbo-alternateur à la centrale de cogénération représentent un investissement de 36 M\$. Aujourd'hui, 90% de l'énergie produite provient de ressources renouvelables et l'usine détient l'un des taux de consommation d'eau les plus faibles d'Amérique du Nord pour une usine de sa catégorie.

## Pourquoi est-ce que le développement durable joue un rôle aussi important pour Domtar ?

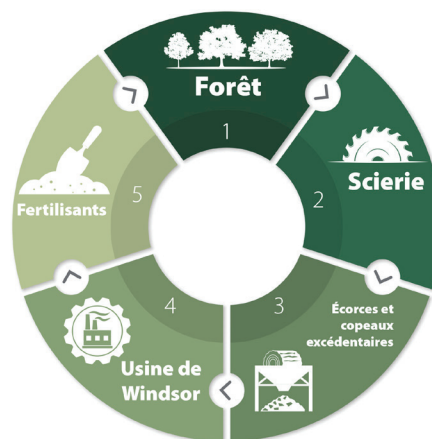
### Où se situe Domtar en termes de capacité de production de pâtes et papier ?

L'usine Windsor est l'une des treize usines de pâtes et papier de Domtar, toutes situées en Amérique du Nord. Elle emploie près de 850 employés et gère 400 000 acres de forêt privées situées en Estrie et en Beauce, toutes certifiées Forest Stewardship Council (FSC®), Sustainable Forestry Initiative (SFI) et ISO 14 001. Elle reçoit et transforme le bois en pâte, puis en papier coupé, avec une capacité de production annuelle de papier de 650 000 tonnes courtes et de 447 000 tonnes métriques de pâte. L'usine de Windsor produit des papiers d'impression commerciale, du papier copie, du papier enveloppe et du contenu recyclé.

### En quoi est-ce que l'usine Windsor se différencie sur le marché ?

L'usine de Windsor est reconnue parmi les usines les plus sécuritaires dans l'industrie papetière canadienne, pour son approche de développement durable novatrice et pour la qualité de ses produits à travers le temps. De plus, la situation géographique de l'usine permet de couvrir efficacement diverses régions du Canada, des États-Unis et même de l'Europe.

L'usine de Windsor innove constamment afin de diminuer son empreinte environnementale. Domtar applique le concept d'économie circulaire (image ci-dessous) afin de créer de la valeur de l'arbre récolté jusqu'au retour à la forêt. Au final, les résidus de fabrication du papier sont utilisés comme matières fertilisantes résiduelles sur les propriétés forestières pour faire pousser des arbres de meilleure qualité et plus rapidement. Ce concept nous a permis en 2017 de valoriser 95 % de nos résidus papetiers !





## Quels sont vos plans futurs ?

Pour l'usine de Windsor, le défi de main-d'œuvre est bien présent. Avec les nombreux départs à la retraite, nous offrons plusieurs opportunités de carrière pour des gens inspirants. On a également plusieurs projets futurs dont celui de la modernisation de la cour à bois prévu pour 2019, qui permettra d'accroître la productivité, d'améliorer la qualité des copeaux et de réduire les pertes de fibre. Notre objectif : innover pour créer le Windsor de demain et assurer un avenir pour nos employés et notre communauté.

## Domtar en quelques chiffres

Fondation : 1848 (Windsor 1864)  
 Employés : 10 000 (Windsor 850)  
 Usines de pâtes et papier : 13  
 Centres de finition : 10  
 Capacité de production : Plus de 3 millions de tonnes de papiers

**« À l'usine de Windsor, près de 50 % de la fibre utilisée est certifiée FSC® et 100 % provient de bois contrôlé. La gamme de papiers EarthChoice, par exemple, est appuyée par des organisations environnementales importantes telles que WWF et Rainforest Alliance. »**

05



L'usine Domtar de Windsor

**Les résidus de fabrication du papier sont utilisés comme matières fertilisantes résiduelles sur les propriétés forestières pour faire pousser des arbres de meilleure qualité et plus rapidement.**



**Papier d'affaires Load 'N Go® EarthChoice®**  
 Aucune rame de papier enveloppée afin de réduire le temps de remplissage. Boîte pesant 25 lb seulement, cela améliore la levée et la manipulation. Certifié FSC® et SFI.



# Révolutionner l'industrie du meuble!

Une entrevue avec Joel Feldberg, président



## Y a-t-il une histoire derrière la création de Global ?

Mon père, Saul Feldberg, s'était donné pour mission d'offrir des produits de mobilier de bureau qu'une personne au salaire moyen pourrait se procurer. Son premier produit était une chaise qui se vendait pour 68\$ et ça a révolutionné l'industrie; à l'époque, les compétiteurs vendaient un produit similaire pour plus de 200\$!

## Comment ont évolué les produits de mobilier de bureau depuis la création de Global ?

L'industrie évolue constamment et bien que notre but (offrir des produits abordables) n'ait pas changé, le processus de développement des produits accorde une importance bien plus grande au design aujourd'hui qu'à la création de l'entreprise. D'ailleurs, nos designs simples et épurés, combinés à nos justes prix offrent une valeur ajoutée incroyable pour le consommateur et constituent un élément différenciateur important sur le marché.

## Quels sont des défis auxquels vous faites face sur le marché canadien ?

Nous avons plusieurs défis causés par la volatilité du dollar canadien. Certaines de nos pièces ou de nos produits sont achetés avec le dollar américain,

donc ça devient rapidement difficile de planifier les prix de nos produits quand le coût des matériaux ne cesse de fluctuer. Les tendances et les goûts peuvent également varier d'une province à l'autre, donc il faut s'adapter en conséquence.

## Quel a été le point tournant pour Global ?

La dévotion à notre travail et l'honnêteté sont deux valeurs au centre de notre entreprise depuis 1966 et je suis certain qu'elles ont été essentielles à notre succès. Nous avons bâti, à travers les années, des relations de confiance avec nos clients tout comme avec nos partenaires.

## Quand est-ce que Global a décidé d'œuvrer sur le marché international et pourquoi ?

Je dirais que nous avons commencé il y a environ 30 ans et c'était pour desservir nos clients nord-américains qui se développaient sur le marché international. Malgré tout, encore aujourd'hui, le Canada est notre marché principal. Nous sommes une compagnie canadienne et fiers de l'être.

## Comment introduisez-vous Global sur le marché ?

Nous développons nos marchés verticaux principalement de manière organique en déployant plusieurs ressources au développement de nos produits, chose que nous continuerons à faire dans le futur. Par contre, c'est certain que si la bonne opportunité d'acquisition se présente à nous, elle sera sérieusement considérée.

## Quels sont les plans futurs pour Global ?

Nous continuons à bâtir notre marque à l'aide de plusieurs initiatives incluant les médias sociaux. On travaille également à développer nos marchés verticaux à travers de nouveaux produits innovants. À long terme, on se concentre à maintenir et développer notre industrie au Canada tout en cherchant à améliorer notre expérience client.





Saul Feldberg, fondateur, avec sa première chaise.

**« Son premier produit  
était une chaise qui  
se vendait pour 68 \$  
et ça a révolutionné  
l'industrie; à l'époque,  
les concurrents  
vendaient un produit  
similaire pour plus  
de 200 \$ ! »**

### Global en quelques chiffres

Fondation : 1966

Fondateur : Saul Feldberg

Employés : 3500

Espace de fabrication : 4 millions pi.ca.

Emplacements : Plus de 40 en Amérique du Nord  
(centres de distribution et salles d'exposition)

**« Nous sommes  
une compagnie  
canadienne  
et fiers  
de l'être ! »**



# Blueline, 100 ans et rajeunie!

Une entrevue avec Harolde Savoy, président et Katherine Savoy, vice-présidente marketing intérim.

De plus en plus, les consommateurs vont vouloir identifier les produits canadiens d'un seul coup d'œil, explique Katherine Savoy, fille de Harolde Savoy et future présidente de Blueline. Telle est la nouvelle réalité du monde des affaires. Entre les mesures protectionnistes américaines et un marché de consommation en constante évolution, les entreprises n'ont pas d'autre choix que de s'adapter pour survivre. Pour Blueline, une entreprise familiale centenaire, ces changements constituent une opportunité en or pour réaffirmer son origine canadienne.

## Comment Blueline est-elle touchée par le protectionnisme américain ?

**HS:** Je dirais que c'est notre chaîne d'approvisionnement qui en souffre le plus. À la suite des mesures mises en place sur l'importation du papier, plusieurs géants comme Costco se sont tournés vers nos fournisseurs canadiens et ont ainsi contribué à créer une demande bien supérieure à l'offre. Ultimement, nos livraisons ont été retardées.

**KS:** D'un autre côté, c'est aussi une opportunité pour nous parce que l'intérêt croissant des consommateurs pour des produits locaux s'aligne parfaitement avec nos efforts marketing qui mettent de l'avant notre origine canadienne. D'ailleurs, un consommateur pourra identifier nos produits canadiens d'un seul coup d'œil sur notre site grâce à un pictogramme qui sera ajouté aux produits locaux.

## Blueline a-t-elle toujours eu un intérêt pour le marché international ?

**HS:** Pour la vente, non. Les trois premières générations de Savoy ont concentré leurs efforts au Canada. C'est en voyant la rapidité avec laquelle les marchés s'intégraient suite à l'ALÉNA en 1994 que nous avons pris la décision d'acheter Rediform à Dallas, aux États-Unis en 1998. Plus récemment, les acquisitions de Filofax et Letts, deux marques déjà bien établies à travers le monde, nous ont ouvert les portes de l'International. Imaginez ! La marque Filofax était déjà vendue dans plus de 40 pays !



De gauche à droite : George M. Savoy, Katherine Savoy & Harolde M. Savoy

## Quels défis envisagez-vous pour Blueline dans le futur ?

**HS:** Le déclin des ventes de papeterie est préoccupant et c'est un défi auquel font face plusieurs entreprises. Les ventes d'agendas et de cahiers de notes se maintiennent, mais le marché des produits de comptabilité et d'affaires est en décroissance depuis plusieurs années. La solution la plus logique est de diversifier l'offre, mais c'est plus facile à dire qu'à faire. Malgré tout, je pense que Katherine a de bonnes idées et elle travaille fort pour les mettre en application. Ce n'est pas facile, mais avec une bonne équipe et beaucoup de communication, on est confiant d'y arriver.

« On est maintenant en Chine, au Japon, en Europe et en Australie, en plus du Canada et des États-Unis... »



## Quel est votre plan pour la relève ?

**HS:** C'est mademoiselle Katherine le plan !

**KS:** En ce moment, j'apprends tout ce que je peux ! On a de gros défis devant nous, mais ce ne sont pas les idées qui manquent. D'ailleurs, cette année, on va introduire plus de nouveaux produits qu'au cours des cinq dernières années réunies ! Je veux aussi travailler notre image de marque au Canada. Notre histoire est unique et c'est quelque chose qui nous différencie sur le marché, maintenant plus que jamais.

## Blueline en quelques chiffres

Fondation : 1917

Fondateur : George A. Savoy

Lieu de fondation : Saint-Jean-sur-Richelieu

Nombre d'employés : 665

Nombre d'usines : 4

Nombre de marques : 7

## Blueline, fondée à la suite d'un incendie

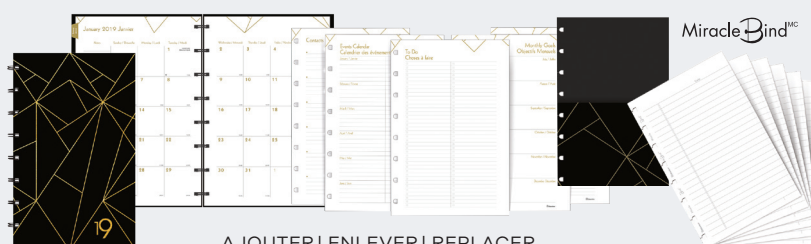
En 1917, peu de temps après l'acquisition de Dominion Blank Book par George A. Savoy, l'usine située à Berthierville est détruite dans un incendie. George A. Savoy décide alors de déménager avec sa famille à Saint-Jean-sur-Richelieu pour rebâtir son entreprise. La proximité de la frontière des États-Unis et d'un chemin de fer sont deux éléments clés qui ont facilité son approvisionnement.

09



MiracleBind<sup>MC</sup>  
COLLECTION  
OR

MiracleBind<sup>MC</sup>, une méthode d'organisation flexible en toute **simplicité!**



AJOUTER | ENLEVER | REPLACER

# Supremex, une transition vers de nouveaux marchés

Une entrevue avec Stewart Emerson, président



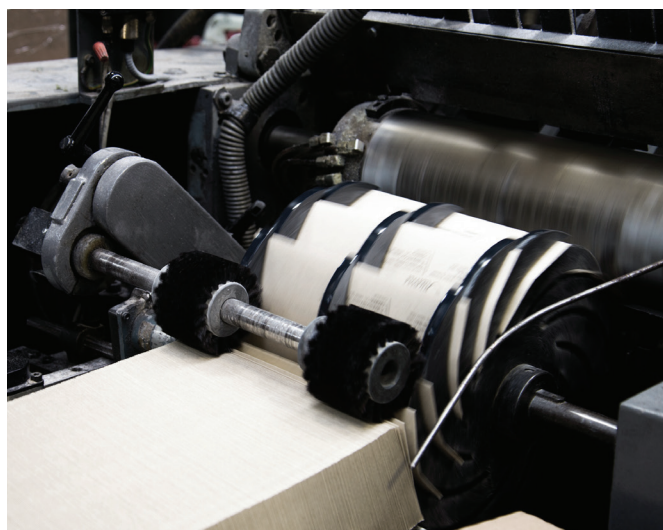
## **Vous avez fait plusieurs acquisitions au cours des dernières années, pourquoi ?**

Avec le déclin du marché des enveloppes, il était primordial de trouver une façon de maintenir notre position sur le marché. Les trois dernières acquisitions nous ont permis de diversifier notre offre de produits ainsi que de se développer sur le marché des enveloppes aux États-Unis. C'était beaucoup de travail, mais ça en a valu la chandelle. Nous avons fait ces acquisitions dans le marché des produits d'emballage, un secteur en pleine expansion qui vient compenser le déclin du marché des enveloppes. Les produits d'emballage représentent maintenant 30 % de nos revenus, contre seulement 7 % en 2014.

## **Est-ce que vos produits doivent être adaptés selon le pays dans lequel ils sont vendus ?**

Oui, il y a quelques subtilités selon le marché. Par exemple, une enveloppe peut avoir le même format au Canada et aux États-Unis, mais sa fenêtre ne sera pas tout à fait à la même place. Dans certains cas, c'est la grandeur qui change et dans d'autres, c'est le matériel. Les produits certifiés FSC®, par exemple, sont beaucoup plus populaires au Canada qu'aux États-Unis. Il faut aussi garder en tête que le Canada a deux langues officielles contrairement aux États-Unis où l'anglais prévaut. Il y a donc définitivement des ajustements à faire selon le marché.

**« En 2014, 7 % de nos revenus provenaient du marché de l'emballage. Aujourd'hui, c'est plus de 30 % ! »**





## Quel est votre plus gros défi actuellement ?

Mis à part le déclin du marché du papier, trouver une main d'œuvre qualifiée est plus difficile que jamais. Peu importe nos emplacements, que ce soit à Toronto, Montréal, Edmonton ou même aux États-Unis, les personnes qui sont prêtes à faire un travail manuel en usine se font de plus en plus rares. Par contre, nous n'avons pas de problème de rétention d'employés. Avec notre programme de partage des bénéfices, nos avantages sociaux et de bons salaires, la plupart de nos employés restent parmi nous longtemps. On est en très fiers.

## Quand avez-vous décidé de diversifier votre offre pour inclure des produits durables ?

On a commencé à offrir des produits durables au début des années 2000 et pour être tout à fait honnête, on le doit à Domtar, les précurseurs dans ce domaine. La certification FSC® est une solution idéale pour les clients qui veulent faire leur part pour l'environnement sans payer 10 % de plus que le produit non recyclé. Je me souviens d'un temps où 8 enveloppes vendues sur 10 étaient certifiées FSC®! Bien que ce chiffre ait récemment diminué à 7 sur 10, la majorité des enveloppes vendues sont certifiées FSC®.

## Qu'en est-il des produits 100 % recyclés ?

Les produits 100 % recyclés sont moins populaires auprès des clients que les produits certifiés FSC®, si ce n'est que pour la différence de prix considérable. Rares sont les entreprises qui consomment du papier 100 % recyclé, mais Hydro-Québec et Desjardins en font parties.

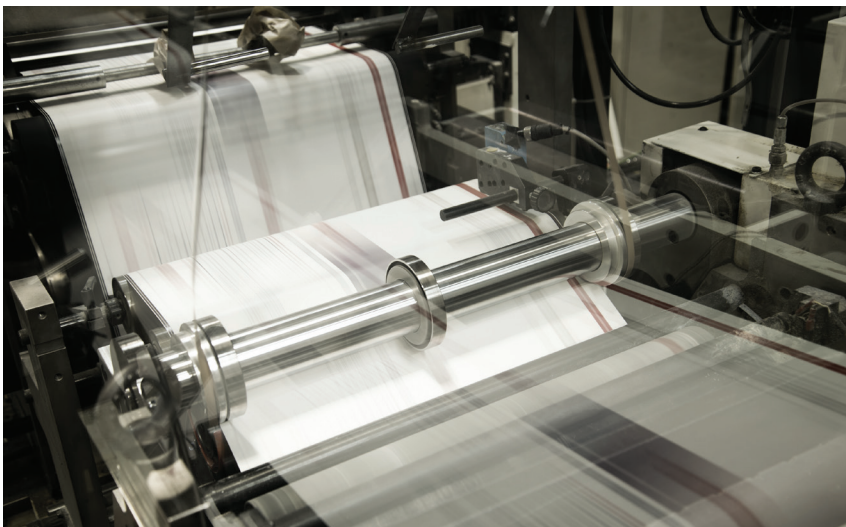
**« D'ici cinq ans, on vise un équilibre de 50-50 entre nos revenus de produits d'emballage et d'enveloppes. »**

## Où voyez-vous Supremex dans quelques années ?

Présentement, 30 % de nos revenus proviennent du marché des produits d'emballage et la balance, du marché des enveloppes. On devrait être en mesure de maintenir nos ventes d'enveloppes à peu près au même niveau, mais on devra continuer à croître de manière organique et par acquisition dans le marché de l'emballage au Canada. Notre objectif est d'atteindre un équilibre de 50-50 dans les cinq prochaines années.

## Supremex en quelques chiffres

Fondation: 1977  
Lieu de fondation: Canada  
Employés: 800  
Emplacements: 15



# Davis Group: une famille, une passion

Une entrevue avec Mike Davis, président



Lancée dans le sous-sol familial, Davis Group est maintenant le plus grand fabricant de reliures à anneaux au Canada.

## Comment avez-vous été introduit à l'entreprise familiale ?

J'étais curieux! Davis Group a été créée par mes parents quand j'avais 12 ans et ils m'ont partagé leur passion pour le monde des affaires. J'ai eu l'occasion de me joindre à quelques-uns de leurs voyages d'affaires, d'assister à des conférences et plus tard, de travailler pour l'entreprise durant la période estivale et pendant mes études. J'ai tout fait ici et au bout du compte ça m'a bien servi!

## Avez-vous observé une différence dans le comportement de vos consommateurs récemment ?

Définitivement. Depuis quelques années, les consommateurs sont beaucoup plus sensibilisés à la provenance des produits qu'ils achètent. Lorsqu'ils ont le choix, la plupart des consommateurs préfèrent opter pour un produit local plutôt qu'un produit importé pour différentes raisons. Les consommateurs savent que les produits Canadiens doivent respecter des réglementations beaucoup plus strictes. Celles qui encadrent l'utilisation des produits chimiques dans le processus de fabrication.

## Est-ce que vos produits sont 100 % canadiens ?

Je dirais que 90 % de nos produits sont manufacturés au Canada. On s'approvisionne localement autant que possible (Canada et États-Unis), mais on a parfois besoin de produits ou de pièces de fabrication qui ne sont pas disponibles en Amérique du Nord. On doit donc se les procurer à l'étranger, généralement en Europe.

## Comment vous tenez-vous informés de l'évolution du marché ?

Je lis beaucoup d'articles et j'assiste à autant de conférences que possible pour rester au courant de l'évolution de l'industrie et des développements technologiques. Heureusement pour nous, étant une compagnie familiale, nous avons l'avantage de pouvoir réagir beaucoup plus rapidement aux imprévus et à la transformation du marché que la plupart des entreprises.

## Pourquoi avez-vous développé une gamme de produit « Réduisez, Réutilisez & Recyclez » ?

La responsabilité environnementale a toujours fait partie de nos valeurs. D'ailleurs, 99 % de nos déchets de fabrication sont recyclés. On pense d'abord à l'aspect écologique, mais le recyclage est aussi avantageux puisqu'il contribue à réduire les coûts de fabrication et augmentent la productivité. Ultimement, on peut réinvestir ces sommes dans l'entreprise et nos employés.

## Quel est votre plus grand défi sur le marché aujourd'hui ?

Le marché des produits de bureau a tellement changé! Avant, on avait accès à des centaines de clients. De nos jours, une poignée de clients possède la majorité du marché et si vous n'y avez pas accès, vous ne vendez à personne.



## Quels sont les prochaines étapes dans l'évolution de Davis Group ?

Élargir nos gammes de produit actuelles, développer de nouveaux produits innovateurs. On garde aussi les yeux ouverts sur de futures acquisitions qui pourraient nous aider à diversifier notre offre. Je suis fier de ce que nous avons accompli dans les 30 dernières années et j'aimerais un jour pouvoir passer le flambeau à une troisième génération.

## Davis Group en quelques chiffres

Fondation : 1983

Employés directs : 65

Employés indirects : 10

Entrepôt : 80 000 pieds carrés

**« 99 %  
de nos déchets  
de fabrication  
sont recyclés.  
Au-delà d'être bon  
pour l'environnement,  
c'est le choix  
logique à faire. »**



- Fabriqué de polypropylène anti-microbien de qualité commerciale pour utilisation fréquente et durabilité.
- Anneaux en D Pin-Lock® verrouillables.
- Couverture à deux charnières occupant moins d'espace sur les tablettes.
- Porte-étiquette d'une seule pièce, sur deux faces.
- Pochette transparente à l'intérieur des couvertures avant et arrière.
- Aucun transfert d'encre.
- 1 à 6 po.

Trouvez les coordonnées complètes et heures d'ouvertures sur



## Abitibi-Témiscamingue

### Gyva

- 221, Principale Sud, Amos
- 240, Boul. Rideau, Rouyn-Noranda
- 797, 3<sup>e</sup> Avenue, Val d'Or

### Papeterie Commerciale

- 251, 1<sup>re</sup> Avenue Est, Amos
- 734, Rue Royale, Malartic
- 858, 3<sup>ième</sup> Avenue, Val d'Or

### Buro Concept

370, Rue Principale, La Sarre

### Service Scolaire Rouyn-Noranda

150, Rue Perreault Est,  
Rouyn-Noranda

### Services Informatiques Logitem

26H, Des Oblats Nord, Ville-Marie

## Bas St-Laurent

### Librairie d'Amqui

10, Boul. St-Benoit Ouest, Amqui

### Monburo.ca

- 331, Avenue Principale, Dégelis
- 192, Rue Saint-Germain Est, Rimouski
- 383, Rue Lafontaine, Rivière-du-Loup

### Papeterie Bloc-Notes

462, Avenue St-Jérôme, Matane

## Capitale Nationale

### Imprimerie de Charlevoix

261, Rue John-Nairne, La Malbaie

### Le Spécialiste du Stylo-Papeterie

900, Boul. Pierre Bertrand, Ste 100, Québec

### Jacques Le Papetier

8500, Boul. Henri-Bourassa, Québec

### MonBuro.ca

353, Rue de l'Église, St-Basile

### Brassardburo

2747, Avenue Watt (Parc Colbert), Ste-Foy

## Centre-du-Québec

### Le Sagittaire

1021, Boul. Bécancour, Bécancour

### Buropro Citation

- 765, Boul. René-Lévesque, Drummondville
- 505, Boul. Jutras Est, Victoriaville

### Mégaburo

1285, Rue Cormier, Drummondville

## Chaudière-Appalaches

### Monburo.ca

- 1655, Boul. Alphonse-Desjardins, Lévis
- 49, Rue St-Jean-Baptiste Est, Montmagny
- 989-A, Avenue Bergeron, St-Agapit
- 875, Route Bégin, St-Anselme

### Technibureau

5169, Boul. Guillaume-Couture, Lévis

### Brassardburo

9006, Boul. Lacroix, St-Georges-de-Beauce

### Équipement de bureau Demers

515, 90<sup>e</sup> Rue, St-Georges-de-Beauce

### Mégaburo

814, Boul. Frontenac Est, Thetford Mines

## Côte-Nord

### Librairie Côté

889, Rue de Puyjalon, Baie-Comeau

### La Bureautique Havre-Saint-Pierre

1180, De l'Escale, Havre-Saint-Pierre

### Brassardburo

25, Rue Napoléon, Sept-Îles

## Estrie

### Mégaburo

- 511, 1<sup>re</sup> Avenue, Asbestos
- 74, Rue Child, Coaticook
- 2694, Rue Sherbrooke, Magog
- 2373, Rue King Ouest, Sherbrooke

### Dubé

5060, Rue Papineau, Lac Mégantic

## Gaspésie - Îles de la Madeleine

### J.M. Arsenault

- 172, Avenue Port-Royal, Bonaventure
- 6598-G, Boul. Perron, Carleton-sur-Mer

### Imprimerie des Anses

583, Rue Commerciale Ouest, Chandler

### Papeterie Cartier

159, Boul. de Gaspé, Gaspé

### Librairie Plaisance

1011, Chemin de la Vernière, Îles de la Madeleine

## Lanaudière

### Landry Inc.

- 951, Avenue Gilles Villeneuve, Berthierville
- 320, Rue Taché, Joliette

### Le Papetier Le Libraire

- 144, Rue Baby, Joliette
- 403, Notre-Dame, Repentigny

## Laurentides

### Maxiburo

440, Rue Principale, Lachute

### Librairie Jaclo

500, de la Madone, Mont-Laurier

### L'Apostrophe Plus

1090, Rue de St-Jovite, Mont-Tremblant

### Le Papetier Le Libraire

82, Rue Principale Est, Ste-Agathe-des-Monts

### Espace Papier

- 2801, Boul. des Promenades, Ste-Marthe-sur-le-Lac
- 40, Rue Turgeon, Ste-Thérèse

### Papeterie Mobile G.S.

255 Boul. Arthur-Sauvé, St-Eustache

### Équipement de bureau

### Robert Légaré

411, John F. Kennedy, St-Jérôme

### Papeterie Alain Contant

691, St-Georges, St-Jérôme

## Mauricie

### Mégaburo

545, Rue St-Antoine, La Tuque

## Montérégie

### Buropro Citation

- 600, Boul. Sir-Wilfrid-Laurier, Beloeil
- 11, Rue Simonds Nord, Granby
- 3300, Boul. Laframboise, St-Hyacinthe

### Papeterie Cowansville

702, Rue Sud, Cowansville

### Buro & Cie

- 71, Boul. Georges-Gagné Sud, Delson
- 725, Notre-Dame, St-Rémi
- 2130, Boul. René-Gauthier, Varennes

### Librairie du Richelieu

903, Boul. Séminaire Nord, St-Jean-sur-Richelieu

### Jamunik

109, Rue Champlain, Valleyfield

### Éditions Vaudreuil

480, Boul. Harwood, Vaudreuil

## Montréal

### Papeterie Le Plateau

765, Beaubien Est, Montréal

### Papeterie Les Entreprises

8106, Boul. Henri-Bourassa Ouest, Montréal

## Nord-du-Québec

### Équipement de Bureau Ungava

529, 3<sup>e</sup> Rue, Chibougamau

### Gyva

64-B, Place Quévillon, Lebel-sur-Quévillon

## Outaouais

### Thibo - Produits de Bureau

- 131, Rue Jean-Proulx, Unité 5, Gatineau
- 200, Promenade du Portage, Gatineau

### Totem Offisource

1, Promenade du Portage, Gatineau

### Gyva

144, Rue Principale Sud, Maniwaki

### Imprimerie Papineauville

348, Papineau, Papineauville

### Papeterie Petite-Nation

115, Rue Principale, St-André-Avelin

### Artwoods

156, Promenade du Portage, Gatineau

## Saguenay - Lac St-Jean

### Mégaburo

- 440, Rue Collard Ouest, Alma
- 1685, Boul. Talbot, Chicoutimi
- 755, Boul. Saint-Joseph, Roberval
- 1069A, Jeanne-Mance, St-Félicien

### Brassardburo

1379, Rue des Champs-Élysées, Chicoutimi

### Librairie Centrale

1321, Boul. Wallberg, Dolbeau-Mistassini

## Nouveau-Brunswick

### J.M. Arsenault

106, Rue Water, Campbellton

### 2M Distribution

333, Boul. St-Pierre Ouest, Caraquet

## Île-du-Prince-Édouard

### HMS Office Solutions

291, Water Street, Summerside

## Nouvelle-Écosse

### Eastern Office Supplies

136, Logan Road, Bridgewater

### R.D. Chisholm

25, Webster Street, Kentville

## Ontario

### Papeterie Alexandria Stationery

343, Main Street, Alexandria

### Maxiburo

222, Main Street East, Hawkesbury

### Shaver Business Products

217, Colonnade Road South, Nepean

### LDG Office Supplies

14, Armstrong Street North, New Liskeard

### Artwoods

300, Laurier Avenue West, Ottawa

### Marlynn's

71, Main Street, Penetanguishene

### TBXI

910, Alloy Drive, Thunder Bay





Magasins et points de service



Représentants



Centres de distribution

- 1 - Laval
- 2 - Montreal
- 3 - Dartmouth
- 4 - Markham
- 5 - Calgary (non illustré)

## Hamster en chiffres

**109** | Magasins et points de service

**125** | Représentants nationaux

**5** | Centres de distribution

**500 000** | Produits

# Achetez des produits de chez nous, c'est encore mieux...

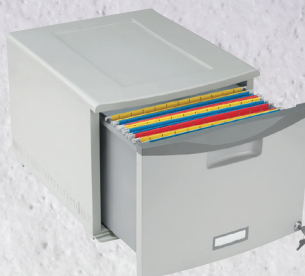


**84%**  
**DES CANADIENS**

jugent important de consommer  
des produits locaux ou d'origine  
canadienne.\*



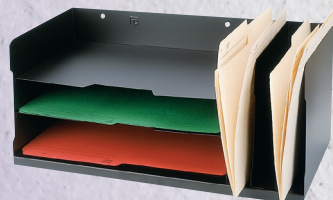
**Distributrice universelle sans contact  
pour essuie-mains en rouleaux Cascades PRO™**  
Contrôle le débit de distribution éliminant  
les pertes de papier de fin de rouleau.



**Classeur d'entreposage**  
Classement pour dossiers suspendus  
de format lettre ou légal.  
Empilable. Serrure.



**Boîte de rangement**  
Postconsommation : 25 %. Couverture  
avec loquets. Pour dossiers suspendus  
format lettre ou légal.



**Classeur horizontal / vertical en métal**  
À sections verticales et plateaux. Format légal.



**Chemises à dossier réversibles de couleur**  
Fibre post-consommation : 10 %.



**Pochettes protectrices recyclées**  
Épaisseur économique. 3 perforations.  
Qualité archive. Sans acide. Format lettre.  
Contenu recyclé : jusqu'à 60 %.

\*Grande étude du monde du travail réalisée par la firme Léger.