Logo, company name

Description automatically generated

Les Outstanding Retailer Awards (ORA) (Prix du détaillant exceptionnel) sont remis dans le cadre du seul programme de prix indépendant de l’industrie célébrant les réalisations des détaillants dans les secteurs de la quincaillerie, de la rénovation domiciliaire et des matériaux de construction au Canada. Fort de 32 ans d’histoire, ce programme a honoré plus de 180 détaillants. Les détails de l’événement entourant la remise des prix ORA sont fournis au [www.oras.ca](http://www.oras.ca).

**Qui peut participer**

Tous les détaillants/revendeurs et directeurs de magasin canadiens des secteurs de la quincaillerie et de la rénovation domiciliaire qui exploitent un magasin sous la propriété actuelle depuis au moins deux ans peuvent participer.

**Qui peut soumettre une candidature**

1. Les détaillants peuvent soumettre eux-mêmes leur candidature;
2. Le siège social de la chaîne de magasins ou de la centrale d’achats peut décider de choisir son(ses) meilleur(s) détaillant(s) et de préparer sa(leurs) candidature(s) en collaboration avec le(s) détaillant(s) concerné(s). Aucune limite n’est imposée quant au nombre de candidatures qu’un siège social peut soumettre dans une catégorie ou au total;
3. Les fournisseurs, au nom du(des) détaillant(s) exceptionnel(s), peuvent soumettre une candidature.

**Comment participer**

Vous devez remplir le formulaire et l’envoyer ainsi que vos photos (détails à la page 2) à [oras@hardlines.ca](mailto:christina@hardlines.ca). Les candidatures peuvent aussi être soumises en envoyant par la poste une clé USB sur laquelle sont sauvegardés votre formulaire dûment rempli et vos photos. **Pour que votre candidature soit considérée, vous devez fournir une réponse complète aux 22 questions.** **NB**: Toutes les données financières contenues dans votre inscription sont strictement confidentielles. Du matériel vidéo peut aussi être soumis, mais n’est pas essentiel.

**Catégories dans lesquelles soumettre une candidature**

1. Meilleure quincaillerie ou magasin de peinture (toute taille). **Cette catégorie est réservée aux quincailleries traditionnelles ou aux magasins de peinture qui ne vendent pas de bois d’œuvre ou de matériaux de construction. Bien que votre magasin puisse proposer des articles de commodité dans ces catégories, cette entrée est réservée aux magasins qui ne disposent pas d'une cour à bois.**
2. Meilleur magasin de matériaux de construction (moins de 15 000 pi2);
3. Meilleur magasin de matériaux de construction (plus de 15 000 pi2);
4. Prix du jeune détaillant de l’année (un directeur ou une directrice de magasin de moins de 35 ans – les candidats peuvent être propriétaires ou employés). **Les candidatures pour cette catégorie doivent expliquer clairement le nom, le rôle et les réalisations de la personne mise en avant. Les compétences *hard* et *soft* sont prises en compte dans cette catégorie.**
5. Prix du leader communautaire Marc Robichaud. Ce prix s’adresse à tous les types de magasins. Il vise à célébrer les contributions, les événements, les dons, etc. exceptionnels faits par les membres du personnel, les directeurs et les propriétaires de magasin pour la communauté qu’ils servent;
6. Meilleur magasin de détail grande surface (plus de 65 000 pi2);
7. Meilleur magasin d’entrepreneur spécialisé.

**Photos**

Veuillez fournir **au moins 5 photos prises à l’extérieur du magasin** et **au moins 20 photos prises à l’intérieur du magasin** (aucun nombre de photos maximum n’est imposé).

* Les photos ne doivent pas forcement être de qualité professionnelle, mais vous devez soumettre des photos haute résolution (**au moins** 1500 pixels de largeur ou un fichier de 3 Mb);
* Une description doit accompagner chaque photo;
* Les photos prises à l’extérieur du magasin devraient montrer l’enseigne et une vue depuis la rue ou le stationnement (les magasins de matériaux de construction devraient inclure des photos de la cour à bois);
* Les photos prises à l’intérieur du magasin devraient montrer le propriétaire/directeur du magasin et les membres du personnel, une vue depuis l’entrée principale du magasin, les allées des outils électriques et autres allées, les têtes de gondole, les promotions en magasin et le centre de services aux entrepreneurs, s’il y a lieu;
* Du matériel vidéo peut aussi être soumis, mais n’est pas essentiel;
* Des exemples de photos soumises par des lauréats des prix ORA des années passées sont fournis au : <https://hardlines.ca/oras/ora-past-winners> .

**Soumettre votre candidature**

1. Remplir le formulaire qui suit. Pour que votre candidature soit considérée, vous devez fournir une réponse complète aux 22 questions. Les boîtes de texte s’ajusteront automatiquement à la longueur de votre réponse.
2. Soumettre **au moins 5 photos prises à l’extérieur du magasin** et **au moins 20 photos prises à l’intérieur du magasin** (consultez les détails ci-dessus).
3. Soumettre votre candidature :
   * Envoyez par courriel votre formulaire de participation ainsi que vos photos à [oras@hardlines.ca](mailto:christina@hardlines.ca) (utilisez <https://wetransfer.com/> si la taille de vos photos vous empêche de les envoyer par courriel);

**Date limite pour soumettre votre candidature**

Toutes les candidatures doivent avoir été reçues d’ici le **vendredi 13 juin 2025**.

**Évaluation**

Les juges considèreront différents éléments, dont l’excellence en matière de service à la clientèle, l’apparence générale du magasin, le marchandisage, le marketing, la gestion des employés, l’engagement communautaire et la croissance des ventes.

Sachez que la façon dont vous présentez votre candidature ou son apparence ne sont pas prises en compte durant l’évaluation. Les juges s’assureront simplement que vous avez fourni le bon nombre de photos et avez dûment répondu aux 22 questions du formulaire.

**Veuillez indiquer par un X la(les) catégorie(s) dans laquelle(lesquelles) vous souhaitez participer.**

|  |  |
| --- | --- |
| Meilleure quincaillerie ou magasin de peinture (toute taille) |  |
| Meilleur magasin de matériaux de construction (moins de 15 000 pi2) |  |
| Meilleur magasin de matériaux de construction (plus de 15 000 pi2) |  |
| Meilleur jeune détaillant de l’année (un directeur ou une directrice de magasin de moins de 35 ans – les candidats peuvent être propriétaires ou employés) |  |
| Leader communautaire Marc Robichaud. Ce prix s’adresse à tous les types de magasins. |  |
| Meilleur magasin de détail grande surface (plus de 65 000 pi2) |  |
| Meilleur magasin d’entrepreneur spécialisé |  |

**Je souhaite soumettre la candidature de :**

|  |  |
| --- | --- |
| Nom du magasin |  |
| Coopérative ou centrale(s) d’achats, le cas échéant |  |
| Nom du(des) propriétaire(s) |  |
| Nom du directeur de magasin (s’il est différent de celui fourni ci-dessus) |  |
| Adresse du magasin |  |
| Ville |  |
| Province |  |
| Numéro de téléphone |  |
| Adresse courriel |  |
| Site Web |  |
| Nom de la personne soumettant cette candidature |  |
| Adresse courriel de la personne soumettant cette candidature |  |
| Numéro de téléphone de la personne soumettant cette candidature |  |

**Veuillez répondre aux 22 questions suivantes concernant le magasin pour lequel vous soumettez la candidature.**

*Veuillez entrer vos réponses dans les boîtes de texte ci-dessous. Les boîtes de texte s’ajusteront automatiquement à la longueur de votre réponse.*

|  |
| --- |
| 1. Aperçu. Fournissez une courte (1,000 mots maximum) lettre personnelle **du propriétaire/directeur de magasin** décrivant sa passion pour son magasin et expliquant pourquoi ce magasin mérite de gagner un prix Outstanding Retailer Award. Ici, les juges cherchent des éléments qui démontrent pourquoi votre magasin est exceptionnel et pourquoi votre candidature devrait être considérée. Il s’agit d’une partie importante de votre candidature et est l’occasion de fournir du contexte essentiel pour décrire l’esprit ou la culture qui animent votre entreprise. (Conseil : Qu’est-ce qui fait de votre entreprise un chef de file dans son marché local, quelles forces vous distinguent des autres, pourquoi vos clients vous sont-ils si fidèles?) |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Histoire. Quand et comment votre entreprise a-t-elle été fondée? La propriété a-t-elle changé de mains? Quand? |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Croissance. Décrivez de quelle manière votre entreprise a pris de l’expansion sur le plan physique ou a déménagé. (Consultez aussi la question 13 sur la croissance des ventes.) |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Taille. Décrivez la superficie (en pi2) de votre espace de vente, de votre espace d’entreposage et, s’il y a lieu, de votre cour à bois. |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Environnement d’affaires. Parlez-nous de la ville que vous servez, de la population estimée vivant dans cette région commerciale, des industries principales, le l’état de votre économie locale et de la saisonnalité de vos activités commerciales. |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Partage entre consommateurs/entrepreneurs/institutions. Indiquez le pourcentage des ventes associé à chacun de ces trois types de clients. (Si vous avez « d’autres » types de clients, veuillez les ajouter.) |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Concurrence. Dressez une liste de vos principaux concurrents et de la distance qui les sépare de votre entreprise. De quelle manière leur présence a-t-elle eu une incidence sur vos activités commerciales? |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Effectifs. Combien comptez-vous d’employés à temps plein et à temps partiel? |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Formation, rémunération et rétention. Décrivez de quelle manière vous formez vos employés, les mesures incitatives et les avantages que vous leur offrez ainsi que le succès que vous avez à retenir les membres clés de votre personnel. |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Énoncé de mission. Si vous avez un énoncé de mission, quel est-il? Si vous n’avez pas d’énoncé de mission, décrivez en quelques phrases la philosophie de votre entreprise. |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Service à la clientèle. Fournissez des exemples décrivant de quelle manière votre magasin a récemment fait preuve d’excellence en matière de service à la clientèle. |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Engagement communautaire. Décrivez votre appui à toute organisation de bienfaisance, à tout événement civique, à toute organisation sportive, etc. (Si vous soumettez votre candidature dans la catégorie « Leader communautaire Marc Robichaud », cette question est la question la plus importante de votre candidature. Veuillez fournir autant de détail que possible.) |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Chiffre d’affaires brut. Fournissez les volumes de ventes en dollars ainsi que le pourcentage d’augmentation/de diminution pour chacune des cinq dernières années (ou pour toutes les années que vous êtes en affaires). Sachez que les informations fournies pour répondre à cette question ainsi qu’à la suivante demeureront strictement confidentielles et seuls les juges y auront accès. Ces informations ne seront pas publiées sans avoir obtenu votre permission expresse. |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Ventes par pied carré. Fournissez un historique des trois dernières années. |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Rotation des stocks. Fournissez un historique des trois dernières années. |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Faites-vous des ventes en ligne? Si tel est le cas, depuis quand? |
|  |

|  |
| --- |
| 1. En 2024, vos ventes en ligne représentaient approximativement quel pourcentage de l’ensemble de vos ventes? |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Technologie de vente au détail. Quel(s) système(s) votre magasin utilise-t-il et de quelle manière son(leur) utilisation a-t-elle amélioré vos activités commerciales? |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Marketing. Décrivez vos techniques de marketing les plus efficaces, particulièrement celles qui sont uniques à votre marché. Fournissez des exemples d’annonces publicitaires parues dans les journaux, de circulaires et de transmissions de publicités à la radio et à la télévision. |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Événements spéciaux. Décrivez les événements spéciaux, récurrents ou ponctuels, que vous avez déjà organisés. |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Diversification des activités. Décriez toute activité secondaire florissante découlant de vos activités de vente principales. Par exemple (sans se limiter à) : ventes d’installations, ventes commerciales, fabrication de portes et fenêtres, usine de fermes de toit, construction de maisons, exportations. |
|  |

|  |
| --- |
| 1. Témoignages et prix. Fournissez des témoignages de clients et/ou de partenaires d’affaires et/ou des copies de correspondance favorable que vous avez reçue de clients. Si vous avez gagné des prix civiques ou des honneurs au sein de votre propre groupe, veuillez les décrire. |
|  |

**Soumettre votre candidature**

1. Remplir le formulaire qui suit. Pour que votre candidature soit considérée, vous devez fournir une réponse complète aux 22 questions.
2. Soumettre **au moins 5 photos prises à l’extérieur du magasin** et **au moins 20 photos prises à l’intérieur du magasin** (consultez les détails plus haut).
3. Soumettre votre candidature :
   * Envoyez par courriel votre formulaire de participation ainsi que vos photos à [oras@hardlines.ca](mailto:christina@hardlines.ca) (utilisez <https://wetransfer.com/> si la taille de vos photos vous empêche de les envoyer par courriel);

**Date limite pour soumettre votre candidature**

Toutes les candidatures doivent avoir été reçues d’ici le **vendredi 13 juin 2025**.

**Les lauréats des ORA recevront**

* Un coupe gravé avec le nom de votre magasin
* 2 billets gratuits pour la Conférence Hardlines
* 2 billets pour le gala-souper des ORA en l'honneur de vos réalisations
* 2 nuits d'hébergement au Fairmont Banff Springs pour le lundi et le mardi soir de la conférence (1 ou 2 chambres)
* Une trousse de marketing comprenant un article dans le revue trimestriel Hardlines Home Improvement Quarterly, une vidéo personnalisée et une photo professionnelle prête à envoyer aux médias locaux
* Un abonnement gratuit d’un an à Hardlines, comprenant le *Hardlines Weekly Report*, des nouvelles de dernière minute et des rabais exclusifs sur d'autres produits

Veuillez noter que les frais de déplacement à destination et en provenance de la conférence seront à la charge du magasin gagnant ou de son groupe d'achat.

**NB**: Même si vous ne gagnez pas, nous apprécions votre participation et les succès que vous avez remportés. Il se peut que nous souhaitions utiliser votre magasin dans de futurs articles de nos publications. En remplissant et en envoyant ce formulaire, vous nous donnez le droit d’inclure des détails ou des photos de votre commerce dans de futurs articles. (**Toutes les informations financières que vous avez communiquées restent strictement confidentielles et ne seront pas incluses dans les articles**).