

Société des alcools
du Manitoba

87^e RAPPORT ANNUEL

Du 1^{er} avril 2009 au 31 mars 2010





NOTRE ÉNONCÉ DE MISSION

Réglementer, distribuer et vendre des boissons alcoolisées en vue de produire des revenus pour les Manitobains dans un cadre de travail qui met l'accent sur la responsabilité sociale, l'excellence du service à la clientèle, l'efficacité commerciale et la qualité du milieu de travail.

NOS VALEURS

RESPONSABILITÉ SOCIALE

Promouvoir la responsabilité en matière de vente et de consommation des boissons alcoolisées et agir comme une entreprise socialement responsable.

IMPORTANCE DU PERSONNEL

Favoriser l'établissement d'une main-d'œuvre positive en collaborant comme une équipe à l'atteinte d'objectifs communs.

INTÉGRITÉ ET ÉQUITÉ

Établir des relations éthiques et respectueuses dans le cadre desquelles nous répondons entièrement de nos actions, décisions et comportements.

EXCELLENCE DU SERVICE

Offrir un service supérieur à nos clients, partenaires et collègues de travail.

CHANGEMENT

Épouser le changement et encourager nos employés à être créatifs et innovateurs.



TABLE DES MATIÈRES

Gouvernance, Conseil et Commission.....	3
Message de la présidente du Conseil des commissaires.....	4
Message du président-directeur général.....	4
Examen du plan d'activités	
Responsabilité financière	6
Responsabilité sociale	8
Service à la clientèle	12
Efficacité commerciale.....	15
Qualité du milieu de travail	18
États financiers.....	20
Magasins d'alcools	33
Vendeurs d'alcools	34



GOVERNANCE, CONSEIL ET COMMISSION

Le **CONSEIL DES COMMISSAIRES** est l'organe directeur qui encadre les activités de la Société des alcools du Manitoba. La présidente du Conseil des commissaires fait rapport au ministre responsable de l'application de la *Loi sur la réglementation des alcools* qui, à son tour, fait rapport à l'Assemblée législative. Les activités quotidiennes de la Société relèvent de la responsabilité du président-directeur général, qui fait rapport au Conseil des commissaires.

Le Conseil des commissaires comprend neuf membres qui sont nommés par le gouvernement du Manitoba. Une personne est nommée à la présidence du Conseil et une autre est nommée à la vice-présidence. Le Conseil se réunit au moins six fois par année et il est responsable des processus de gouvernance généraux suivants :

- adoption d'un processus de planification stratégique, approbation des plans stratégiques et surveillance du rendement en fonction des plans;
- approbation des plans d'immobilisations et d'exploitation annuels et surveillance du rendement en fonction des plans;
- approbation des politiques et des processus qui veillent à l'intégrité des systèmes de contrôle interne et d'information de gestion de la Société;
- évaluation annuelle de l'apport du Conseil, des comités et de tous les membres du Conseil;

La **COMMISSION DES LICENCES** est responsable de l'approbation des licences et de l'application des mesures disciplinaires associées aux infractions à la *Loi sur la réglementation des alcools*. Ses décisions peuvent faire l'objet d'un appel au Conseil des commissaires.

COMMISSION DES LICENCES

(debout, de g. à dr.) Dale Neal (vice-président), Vic Wonnacott (président), Les Barrett.

(assis, de g. à dr.) Lorraine Sigurdson, Cliff Bernhardt.

- soumission de recommandations au ministre responsable en ce qui a trait à la nomination ou au renvoi du président-directeur général;
- planification de la relève, évaluation du rendement et développement du leadership pour le président-directeur général et les cadres supérieurs;
- approbation de la structure de rémunération normale et de l'ensemble des avantages sociaux de tous les employés de la Société;
- approbation de la politique en matière de communications de la Société.

Le Conseil bénéficie du travail de plusieurs comités :

- Comité de gouvernance;
- Comité de planification stratégique et du budget;
- Comité de vérification;
- Comité des ressources humaines.

De plus, le Conseil fonctionne dans le cadre d'un règlement intérieur sur la gouvernance bien articulé, qui indique les responsabilités particulières de la présidente et des membres du Conseil, ainsi que les mandats des divers comités. Un code de conduite d'entreprise oriente également les actions du Conseil et de tous les employés de la Société.



MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL DES COMMISSAIRES

Au nom du Conseil des commissaires, je suis heureuse de présenter le 87^e rapport annuel de la Société des alcools du Manitoba.

Le présent rapport présente les principales réussites de la Société au cours de l'exercice 2009-2010 en fonction de son plan stratégique. Sur le plan financier, la Société a produit un bénéfice net de 233,7 millions de dollars pour le gouvernement du Manitoba. Malgré la lente reprise économique dans d'autres régions du Canada, la Société a été en mesure de produire le bénéfice le plus important des 87 ans de son histoire et de démontrer encore une fois son importance pour la structure financière de la province.

Au cours de l'exercice, la Société a continué d'équilibrer les besoins de ses clients individuels et commerciaux, tout en encourageant la vente et la consommation responsables des boissons alcoolisées. En mettant de l'avant des programmes de sensibilisation publique portant sur la consommation d'alcool par les personnes mineures, la consommation excessive occasionnelle d'alcool chez les jeunes adultes, la consommation d'alcool pendant la grossesse et la conduite d'un véhicule avec facultés affaiblies, la Société affiche une constance dans son engagement en faveur de la responsabilité sociale.

Les réussites de l'exercice 2009-2010 comprennent également la mise en œuvre d'un nouveau système de terminaux de point de vente, des mises à niveau du système de commande en ligne pour les clients commerciaux, ainsi que l'amélioration continue des activités de développement durable. Une réussite particulièrement importante a

été la conclusion d'une nouvelle convention collective d'une durée de quatre ans entre la direction de la Société et ses employés syndiqués.

Un des événements les plus importants de l'exercice 2009-2010 s'est produit à la direction de la Société. Au début de l'exercice, le Conseil des commissaires et l'équipe de direction supérieure ont accueilli Ken Hildahl au poste de président-directeur général. Ce dernier a démontré qu'il était un chef de file axé sur les résultats et son expérience de la planification d'entreprise stratégique a constitué un actif important pour la Société au moment d'entreprendre l'élaboration d'un nouveau plan stratégique triennal. Le Conseil est confiant que sous le leadership de M. Hildahl, la Société continuera d'obtenir des réussites financières à titre d'organisme responsable et innovateur.

Au nom des membres du Conseil des commissaires, j'aimerais féliciter et remercier les membres de l'équipe de direction supérieure, les gestionnaires et les employés de la Société des alcools du Manitoba de leur apport en 2009-2010, de leur dévouement et de leur engagement constant en faveur de la Société et des résidents du Manitoba.



CARMEN NEUFELD

Présidente du Conseil des commissaires



CONSEIL DES COMMISSAIRES

(assis, de g. à dr.)

Fran Frederickson (vice-présidente), Carmen Neufeld (présidente), Myrna Phillips.

(debout, de g. à dr.)

Les Crisostomo, Garry Hammerback, Janine Ballingall Scotten, Ed Azure, Aidan O'Brien, Eugene Kostyra. (absent)
• Maria Moore



MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

L'exercice 2009-2010 marque mon premier exercice à titre de président-directeur général et représente une année de transition pour la Société des alcools du Manitoba. Nous sommes très heureux de nos réussites au cours de l'exercice écoulé et, en particulier, de la hausse de notre bénéfice net de près de 2 % par rapport à l'exercice antérieur. Grâce à un bénéfice de 233,7 millions de dollars pour le gouvernement provincial, nous pouvons être fiers que ce montant serve à soutenir les programmes provinciaux qui participent à améliorer la vie de tous les Manitobains.

Bien que l'exercice ait été témoin d'une réussite financière, le ralentissement de l'économie en 2009-2010 s'est traduit pour la Société par le défi de respecter ses obligations financières. Grâce au soutien du Conseil des commissaires, à l'expérience d'une équipe de direction supérieure aguerrie et à l'engagement des gestionnaires et des employés, nous avons pu relever ce défi en mettant de l'avant un plan solide pour la réussite.

Sur le plan opérationnel, nous avons mis en œuvre un programme de gestion de dossiers qui correspond aux exigences provinciales en matière de conservation électronique des dossiers et avons remplacé notre système de terminaux de point de vente désuet dans les cinquante magasins d'alcools. Nous avons aussi poursuivi la modernisation des magasins d'alcools pour arriver au présent milieu de vente au détail moderne et avons fait en sorte que le personnel reçoive la formation et le soutien dont ils avaient besoin pour continuer de combler les attentes de la clientèle.

Une réussite importante de l'exercice 2009-2010 a été l'élaboration d'un nouveau plan stratégique triennal pour les exercices 2010-2011 à 2012-2013. Nous avons sollicité l'apport d'employés à tous les paliers de notre organisation et leurs idées ont été soumises à l'équipe de direction supérieure et discutées par l'ensemble de ses membres. Au cours des étapes finales du processus, le Conseil des commissaires et l'équipe de direction supérieure ont élaboré une vision à long terme pour la Société. Il en a résulté un énoncé de vision et trois nouveaux thèmes (innovation, durabilité et responsabilité) qui seront présentés au début de l'exercice 2010-2011.

Bien que le nouveau plan stratégique jette les bases de la réussite à long terme de la Société, je crois que notre succès continu exige plus qu'un simple plan. Au cours de mes voyages au cours de l'exercice pour mieux connaître nos activités et visiter nos magasins, j'ai réalisé clairement que la réussite de notre organisation repose grandement sur l'engagement de nos employés. La Société est chanceuse de compter dans ses rangs une main-d'œuvre dévouée et engagée et je veux profiter de l'occasion pour remercier tous nos employés de leur apport au cours de l'exercice.

Je tiens également à remercier le Conseil des commissaires et l'équipe de direction supérieure de leur accueil chaleureux et de leur soutien au cours de l'exercice. Bien que nous ayons accompli beaucoup de choses en 2009-2010, nous avons encore beaucoup de pain sur la planche pour viser l'amélioration de notre organisme et de notre secteur industriel pour les Manitobains.

KEN HILDAHL
Président-directeur général

F10:

EXAMEN DU PLAN D'ACTIVITÉS

Le plan stratégique de la Société des alcools du Manitoba précise cinq groupes d'objectifs qui servent de plan directeur à l'intégration de notre énoncé de mission et de nos valeurs dans nos activités quotidiennes et qui fondent le plan d'activités de la Société. Les cinq groupes d'objectifs visent ce qui suit :

LA RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE;

LA RESPONSABILITÉ SOCIALE;

LE SERVICE À LA CLIENTÈLE;

L'EFFICACITÉ COMMERCIALE;

LA QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL.

Les pages qui suivent présentent un bref examen des activités de la Société en 2009-2010.

RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE

La Société a versé un montant de 233,7 millions de dollars au gouvernement provincial en 2009-2010. L'accroissement du volume des ventes de bière, une hausse du prix de la bière et le maintien de la tendance des consommateurs de rechercher les produits de qualité supérieure plus coûteux ont aidé la Société à surpasser le bénéfice de l'exercice précédent, malgré un ralentissement économique global.

RESPONSABILITÉ SOCIALE

Une nouvelle campagne de sensibilisation publique appelée *Faites partie du changement — Mettons fin à l'alcool au volant* a eu recours à la publicité télévisée et aux annonces dans les taxis pour encourager les gens à s'engager personnellement à modifier le comportement de conduite avec facultés affaiblies. La campagne *Soyez sobre* a eu recours à des mannequins pour illustrer les conséquences déplaisantes de la consommation excessive occasionnelle d'alcool. La Société a soutenu une augmentation des amendes pour la vente et le service de boissons alcoolisées aux personnes mineures, tout en continuant d'équilibrer les activités d'éducation et d'application de la *Loi sur la réglementation des alcools*.

SERVICE À LA CLIENTÈLE

Au cours de l'exercice 2009-2010, plusieurs initiatives visaient à améliorer le service aux clients individuels et commerciaux. Parmi celles-ci, il faut noter l'élimination des droits additionnels afférents aux permis exceptionnels, l'amélioration du système de commande en ligne ATLAS pour les clients commerciaux et les travaux de rénovation

effectués aux magasins d'alcools Tyndall Market et Crestview à Winnipeg.

EFFICACITÉ COMMERCIALE

Un nouveau système de terminaux de point de vente, qui permet la vente et le traitement des bons-cadeaux, a été mis en œuvre avec succès dans les cinquante magasins d'alcools en 2009-2010. Le choix d'un logiciel de gestion de dossiers et un programme pilote réussi ont rapproché la Société de son objectif de respect des exigences provinciales et fédérales de gestion des dossiers électroniques. La mise en œuvre d'économies d'énergie au nouveau Centre de distribution a mérité à la Société le Prix d'excellence

QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL

Les employés de la Société ont participé par leur apport au processus de planification stratégique et ont démontré ainsi pourquoi ils continuent de dépasser la moyenne nationale en matière de mobilisation au travail. Le Service des ressources humaines a mis en œuvre un nouveau système de gestion de l'apprentissage qui servira à automatiser l'administration de la formation et facilitera le développement et la prestation de la formation en ligne. Une nouvelle convention collective d'une durée de quatre ans a été conclue avec les employés syndiqués de la Société.



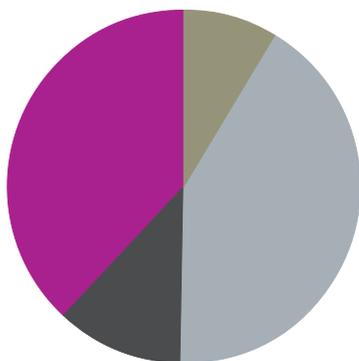
But

Continuer de répondre aux exigences du gouvernement du Manitoba en matière de bénéfice net par la vente réglementée de produits alcoolisés.

Objectif

Répondre aux exigences du gouvernement du Manitoba en matière de bénéfice net.

WHERE DOES THE MONEY GO?



Provincial Government	\$233.7	38%
Federal Government	\$53.6	9%
Merchandise	\$257.3	42%
Operating Expenses	\$70.7	11%

ADDITIONAL PAYMENTS TO THE PROVINCE (IN MILLIONS)

Retail Sales Tax	\$20.8
Environmental Protection Tax	\$2.0
Waste Reduction & Prevention Tax	\$0.5

ADDITIONAL PAYMENTS TO THE FEDERAL GOVERNMENT (IN MILLIONS)

Goods and Services Tax	\$30.8
------------------------	--------

RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

Chaque année, la Société des alcools dresse un budget pour obtenir un bénéfice net qu'elle s'attend à verser au gouvernement provincial pour l'exercice en cours. Le montant du bénéfice net est convenu avec le gouvernement et il fait partie du budget provincial. Pour atteindre ses objectifs financiers, la Société fixe des cibles pour tous les secteurs de vente.

Résultats

Bénéfice	net ciblé : 236,2 millions de dollars
	net réalisé : 233,7 millions de dollars

LE BÉNÉFICE NET de l'exercice 2009-2010 est inférieur au montant prévu au budget de 2,6 millions de dollars ou 1,1 %. Le volume des ventes s'est accru dans toutes les catégories de produits, comparativement à l'exercice antérieur, mais il a augmenté à un rythme plus faible dans toutes les catégories, à l'exception de la bière. C'est pourquoi le volume des ventes a été légèrement inférieur au volume prévu au budget.

Pour veiller à respecter ses obligations financières à l'égard du gouvernement provincial, la Société a accru sa majoration de prix minimale pour les boissons rafraîchissantes (panachés et cidres) au début de l'exercice. Plus tard dans l'année, le prix de l'emballage de douze bières canadiennes populaires s'est accru de 1,25 \$ en raison d'une augmentation du prix des fournisseurs. La Société a également connu une hausse de sa majoration de prix et une hausse du montant versé aux vendeurs de bière pour la manutention des contenants vides. Malgré l'augmentation du prix de la bière, le prix des bières canadiennes vendues par la Société est demeuré l'un des plus faibles au pays.

La tendance des clients à acheter des produits de qualité supérieure plus coûteux s'est maintenue en 2009-2010. Une telle tendance, accompagnée par la stratégie de la Société de concentration des efforts de commercialisation sur les produits de qualité supérieure, s'est traduite par l'obtention d'une part de marché de 67,3 % par les spiritueux de luxe ou de qualité supérieure. Il s'agit de la part de marché la plus élevée que cette catégorie de produits a atteinte au cours des ans. L'incidence de la baisse du volume des ventes a été réduite par l'adoption de spiritueux de qualité supérieure plus coûteux.

Spiritueux : catégorie des produits de luxe ou de qualité supérieure

Part du marché	Cible : 63 %
	Part réelle : 67,3 %

- La Société continue de surveiller les prix appliqués par les autres provinces en vue de devenir concurrentielle avec la Saskatchewan et l'Ontario. En 2009-2010, les prix pratiqués par la Société étaient quelque peu supérieurs aux prix pratiqués par l'Ontario et la Saskatchewan pour les spiritueux et le vin.

233,7 MILLIONS DE DOLLARS DE RECETTES POUR LES MANITOBAINS!

MARGES BÉNÉFICIAIRES ET DÉPENSES (EN MILLIERS DE DOLLARS)

pour les exercices terminés le 31 mars

	2006	2007	2008	2009	2010
Chiffre des ventes	486 734	521 380	554 769	583 763	610 515
Marge bénéficiaire brute	243 526	259 822	275 226	288 241	299 599
Bénéfice net	196 238	207 944	219 210	229 164	233 677
Dépenses administratives	50 279	53 934	58 328	60 355	66 913
Amortissement pour dépréciation	2 448	2 583	2 666	3 313	3 761
% de la marge bénéficiaire brute sur le chiffre des ventes	50,0%	49,8%	49,6%	49,4%	49,1%
% du bénéfice net sur le chiffre des ventes	40,3%	39,9%	39,5%	39,3%	38,3%
General and Administrative Expenses as % of Sales	10,3%	10,3%	10,5%	10,3%	11,0%

VOLUMES DES VENTES SELON LES PRODUITS (EN MILLIONS DE LITRES)

	Bière	Spiritueux	Vin	Panachés et cidres
2006	74,2	6,4	7,7	2,6
2007	78,0	6,5	8,2	2,6
2008	79,0	6,7	8,7	2,7
2009	80,4	6,9	9,0	2,8
2010	82,0	6,9	9,3	2,9

CHIFFRE DES VENTES SELON LES PRODUITS (EN MILLIERS DE DOLLARS)

	Bière	Spiritueux	Vin	Panachés et cidres
2006	215	170	87	15
2007	229	179	97	16
2008	242	190	106	17
2009	255	198	112	19
2010	271	203	117	20

PER CAPITA CONSUMPTION (IN LITRES)

	Bière	Spiritueux	Vin	Panachés et cidres
2006	83,5	7,2	8,7	2,9
2007	87,1	7,3	9,2	2,9
2008	87,5	7,4	9,6	3,0
2009	88,0	7,5	9,8	3,1
2010	88,3	7,4	10,0	3,1

Source: Manitoba Health Population Report based on population over the age of 17 as of June 1 of each year.

But

Éduquer les Manitobains au sujet de la consommation sécuritaire des boissons alcoolisées et réglementer le service responsable des boissons alcoolisées.

Objectifs

1. Appuyer les programmes qui font la promotion de la consommation responsable des boissons alcoolisées, en mettant de côté un minimum de 0,20 % du bénéfice brut estimatif pour financer de tels programmes.
2. Optimiser la conformité à la *Loi sur la réglementation des alcools*.



RESPONSABILITÉ SOCIALE

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

PROGRAMMES

- La Société a lancé une nouvelle campagne de sensibilisation publique appelée **Faites partie du changement — Mettons fin à l'alcool au volant** qui vise à attirer l'attention sur la question de l'alcool au volant. La campagne a été soutenue par des annonces télévisées, radiophoniques et imprimées, ainsi que par des annonces dans les taxis et un site Web. Pendant la période des Fêtes, les conducteurs responsables qui ont fait l'objet d'un arrêt d'inspection sans problème par les forces policières à Winnipeg et à Brandon ou qui ont eu recours aux conducteurs d'Opération Nez rouge ont été récompensés par la possibilité de gagner une escapade d'une fin de semaine dans des hôtels de villégiature au Manitoba. Pendant les trois semaines du concours, le site Web a reçu environ 550 nouveaux visiteurs et 199 personnes se sont inscrites au concours.
- **Soyez Enceinte Sans Alcool** — Le programme de sensibilisation à la consommation d'alcool pendant la grossesse et à l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation foetale (ETCAF) a été promu par des annonces imprimées, des affiches côté bus, des publicités dans les salles de bain, la chaîne The Weather Network d'Environnement Canada, ainsi que par les rubans de caisse enregistreuse et les sacs dans les magasins d'alcools. Le livret d'information du programme a été rafraîchi vers la fin de l'exercice et il sera redistribué au début de l'exercice 2010-2011.
- **Soyez sobre** — Une campagne ayant recours à des mannequins pour des scénarios liés à la consommation excessive occasionnelle d'alcool a été lancée sur le site Web du programme et a fait l'objet d'affiches posées sur les campus de l'Université du Manitoba, de l'Université de Winnipeg, du collège Assiniboine et du collège Red River. La Société des alcools a lancé un concours en ligne pour attirer les visiteurs au site Web. En visitant le site Web et en répondant à un questionnaire en ligne, les visiteurs ont eu la possibilité de gagner divers prix, d'un appareil iPhone à des bons-cadeaux iTunes. Le concours a attiré 2 700 inscriptions et le site Web a enregistré 10 000 nouveaux visiteurs. Environ mille personnes se sont inscrites au groupe Facebook de la campagne *Soyez sobre*.
- **Déclarez votre âge** — Des affiches dans les magasins d'alcools et les établissements autorisés ont continué de promouvoir l'exigence pour les jeunes adultes de présenter une carte-photo d'identité pour acheter des boissons alcoolisées. **Nota.** L'exigence d'une carte-photo d'identité de la Société est devenue périmée à la suite de l'adoption d'une carte-photo d'identité délivrée par le gouvernement par le biais de la Société d'assurance publique du Manitoba. La Société des alcools a cessé de délivrer des cartes-photos d'identité en juillet 2009, mais celles délivrées avant cette date demeurent valides.

SOUTIEN COMMUNAUTAIRE

- La Société a continué de soutenir la stratégie pour le centre-ville de Thompson, qui vise le traitement des questions liées à l'alcool dans la ville. La Société a également maintenu son soutien financier au programme de cueillette des bouteilles de sherry à Thompson et Le Pas.
- La Société a soutenu également diverses initiatives qui visent des questions liées à l'alcool et a participé à divers comités actifs dans le secteur, tels que le Non-Potable Abuse Committee, le comité de la Semaine manitobaine de sensibilisation aux dépendances et l'Association du ZAC du centre-ville de Winnipeg.

SERVICE DES LICENCES ET DES INSPECTIONS

- La Société a continué d'équilibrer l'éducation et l'application de la loi afin de veiller à ce que tous respectent la *Loi sur la réglementation des alcools*. Le Service des inspections a établi un programme d'inspections axé sur les risques qui repose sur le genre de licence des établissements et leurs antécédents d'exploitation. Les établissements où la vente de

boissons alcoolisées est l'activité principale, tels que les débits de boisson, les cabarets, les vendeurs de bière et les bars-salons, font l'objet d'inspections plus fréquentes que les établissements où le service des aliments est la principale activité commerciale.

- La Société a continué de recommander des mesures disciplinaires progressives pour les titulaires de licence ou de permis et les exploitants de salle de banquet qui continuent de violer les dispositions de la *Loi sur la réglementation des alcools* et de ses règlements d'application.

Nombre d'inspections :

Établissements visés par une licence	Cible : 25 500	Nombre réel : 25 867
Événements visé par un permis de vente	Cible : 20 %	Pourcentage réel : 22,8 %
Pourcentage des inspections sans violation	Cible : 97 %	Pourcentage réel : 97 %

Nombre de séminaires éducatifs :

Établissements visés par une licence	Cible : 125	Actual : 180*
Salles de banquet et titulaires de permis	Cible : 75	Actual : 69

* Des séminaires additionnels ont eu lieu pour discuter des infractions à la Loi sur la réglementation des alcools.

RAPPORT GIESBRECHT

- En décembre 2009, la juge Linda Giesbrecht a publié un rapport d'enquête sur le décès de Russell Cook aux termes de la Loi sur les enquêtes médico-légales. M. Cook est décédé après avoir été immobilisé et retenu par le personnel d'un hôtel en octobre 2006. Le rapport d'enquête contenait deux recommandations particulières pour la Société des alcools. En réponse aux recommandations, la Société a modifié le manuel du programme It's Good Business sur le service responsable des boissons alcoolisées pour inclure des renseignements de base sur la contention et les dangers liés à la contention des personnes. La Société a également consulté des représentants de l'industrie et des intervenants en vue de préciser des mesures et des possibilités additionnelles d'expansion des initiatives liées à la sécurité dans les établissements autorisés. Cette activité a été réalisée en créant un groupe de travail qui regroupait un échantillon représentatif d'intervenants et de partenaires de l'industrie. La Société s'attend à mettre en œuvre diverses initiatives d'amélioration de la sécurité au cours de l'exercice 2010-2011.

VÉRIFICATION DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE

La Société a eu recours à des acheteurs professionnels pour visiter les magasins d'alcools et leur attribuer une cote en fonction de la fréquence de vérification des cartes-photos d'identité pour l'âge des clients.

Vérifications de la responsabilité sociale

Cible :	cote de 100 % par magasin
Chiffres réels :	cote générale de 94 %*

* Des mesures correctives ont été adoptées pour améliorer la cote par le biais d'une formation additionnelle.

VÉRIFICATIONS ET REFUS DE SERVICE

- En plus de vérifier les preuves d'âge des clients, les employés des magasins d'alcools ont refusé de servir les personnes mineures et les clients intoxiqués.

	2009-2010	2008-2009
Demandes de preuves d'âge	311 143	294 907
Refus de service - personnes mineures	14 430	14 432
Refus de service - personnes intoxiquées	11 939	9 496

MODIFICATIONS LÉGISLATIVES

LOI SUR LA RÉGLEMENTATION DES ALCOOLS

- Aucune modification n'a été apportée à la Loi en 2009-2010.

RÈGLEMENTS

- Le Règlement du Manitoba n° 117/89 (*Liquor Control Photo-Identification Cards Regulation*) a été abrogé par le Règlement n° 103/2009, qui a été enregistré le 23 juin 2009.
- Le Règlement du Manitoba n° 200/94 (*Liquor Control (Miscellaneous Provisions) Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 165/2009, qui est devenu loi le 17 octobre 2009. Le nouveau règlement autorise les exploitants de magasins de vins de spécialité et leur personnel à distribuer des échantillons dans leurs magasins.
- Le Règlement du Manitoba n° 57/95 (*Payment for Liquor Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 166/2009, qui est devenu loi le 17 octobre 2009. Le nouveau règlement autorise la Société des alcools à accepter les coupons-rabais et les bons-cadeaux à titre de moyens de paiement pour les boissons alcoolisées.
- Le Règlement du Manitoba n° 177/94 (*Liquor Licensing Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 167/2009, qui est devenu loi le 17 octobre 2009. Le nouveau règlement supprime l'exigence pour le titulaire de licence qui possède un certificat d'enregistrement d'hôtel et une licence pour débit de boissons d'exploiter une salle à manger pendant des heures déterminées lorsque le débit de boissons est ouvert et exige que l'exploitant d'un débit de boissons propose au moins deux aliments chauds à sa clientèle.
- Le Règlement du Manitoba n° 48/99 (*Règlement sur les droits établis par la Société des alcools*) a été modifié par le Règlement n° 217/2009, qui est devenu loi le 1er février 2010. Le nouveau règlement autorise la restructuration des droits pour les permis exceptionnels et l'élimination des droits additionnels.

NOMBRE D'ENREGISTREMENT D'HÔTEL ET DE LICENCES

Genre de licence	2006	2007	2008	2009	2010
Enregistrement d'hôtel	318	312	300	301	302
Dé taillant	292	289	275	277	273
Dé bit de boissons	267	262	252	249	249
Salle à manger	1 148	1 143	1 132	1 116	1 125
Transport	11	9	8	8	7
Bar-salon	475	471	483	412	403
Cabaret	26	26	29	30	29
Activités de spectateurs	40	42	44	45	45
Club privé	262	260	252	252	249
Cantine	15	15	15	15	13
Établissement sportif	152	147	151	142	144
Fabricant	21	22	22	20	17
Totals	3 027	2 998	2 963	2 867	2 856

INSPECTIONS, ENQUÊTES ET SÉMINAIRES DE FORMATION

	2006	2007	2008	2009	2010
ÉTABLISSEMENTS AUTORISÉS					
Visites des inspecteurs	23 775	25 097	26 110	27 112	25 867
Demandes de service par des titulaires de licence	942	1 171	997	1 069	1 144
Inspections finales	234	246	259	256	224
Demandes de licence	146	143	153	109	126
Séances de formation des titulaires de licence	111	146	100	174	180
Total	25 208	26 803	27 619	28 720	27 541
PERMIS EXCEPTIONNELS					
Inspections pendant des événements	1 664	1 783	1 582	1 501	1 471
Enquêtes avant la délivrance d'un permis	1 617	1 844	1 838	2 111	2 626
Séances de formation des propriétaires de salle, des titulaires de permis et du public	88	73	56	76	69
Inspection des nouvelles salles de banquet	191	241	236	233	287
Total	3 560	3 941	3 712	3 921	4 453
ENQUÊTES PUBLIQUES					
Cartes-photos d'identité	593	593	880	1 151	277*
Plaintes du public	382	309	384	313	360
Total	975	902	1 264	1 464	637*

* Le programme de cartes-photos d'identité de la Société des alcools a pris fin le 29 juin 2009.

MESURES DISCIPLINAIRES RECOMMANDÉES

	2006	2007	2008	2009	2010
TITULAIRES DE LICENCE					
Mesures administratives					
– Lettres d’avertissement	214	259	248	273	250
– Réunions avec le directeur du Service des inspections	14	41	40	44	41
Total	228	300	288	317	291
COMMISSION DES LICENCES					
– Audiences disciplinaires	33	49	29	29	44
– Auditions d’appel	8	11	1	5	9
MESURES ADOPTÉES PAR LA COMMISSION					
– Avertissements	4	3	3	5	7
– Suspensions	26	42	25	21	34
– Annulations	2	1	0	1	1
– Amendes	–	–	–	2	7
– Autres	2	4	2	0*	1
Total	34	50	30	29	50
Nombre total de jours de suspension imposés	67	106	70	38	91
Montant total des amendes imposées	–	–	–	7 500 \$*	11 150 \$

* Deux mesures « autres » ont été transférées à la nouvelle catégorie « amendes » et le montant a été indiqué.

Nota. Le nombre de mesures adoptées par la Commission peut ne pas être égal au nombre d’audiences en raison du report de certains appels au prochain exercice ou de l’adoption de plus d’une mesure lors d’une audience. Le nombre de jours de suspension imposés par la Commission peut ne pas être égal au nombre de jours réels en raison des appels en instance.

TITULAIRES DE PERMIS EXCEPTIONNELS ET PROPRIÉTAIRES DE SALLE

Mesures administratives					
– Avertissements	13	6	6	4	5
– Suspensions des privilèges	2	1	1	8	7
Total	15	7	7	12	12

Les infractions à la *Loi sur la réglementation des alcools* font l’objet d’un processus de mesures disciplinaires progressives :

- Mise en garde — Habituellement donnée lorsqu’il n’y a aucun dossier d’exploitation antérieur (comprend l’éducation des titulaires de licence au sujet de l’infraction).
- Lettre d’avertissement — Habituellement envoyée lorsqu’il y a un dossier d’exploitation et que l’infraction est mineure.
- Réunion avec le directeur du Service des inspections — Pour discuter des solutions au problème de l’infraction.
- Audiences de la Commission des licences — Habituellement imposées en cas d’infractions majeures. Les appels sont entendus par le Conseil des commissaires.

Les mesures disciplinaires font partie du dossier d’exploitation du titulaire de licence. Les infractions à la *Loi sur la réglementation des alcools* commises par les exploitants de salle de banquet et les titulaires de permis exceptionnels sont normalement traitées par les administrateurs de la Commission des licences.

NOMBRE DE PERMIS EXCEPTIONNELS DÉLIVRÉS

	2006	2007	2008	2009	2010
Permis de vente	7 102	7 020	6 796	6 607	6 473
Permis de distribution gratuite	4 360	4 316	4 443	4 290	4 289
Total	11 462	11 336	11 239	10 897	10 762

But

Offrir un service de qualité élevée à nos clients commerciaux et de détail.

Objectifs

1. Améliorer le service auprès des clients de détail en continuant de hausser les niveaux de service à la clientèle afin de répondre aux attentes accrues des clients.
2. Améliorer le service auprès des clients commerciaux en continuant de hausser les niveaux de service à la clientèle afin de répondre aux attentes accrues des clients.



SERVICE À LA CLIENTÈLE

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

Élément mesuré	Cible	Cote réelle
Cote de satisfaction du service offert par les magasins d'alcools	90 %	90 %

AMÉLIORATIONS APPORTÉES AU SERVICE À LA CLIENTÈLE

- En février 2010, la Société a amélioré le processus d'obtention des permis exceptionnels en simplifiant le barème des droits et en éliminant les droits additionnels qui s'appliquent aux permis exceptionnels. La modification a simplifié le système des droits pour les clients et a permis de libérer du temps pour le personnel des magasins d'alcools afin qu'il puisse mieux servir les clients.

AMÉNAGEMENT DES MAGASINS D'ALCOOLS

- La Société s'est engagée à offrir une expérience d'achat pratique et moderne à ses clients et a mis en œuvre un programme continu de rénovation et de modernisation de ses magasins d'alcools. En 2009-2010, les magasins d'alcools de Winnipeg suivants ont été rénovés pour correspondre aux normes de conception courantes :
 - Le magasin du centre **Tyndall Market** a déménagé du centre commercial à un nouvel immeuble de 7 070 pieds carrés construit par le locateur dans le coin sud-est du terrain du centre commercial.
 - Le magasin du centre commercial **Crestview** a été agrandi d'une superficie de 3 000 pieds carrés et rénové pour correspondre aux normes courantes.
 - En 2009-2010, on a entrepris la rénovation du magasin du centre commercial **Eastwinds** pour l'agrandir d'une superficie de 3 150 pieds carrés. Les travaux seront parachevés au cours de l'exercice 2010-2011.

SOUTIEN DES CLIENTS COMMERCIAUX

- La Société a procédé à des mises à niveau de son système de commande en ligne ATLAS. Elle a également apporté des améliorations pour répondre aux besoins particuliers des vendeurs de spiritueux.

SOUTIEN COMMUNAUTAIRE

- La Société a continué d'aider les collectivités urbaines et rurales en organisant des festivals du vin en soutien aux organismes communautaires et caritatifs. Ces événements offrent également à la Société la possibilité de rehausser la connaissance de ses produits. L'événement le plus important est le Festival du vin de Winnipeg qui est organisé au bénéfice de Jeux Olympiques spéciaux Manitoba.
- Tout au cours de l'exercice, la Société a soutenu plus d'une centaine d'organismes de bienfaisance actifs dans les secteurs de la santé, des services communautaires, des arts et du sport par le biais de commandites, d'un programme de boîtes de dons dans les magasins et de programmes « Donnez un dollar ».

« UNE SÉLECTION FABULEUSE ET LE PERSONNEL EST TOUJOURS ENTRAÎNANT, AMICAL, ENJOUÉ ET COMPÉTENT. »

—CLIENT D'UN MAGASIN D'ALCOOLS

FORMATION SUR LES PRODUITS

- Les ambassadeurs de produits ont offert 53 cours publics et privés sur les produits à plus de 1 200 participants à Winnipeg et dans les zones environnantes. Huit cours ont été offerts à Brandon. Les cours comprenaient des séances de formation à l'intention des conseillers en produits et du personnel des magasins d'alcools et des vendeurs d'alcools, ainsi que des séances sur l'assortiment des produits alcoolisés aux aliments à l'intention du grand public.

RÉPERTOIRE DES PRODUITS DE LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS

- L'offre du bon produit à un bon prix et au bon moment est une des clés de la réussite de la Société en matière de service à la clientèle.

Répertoire des produits au 31 mars 2010

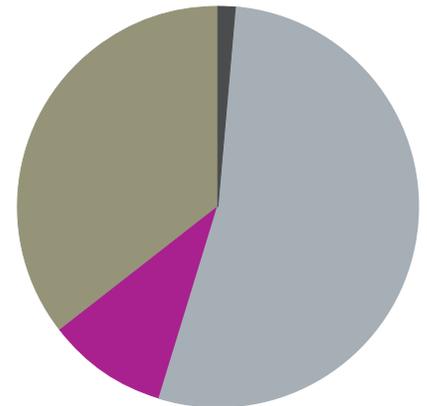
Spiritueux	Liste générale – 532	Liste des spécialités – 371
Vins	Liste générale – 1 183	Liste des spécialités – 1 363
Bières	Distribuées par la Société – 120	Distribuées par les vendeurs privés – 443
Boissons rafraîchissantes (panachés et cidres)	Liste générale – 87	

TOTAL DES PRODUITS

ACTIFS : 4 099

Nota. Les produits de la liste générale représentent habituellement des produits ayant un volume des ventes important. Les produits de la liste des spécialités affichent un volume des ventes plus faible. Il s'agit de produits uniques qui complètent l'assortiment général des produits de la Société.

POINTS DE VENTE AU DÉTAIL

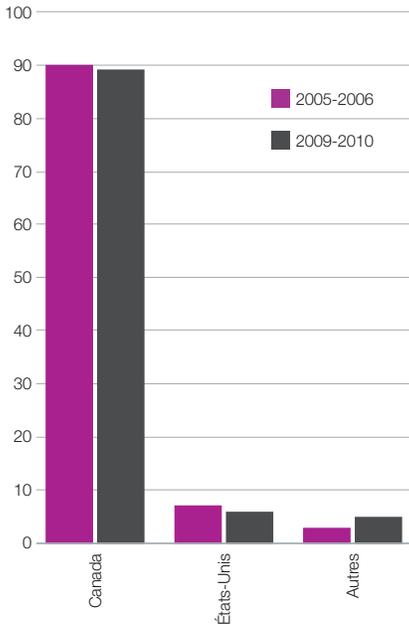


Vendeurs d'alcools privés et boutiques hors taxes	180
Magasins de vins de spécialité	8
Vendeurs de bière privés	271
Magasins d'alcools de la Société des alcools	50

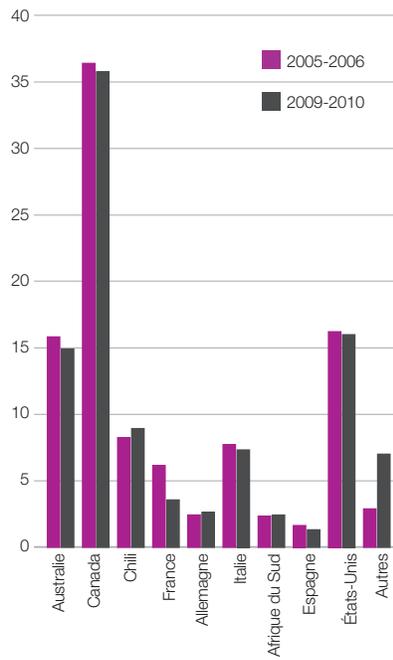
FESTIVALS DU VIN ET DÉGUSTATIONS

COLLECTIVITÉS	MONTANTS RECUEILLIS	RÉCIPIENDAIRES
Brandon (Westman Wine Festival)	9 455 \$	Club Rotary de Brandon (Elspeth Reid Family Resource Centre)
Dauphin	8 069 \$	Dauphin Rotary Club
Lac du Bonnet	2 407 \$	Club Lions de Lac du Bonnet et Lac du Bonnet Foundation
Pine Falls	3 075 \$	Programme de déjeuners Wings of Power
Portage la Prairie (avril 2009)	4 216 \$	Centre William Glesby
Portage la Prairie (mars 2010)	4 539 \$	Centre William Glesby
Roblin	2 818 \$	Life & Art Centre
Russell	2 348 \$	Commission des loisirs de Russell
Swan River	1 618 \$	Swan River Ladies Curling Club
The Pas	4 512 \$	The Pas Health Complex Foundation Inc.
Thompson	4 121 \$	Thompson Community Foundation
Winnipeg	45 490 \$	Flatlander's Beer Festival en soutien à la Manitoba Moose Yearling Foundation
	273 000 \$	Festival du vin de Winnipeg en soutien à Jeux Olympiques spéciaux Manitoba

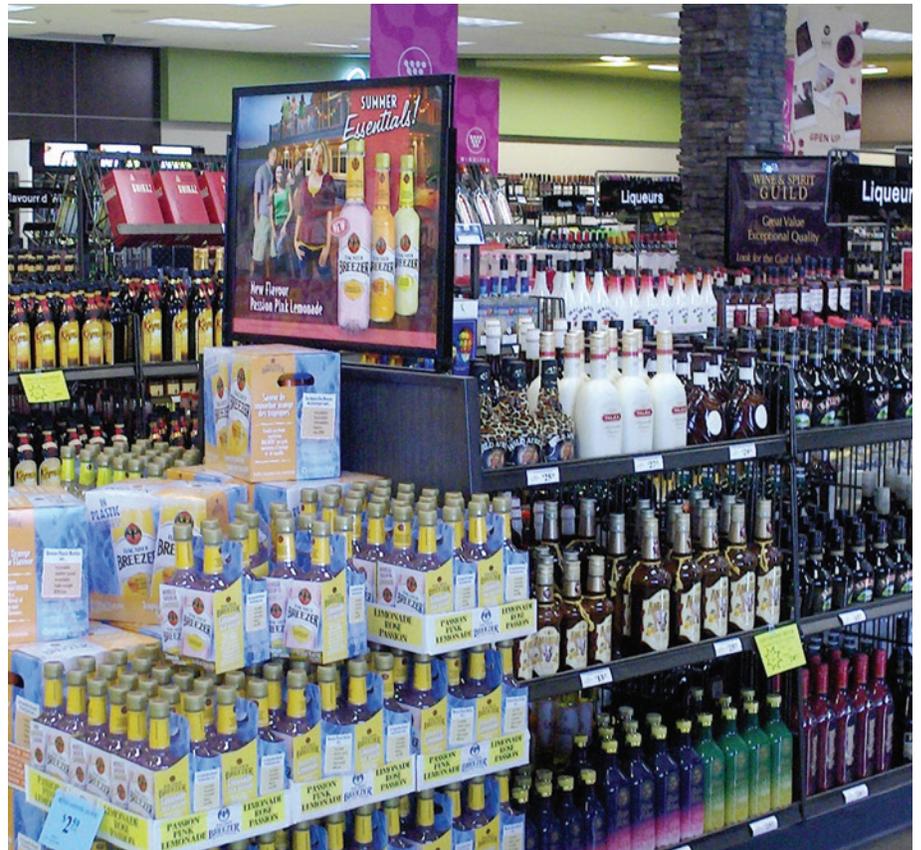
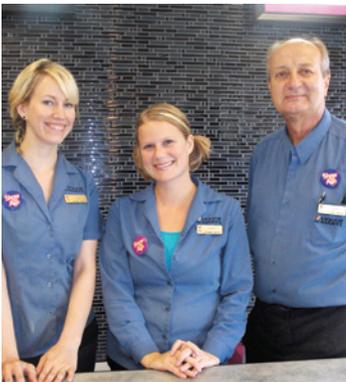
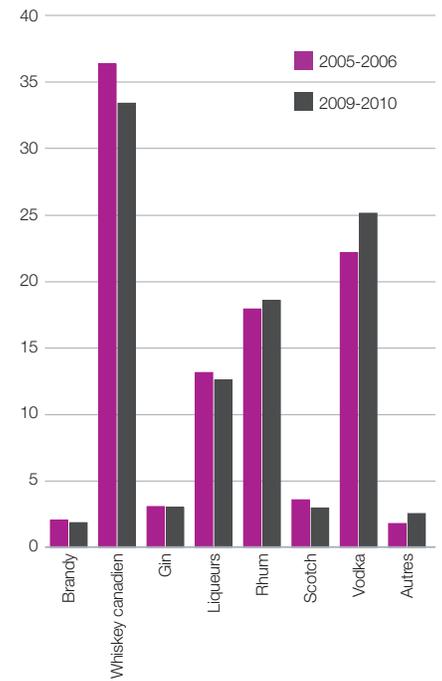
VENTES DE BIÈRE SELON LE PAYS
(2005-2006 et 2009-2010)



VENTES DE VIN SELON LE PAYS
(2005-2006 et 2009-2010)



VENTES DE SPIRITUEUX SELON LE GENRE
(2005-2006 et 2009-2010)



EFFICACITÉ COMMERCIALE

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

Élément mesuré	Cible	Dépenses réelles
Dépenses administratives	73 100 000 \$	70 700 000 \$

Nota. Les dépenses ont été inférieures de 2,4 millions de dollars, ou 3,3 %, au montant prévu au budget en raison du contrôle des coûts et du report de divers projets.

PRODUCTIVITÉ ET RAPPORT COÛT-EFFICACITÉ

La Société examine sur une base annuelle la productivité et le rapport coût-efficacité de ses stratégies afin de déterminer le moyen le plus efficace de gérer les stocks dans les magasins d'alcools et au Centre de distribution. Des cibles de productivité sont établies pour les magasins d'alcools et le Centre de distribution.

MAGASINS D'ALCOOLS

Élément mesuré	Cible	Résultat
Productivité (unités par heure travaillée)	Winnipeg : 35	34,5
	Rural : 31	30,9

CENTRE DE DISTRIBUTION

Éléments mesurés	Cible	Résultat
Nombre de caisses manipulées par heure travaillée	28,6	28,9
Rotation des stocks (moyenne mobile sur 12 mois)	7,5	6,9

Nota. La rotation des stocks est inférieure à la cible en raison de l'arrivée de produits d'importation plus tôt qu'ils avaient été demandés aux fournisseurs d'outre-mer, de l'achat de produits additionnels pour composer avec une grève à CN Rail et de l'arrivée de produits vers la fin mars pour répondre à la demande de la période de Pâques, qui est tombée au début d'avril.

PROJET DE TERMINAUX DE POINT DE VENTE (CHEERS)

- La Société a installé de nouveaux logiciels et matériels pour les terminaux de point de vente dans tous les magasins d'alcools. Le nouveau système permet la vente et le remboursement des nouveaux bons-cadeaux et possède une fonction de vérification des ventes qui assure la saisie, la consolidation et la vérification des données de vente des magasins d'alcools.

But

Gérer les processus et les systèmes d'une manière efficace et économique.

Objectifs

- Proposer des programmes qui démontrent de façon constante que la Société des alcools du Manitoba est un chef de file des régies d'alcool du Canada et des sociétés d'État du Manitoba.
- Agir comme une entreprise socialement responsable en veillant à ce que les actions de la Société visent le bien-être social, économique et environnemental des collectivités dans lesquelles cette dernière est présente.



NOUS SOMMES UNE ENTREPRISE QUI AGIT DE MANIÈRE EFFICACE.

COMMANDITES

Au cours de l'exercice, la Société a soutenu des centaines d'organismes communautaires et caritatifs, ainsi que des groupes artistiques et sportifs, par le biais de commandites, de dons pour les encans silencieux et d'activités de collecte de fonds dans les magasins. En 2009-2010, elle a soutenu les organismes suivants :

- Brandon Wheat Kings
- Centraide
- Centre des sciences de la santé
- Clinique Mount Carmel
- Collège communautaire Assiniboine
- Concordia Hospital Foundation
- Dauphin Countryfest
- Festival d'hiver du lieutenant-gouverneur
- Festival du Voyageur
- Folklorama
- Fondation canadienne du foie (Manitoba)
- Jeux Olympiques spéciaux Manitoba
- Manitoba Moose
- Manitoba Schizophrenia Society
- Manitoba Stampede
- Musée des beaux-arts de Winnipeg
- Musée du Manitoba
- Osborne House
- Riverview Health Centre
- Royal Winnipeg Ballet
- Seven Oaks General Hospital
- Société Alzheimer
- Victoria General Hospital
- Winnipeg Blue Bombers
- Winnipeg Folk Festival
- Winnipeg Fringe Festival
- Winnipeg Goldeyes
- Winnipeg Symphony Orchestra

En contribution aux efforts de secours aux sinistrés déployés après le tremblement de terre à Haïti, la Société a aidé la Croix-Rouge à recueillir en janvier 2010 un montant de 106 000 \$ en dons des clients des magasins d'alcools. Le montant comprenait un don de 20 000 \$ de la Société.

En février 2010, les magasins d'alcools ont participé une seconde fois à la campagne du Mois du cœur. Ils ont permis à la Fondation des maladies du cœur de recueillir 60 000 \$ en dons des clients et des employés.

PROJET DE GESTION DES DOCUMENTS

- Afin de se conformer aux mesures législatives provinciales et fédérales en matière de tenue des dossiers, la Société a entrepris en 2008 un projet d'amélioration de la gestion des dossiers électroniques. L'implémentation des logiciels a débuté en 2009-2010 dans le Service des achats, sous forme de projet pilote. Les résultats ont offert une rétroaction et participé à la préparation de la mise en œuvre du projet dans l'ensemble de l'organisation.

PLANIFICATION D'URGENCE

- La Société a procédé à un essai du plan de reprise après sinistre et de l'unité de reprise en catastrophe afin de s'assurer qu'elle est en mesure d'offrir des services à ses clients en cas de sinistre au siège social. De plus, la Société a élaboré un plan d'urgence en cas de grippe pandémique afin de s'assurer qu'elle pourra maintenir ses activités.

CONFORMITÉ AVEC L'INDUSTRIE DES CARTES DE PAIEMENT

- À titre de commerçant qui offre des services de paiement par carte, la Société s'est engagée à assurer la protection des données des titulaires de carte en adoptant un programme axé sur le maintien de la conformité avec les normes de sécurité des données préconisées par l'industrie des cartes de paiement. C'est pourquoi la Société remplit les questionnaires d'auto-évaluation exigés par l'industrie et procède à des balayages trimestriels de son réseau, conformément aux exigences relatives au volume des transactions traitées annuellement par la Société.

GESTION DES RISQUES DE L'ENTREPRISE

- La Société a mis en œuvre et parachevé un projet pilote de l'initiative de gestion des risques de l'entreprise. Toutefois, les plans de mise en œuvre du projet dans l'ensemble de l'organisation ont été reportés en raison de priorités conflictuelles.

VÉRIFICATION INTERNE

- La Société continue de surveiller ses activités opérationnelles internes, ainsi que les activités de ses partenaires commerciaux. Elle collabore avec ses partenaires commerciaux pour traiter et résoudre les problèmes découverts au cours du processus de vérification.

DÉVELOPPEMENT DURABLE

La Société maintient son engagement à soutenir les activités qui favorisent le développement durable et réduisent les émissions de gaz à effet de serre. Aux termes de son Plan d'action pour le développement durable, les activités suivantes ont eu lieu en 2009-2010.

GESTION DES DÉCHETS

- Mise en œuvre d'un programme de recyclage dans tous les magasins d'alcools de Winnipeg et dans la plupart des magasins des régions rurales, là où les installations de recyclage existent.
- Élimination de la vente d'eau potable en bouteille au siège social.
- Mise en œuvre d'un programme de compostage au siège social.
- Mise au recyclage de tous les déchets électroniques, ampoules électriques et piles.
- Réglage implicite de toutes les imprimantes à l'impression recto verso.

APPROVISIONNEMENT

- Adoption d'appareils à fonctions multiples homologués Energy Star® pour réduire le nombre de photocopieuses et d'imprimantes.

- Inclusion dans les critères d'évaluation des vendeurs les initiatives de développement durable mises en œuvre par les entreprises qui répondent aux demandes de proposition.
- Inclusion dans les critères des demandes de proposition pour des biens et services d'éléments tels que des emballages réduits ou réutilisables, les projets de transport durable et l'achat de marchandises dont la fabrication tient compte de l'efficacité, du contenu recyclable, des certifications vérifiables et de la composition des produits.

BÂTIMENT ÉCOLOGIQUE

- Utilisation d'une peinture à faible teneur en composés organiques volatils (COV) dans tous les immeubles.
- Installation de toilettes à double chasse et d'autres appareils économiseurs d'eau.
- Installation d'un éclairage éconergétique à lampes T5.
- Mise en œuvre au siège social d'un projet pilote de sèche-mains conformes aux normes LEED.

SENSIBILISATION À L'ENVIRONNEMENT

- Participation au programme Ma Planète^{MC} AIR MILES[®] afin d'encourager les clients à faire des choix durables sur le plan de l'environnement.
- Participation au Défi Transport, plantation d'arbres avec Diageo et présentation d'activités lors du Jour de la Terre.
- Publication d'un bulletin d'information trimestriel, appelé Green Scene, qui informe les employés des projets de développement durable de la Société.
- Création d'une zone dans le réseau intranet des employés pour des conseils sur une vie plus soucieuse de l'environnement.

PRIX D'EXCELLENCE

La Société a reçu le Prix d'excellence du Manitoba pour la durabilité 2009 pour ses mesures en matière de changement climatique et d'efficacité énergétique.



La Société a reçu le Prix d'excellence du Manitoba pour la durabilité 2009 pour ses mesures en matière de changement climatique et d'efficacité énergétique g. à dr.: Steve Hilton, Directeur, Centre de distribution; Dale Heichert, Superviseur, Entretien; Roman Zubach, Vice-président, Ressources humaines et administration; Brian Schinkel, Directeur, Prévention des sinistres et installations, Kelsey McCupsey, Coordinatrice du développement durable; Chris Calvert, Superviseur, Centre de distribution et Kyle Sichewski, Directeur, Approvisionnements et administration.

But

Établir un milieu de travail juste et équitable qui soit stimulant, varié et inclusif.

Objectifs

1. Promouvoir une culture d'inclusion qui favorise la participation de tous les membres du personnel.
2. S'assurer d'un personnel et d'une équipe de gestion compétents, souples et capables d'assumer de nouvelles responsabilités.
3. Établir un milieu de travail qui permet aux employés d'assumer leurs responsabilités et d'atteindre les objectifs de la Société.



QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

Élément mesuré	Cible	Données réelles
Engagement des employés	85 %	92 %
Nombre d'Autochtones et de membres des minorités visibles embauchés ou promus	7	18 Autochtones embauchés 6 membres des minorités visibles

FAIRE CONNAÎTRE LE PLAN STRATÉGIQUE

- Au cours du premier trimestre de l'exercice, les gestionnaires ont rencontré les employés pour recueillir leurs idées et leur apport au plan stratégique de 2010-2011 à 2012-2013. Des suggestions ont été soumises par les gestionnaires à la conférence des gestionnaires, puis elles ont été priorisées et soumises à l'équipe de direction supérieure à des fins de discussion avec le Conseil des commissaires. Après l'établissement de la version finale du plan par le Conseil et la direction supérieure, on a élaboré une stratégie de communication préliminaire pour faire connaître le nouveau plan triennal à tous les employés. Une réunion de tous les gestionnaires aura lieu au début de l'exercice 2010-2011 pour examiner la stratégie et le plan.

DIVERSITÉ

- La Société a continué de soutenir la diversité dans le milieu de travail en dépassant sa cible de recrutement et de promotion des employés autochtones et des membres des minorités visibles.

FORMATION

- La Société continue de se concentrer sur la formation pour veiller à ce que les employés aient les compétences et l'expérience nécessaires pour combler les attentes des clients et composer avec les modifications des responsabilités inhérentes à leurs postes. Pour aider les employés à gérer leurs besoins de formation, la Société a choisi un système de gestion de l'apprentissage pour automatiser l'administration de la formation, ainsi que du développement et de la prestation de la formation en ligne.

Les cours de formation suivants ont été offerts au cours de l'exercice :

- cours sur les produits pour un certificat supérieur et cours de connaissance de base sur le vin offerts aux employés du siège social et aux commis de détail;
- formation à l'intervention non violente en situation d'urgence;
- acquisition de compétences en gestion des relations interpersonnelles;
- rédaction de textes administratifs;
- formation en logiciel Outlook;
- formation en logiciel Employee Appraiser;
- sécurité du dos;
- programme Travailler efficacement;
- séminaires des fournisseurs au personnel de vente au détail et aux ambassadeurs de produits.

**NOTRE MILIEU DE TRAVAIL EST SÉCURITAIRE,
STIMULANT ET INCLUSIF.**

PRIX DE RECONNAISSANCE

- En 2009-2010, pour la quatrième année consécutive, la Société a été nommée un des vingt-cinq meilleurs employeurs au Manitoba.

SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE

- Diverses initiatives en matière de mieux-être ont été lancées en 2009-2010, y compris une journée du mieux-être, qui proposait des goûters-santé et un échange de recettes, ainsi que des conférences sur la nutrition, la prévention des blessures, la sécurité-incendie et la tension artérielle. Pour s'encourager à atteindre leurs objectifs de vie saine, les employés ont participé à un projet de perte de poids du genre « The Biggest Loser » (Le Grand Perdant). Tout au cours de l'exercice, le comité du mieux-être a offert de l'information sur divers sujets relatifs à la santé, y compris le diabète, le yoga, les étirements au bureau et les exigences relatives au temps de sommeil minimal.

ANALYSE DES RISQUES PROFESSIONNELS

- La Société a procédé à des inspections de sécurité dans 25 magasins d'alcools et à des évaluations des risques professionnels dans le Service d'entretien et le Service des inspections. On a élaboré des plans d'action pour aborder les questions en litige et on a procédé à une réévaluation dans le Service d'entretien pour veiller à ce que des procédures de sécurité au travail soient en place. Pour améliorer la sécurité des employés, des appareils GPS ont été distribués aux inspecteurs.

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DU LEADERSHIP

- Plusieurs séances de formation ont été offertes dans le cadre d'un programme pilote de développement du leadership à l'intention

des cadres intermédiaires. Les séances ont porté sur l'éthique, les connaissances financières pour les gestionnaires non financiers, la réflexion stratégique et la résolution des conflits.

PRIX DE DISTINCTION

- Les prix de distinction ont été créés en 2008-2009 pour reconnaître les contributions exceptionnelles des employés à la Société et à la collectivité dans plusieurs catégories telles que le service communautaire, l'innovation en affaires et l'excellence du leadership et du service à la clientèle. Les prix comprennent aussi une catégorie « réalisation suprême » pour reconnaître les réalisations professionnelles et personnelles. En 2009-2010, la Société a reconnu trois employés pour leur travail communautaire et l'excellence de leur service à la clientèle.

PROGRAMME DE BOURSES D'ÉTUDES

- En 2009-2010, la Société a accordé quatre bourses d'études universitaires.

INSTALLATIONS

- Les travaux de rénovation de la cafétéria et du siège social ont été parachevés et on a établi les plans des travaux de rénovation du rez-de-chaussée, qui seront effectués en 2010-2011.

CONVENTION COLLECTIVE

- La Société a négocié et conclu une nouvelle convention collective d'une durée de quatre ans avec ses employés syndiqués.

DIVULGATEURS D'ACTES RÉPRÉHENSIBLES

- La Société n'a aucune divulgation à signaler pour l'exercice 2009-2010.



GAGNANTS DES PRIX DE DISTINCTION DE L'EXERCICE 2009-2010

g. à dr. : Ian Cheung, Prix du service communautaire; Lorelei Andrushuk, Prix du service communautaire; Art Arpin, Prix d'excellence du service communautaire

MANAGEMENT REPORT

MARCH 31, 2010

The accompanying financial statements are the responsibility of Management and have been prepared in accordance with the accounting policies disclosed in Note 2. In Management's opinion, the financial statements have been properly prepared and of necessity, include some amounts based upon Management's best estimates and judgements.

As Management is responsible for the integrity of the financial statements, Management has established systems of internal control to provide assurance that assets are properly accounted for and safeguarded from loss.



KEN HILDAHL
President & Chief Executive Officer



INGRID LOEWEN
Chief Financial Officer

AUDITORS' REPORT

To the Board of Commissioners of
The Liquor Control Commission

We have audited the balance sheet of **The Liquor Control Commission** [an Agency of the Government of the Province of Manitoba] as at March 31, 2010 and the statements of income and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of The Liquor Control Commission's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of **The Liquor Control Commission** as at March 31, 2010 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.



Chartered Accountants

Winnipeg, Canada
May 17, 2010



BALANCE SHEET [in thousands of dollars]

As at March 31

	2010 \$	2009 \$
ASSETS		
Current		
Cash and cash equivalents	9 190	9 273
Accounts receivable	20 726	22 066
Inventory [note 6]	35 690	35 779
Prepaid expenses	1 256	944
Total current assets	66 862	68 062
Cash [restricted] [notes 11 and 12]	46 360	46 284
Property and equipment, net [note 9]	25 937	24 083
Intangible assets [notes 3 and 10]	3 403	3 068
	142 562	141 497
LIABILITIES		
Current		
Accounts payable – trade and other	34 759	41 601
Goods and Services Tax payable	1 096	994
Manitoba Retail Sales Tax payable	1 471	1 381
Net profit payable to the Province of Manitoba	47 777	42 563
Environmental Protection Tax payable	141	133
Deferred licence fees	327	292
Total current liabilities	85 571	86 964
Provision for employee pension benefits [note 11]	53 318	51 213
Provision for retirement allowances [note 12]	3 673	3 320
	142 562	141 497

See accompanying notes

On behalf of the Commission:



Chair of the Board



Chair of the Audit Committee



President and Chief Executive Officer



Chief Financial Officer

STATEMENT OF INCOME [in thousands of dollars]

Year Ended March 31

	2010 \$	2009 \$
Sales [schedule]	610 515	583 763
Cost of sales [schedule]	310 916	295 522
Gross profit [schedule]	299 599	288 241
Other income [note 7]	4 752	4 591
	304 351	292 832
General and administrative expenses [note 8]	66 913	60 355
Depreciation	3 761	3 313
Net profit paid or payable to the Province of Manitoba	233 677	229 164

See accompanying notes

STATEMENT OF CASH FLOWS [in thousands of dollars]

Year Ended March 31

	2010 \$	2009 \$
OPERATING ACTIVITIES		
Cash receipts		
Sales – spirits, wine, coolers/ciders and beer	611 760	582 252
Annual and supplementary licence fees and other	4 887	6 130
Goods and Services Tax	30 945	29 653
Manitoba Retail Sales Tax	20 903	19 619
Manitoba Waste Reduction and Prevention Levy	494	490
Environmental Protection Tax	2 010	1 983
	670 999	640 127
Cash disbursements		
Purchases – merchandise, federal duty, excise and sales taxes, etc.	317 144	292 639
General and administrative expenses	65 138	61 440
Goods and Services Tax	30 844	29 687
Manitoba Retail Sales Tax	20 813	19 636
Manitoba Waste Reduction and Prevention Levy	492	491
Environmental Protection Tax	2 002	1 985
	436 433	405 878
Net cash available from operating activities	234 566	234 249
INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of property and equipment	(6 185)	(7 258)
Net cash available for transfer	228 381	226 991
TRANSFERS TO PROVINCE OF MANITOBA		
Current year's net profit	185 900	186 601
Prior year's net profit	42 564	41 141
	228 464	227 742
Net decrease in cash and cash equivalents during the year	(83)	(751)
Cash and cash equivalents, beginning of year	9 273	10 024
Cash and cash equivalents, end of year	9 190	9 273

See accompanying notes

SCHEDULE OF SALES, COSTS OF SALES AND GROSS PROFIT [in thousands of dollars]

Year Ended March 31

	Spirits \$	Wine \$	Coolers/ Ciders \$	Beer \$	Total \$
SALES					
Stores	148 054	89 654	13 900	45 806	297 414
Liquor vendors	35 691	9 088	3 802	6 650	55 231
Licensees	19 251	5 098	1 872	218 666	244 887
Specialty wine stores	41	12 858	84	—	12 983
Total sales for 2010	203 037	116 698	19 658	271 122	610 515
Total sales for 2009	198 016	112 224	18 786	254 737	583 763
COST OF SALES					
Total cost of sales for 2010	80 491	53 735	8 882	167 808	310 916
Total cost of sales for 2009	78 550	51 568	8 832	156 572	295 522
Gross profit for 2010	122 546	62 963	10 776	103 314	299 599
Gross profit for 2009	119 466	60 656	9 954	98 165	288 241

See accompanying notes

NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS [in thousands of dollars]

MARCH 31, 2010

1. NATURE OF ORGANIZATION

The Liquor Control Commission [the "MLCC"] was formed in 1923 as an agency of the Government of the Province of Manitoba under *The Liquor Control Act*. The MLCC's mandate is to purchase, sell and regulate alcoholic beverages; to determine locations for retail liquor outlets; to licence and regulate facilities used by the consuming public; to provide revenue to the Province of Manitoba from the activities of the MLCC; and to do all such things necessary to effect the provisions of *The Liquor Control Act*.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

[a] Cash and cash equivalents include cash on hand, balances with banks and outstanding electronic fund transactions forwarded to banks.

[b] Cash and cash equivalents [restricted] consist of cash balances held in a trust account which has been advanced by the Province of Manitoba to fund employee pension and retiring allowances benefits.

[c] Accounts receivable include electronic fund transactions to be forwarded to banks after March 31.

[d] Inventories of goods for resale are valued at the lower of average cost and net realizable value.

[e] Revenue is recognized at the time the product is shipped, title passes, the sales price is fixed and determinable, and collectibility is reasonably assured.

[f] Property and equipment are recorded at cost less accumulated depreciation. Depreciation is provided on the declining balance basis at the following annual rates:

Automobiles	30%
Equipment and furnishings.....	20%
Paving	8%

Leasehold improvements are depreciated on a straight-line basis over the remaining term of the lease or a minimum of five years.

Buildings are depreciated on a straight-line basis over 40 years.

[g] Intangible assets are recorded at cost less accumulated amortization. Amortization is provided on the declining balance basis at the following annual rate:

Systems development.....	30%.
--------------------------	------

[h] Substantially all of the employees of the MLCC are eligible for pension benefits based on length of service and average annualized earnings calculated on the best five years prior to retirement, termination, or death that provides the highest earnings. Pension costs, included in salaries, benefits and pension costs, consist of the employer's share of pension benefits paid to retired employees, as well as the increase in unfunded pension liabilities during the fiscal year. This liability is determined actuarially every three years with the balances for the intervening years being determined by formula provided by the actuary as detailed in note 11. Actuarial gains and losses are recognized in income immediately as detailed in note 11.

[i] In preparing the MLCC's financial statements, management is required to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities and the disclosure of contingent assets and liabilities at the date of the financial statements and reported amounts of revenue and expenses during the period. Actual results could differ from these estimates.

[j] The MLCC has classified all financial instruments into one of the following five categories: held for trading, held to maturity investments, available for sale financial assets, loans and receivables and other financial

liabilities. All financial instruments are included on the balance sheet and are measured at fair value with the exception of loans and receivables, held to maturity investments and other financial liabilities, which are measured at amortized cost. Subsequent measurement and recognition of changes in fair value of financial instruments depend on their initial classification. Held for trading financial instruments are measured at fair value and all gains and losses are included in income in the period in which they arise. Available for sale financial instruments are measured at fair value with revaluation gains and losses included in other comprehensive income until the asset or liability is removed from the balance sheet.

3. CHANGES IN ACCOUNTING POLICIES

Effective April 1, 2009, the MLCC prospectively adopted the Canadian Institute of Chartered Accountants ["CICA"] Section 3064, "Goodwill and Intangible Assets", and Section 3862, "Financial Instruments – Disclosures".

Section 3064 establishes standards for the recognition, measurement, presentation and disclosure of goodwill and intangible assets as well as determining when intangible assets can be recognized. The adoption of this standard had no financial impact on the MLCC's financial statements except for the reclassification from property and equipment to intangible assets of \$3,403 [2009 - \$3,068] as detailed in note 10.

Section 3862 enhances disclosure requirements around fair value measurements and the liquidity risk of financial instruments. Specifically, financial instruments recognized at fair value on the balance sheet must be classified in one of the following three fair value hierarchy levels:

Level 1 – measurement based on quoted prices (unadjusted) observed in active markets for identical assets or liabilities.

Level 2 – measurement based on inputs other than quoted prices included in level 1 that are observable for the asset or liability.

Level 3 – measurement based on inputs that are not observable (supported by little or no market activity) for the asset or liability.

The MLCC discloses information surrounding fair value measurement and liquidity risk associated with financial instruments in note 4.

4. FINANCIAL INSTRUMENTS

CREDIT RISK

Accounts receivable are all current at year end and were fully collected subsequent to year end. Therefore no allowance for uncollectible amounts was accrued by management. Accounts receivable are written off when management determines that they cannot be collected or they have been outstanding for greater than 120 days.

LIQUIDITY RISK

Liquidity risk is mitigated by collection terms on accounts receivable being set at less than or equal to the payment terms of accounts payable. All accounts payable are due within 30 days of year end. See note 13 for details of other contractual obligations and their maturities.

FOREIGN CURRENCY RISK

The MLCC is exposed to currency risk through inventory purchase transactions that require settlement in foreign currencies. Exposure to fluctuations in exchange rates is mitigated by the policy of adjusting purchase or selling prices to maintain the profit margin approved by the Board of Commissioners.

FAIR VALUE

The fair value of the MLCC's financial instruments on initial recognition is the transaction price, which is the value of the consideration given or received. At March 31, 2010, the MLCC's only financial asset or liability measured at fair value on a recurring basis was cash totalling \$9,190 which was measured at fair value using Level 1 inputs.

The MLCC has made the following classifications of its financial instruments:

Cash and cash equivalents are classified as held for trading and measured at fair value. The gains or losses arising on the revaluation to fair value at the end of the year are included in net income.

Accounts receivable are classified as loans and receivables and recorded at cost, which upon initial recognition is equal to their fair value. Subsequent measurements are recorded at amortized cost using the effective interest rate method.

Accounts payable, net profit payable to the Province of Manitoba, and other taxes payable are classified as other financial liabilities and are initially measured at their fair value. Subsequent measurements are recorded at amortized cost using the effective interest rate method.

It is management's opinion that the MLCC is not exposed to significant interest rate, currency, liquidity, or credit risks arising from these financial instruments. The fair values of the MLCC's financial instruments approximate their carrying value unless otherwise stated due to the short period between initial recognition and subsequent settlement.

5. CAPITAL DISCLOSURES

The MLCC defines its capital as cash and cash equivalents available for operations. The MLCC's objectives are to have cash resources available for operations, to provide flexibility to take advantage of opportunities that will advance its purposes and to meet its obligation to transfer its net profit to the Province of Manitoba annually. The need for cash is considered in the preparation of an annual budget and in the monitoring of cash flows and actual operating results compared to budget. As at March 31, 2010, the MLCC has met its objective of having sufficient cash resources to meet its current obligations.

6. INVENTORY

Inventory consists of the following:

	2010	2009
	\$	\$
Warehouse	23 802	23 743
Stores	11 888	12 036
	35 690	35 779

The amount of unpaid and unrecorded Customs and Excise duties on owned merchandise held in bond is approximately \$3,948 at March 31, 2010 [2009 – \$3,550].

7. OTHER INCOME

Other income consists of the following:

	2010	2009
	\$	\$
Annual licence fees and licence application fees	1 104	1 105
AIR MILES® revenue	957	927
Advertising revenue – other	791	782
Miscellaneous	689	451
Occasional permit additional fees	471	559
Occasional permit fees	329	229
Administration charges	260	317
Border point fees	125	154
Specialty wine store fees	26	26
Supplementary licence fees	—	41
	4 752	4 591

8. GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

General and administrative expenses consist of the following:

	2010	2009
	\$	\$
Salaries, benefits and pension costs <i>[note 11]</i>	41 541	36 677
Leased premises – rentals <i>[note 13]</i>	6 791	6 374
Maintenance and repairs	3 174	2 692
Bank charges	2 341	1 930
Delivery charges	1 781	1 806
Utilities	1 545	1 453
AIR MILES® program	1 288	1 182
Equipment rentals <i>[note 13]</i>	685	969
Alcohol education	821	792
Printing, postage and supplies	779	723
Miscellaneous	699	701
Protective services	792	682
Grants in lieu of taxes	667	665
Health and Post-Secondary Education Tax levy	699	651
Professional fees	520	600
Staff training	656	552
Advertising and promotions	521	452
Community support	577	442
Travel	391	369
Communications	253	242
Vehicle expenses	199	212
Crown Corporations Council levy	105	97
Product analysis	74	72
Interest – long-term	14	20
	66 913	60 355

9. PROPERTY AND EQUIPMENT

Property and equipment consist of the following:

	2010		
	Cost	Accumulated Depreciation	Net Book Value
	\$	\$	\$
Land	120	—	120
Automobiles	639	386	253
Equipment and furnishings	11 728	5 133	6 595
Paving	496	175	321
Leasehold improvements	11 198	5 543	5 655
Buildings	17 473	4 480	12 993
	41 654	15 717	25 937

	2009		
	Cost	Accumulated Depreciation	Net Book Value
	\$	\$	\$
Land	123	—	123
Automobiles	655	388	267
Equipment and furnishings	10 555	5 530	5 025
Paving	419	152	267
Leasehold improvements	10 337	4 795	5 542
Buildings	16 972	4 113	12 859
	39 061	14 978	24 083

10. INTANGIBLE ASSETS

Intangible assets consist of the following:

	2010		
	Cost	Accumulated Amortization	Net Book Value
	\$	\$	\$
Systems development	12 816	9 413	3 403

	2009		
	Cost	Accumulated Amortization	Net Book Value
	\$	\$	\$
Systems development	12 203	9 135	3 068

11. PROVISION FOR EMPLOYEE PENSION BENEFITS

The MLCC maintains a defined benefit pension plan in accordance with the provisions of *The Civil Service Superannuation Act* administered by the Civil Service Superannuation Board. An actuarial valuation of the provision for employee pension benefits was conducted by Ellement & Ellement Ltd. Consulting Actuaries as of December 31, 2007. The projected unit credit method was used and the liabilities have been extrapolated to March 31, 2010 using a formula provided by the actuary.

	2010 \$	2009 \$
Accrued benefit liability, beginning of year	51 213	51 124
Gain based on 2007 actuarial report	—	(1 956)
Benefits accrued	1 736	1 572
Interest accrued on benefits	3 597	3 453
Benefits paid	(2 762)	(2 658)
Manitoba Finance matching pension contributions	(466)	(322)
Accrued benefit liability, end of year	53 318	51 213
Pension expense	5 333	5 025
Employee contributions	1 667	1 509
Employer contributions	2 762	2 980

The pension expense consists of benefits accrued of \$1,736 [2009 – \$1,572] and interest accrued on benefits of \$3,597 [2009 – \$3,453]. The key actuarial assumptions used in determining the MLCC's provision for employee pension benefits were at the following weighted average rates:

	2010 %	2009 %
Expected long-term rate of return	6,50	6,50
Inflation	2,50	2,50
Rate of future compensation increases	4,25	4,25

In addition, post-retirement indexing is at 1.67%.

The amount of the long-term provision for employee pension benefits of \$40,731 as at March 31, 2003 has been funded by the cash advanced by the Province of Manitoba. The funds are held in a trust account and are recorded as restricted cash [note 2[b]].

12. PROVISION FOR RETIREMENT ALLOWANCES

Effective April 1, 1998, the MLCC commenced recording accumulated retirement allowances for its employees. Eligible employees are entitled to receive a retirement allowance equal to one week's pay, to a maximum of 25 weeks, for each year of continuous employment based on the current salary at date of retirement. The provision recorded is calculated based on a formula provided by the Province of Manitoba.

The amount of the opening provision for retirement allowances as at April 1, 1998 of \$3,165 has been funded by the cash advanced by the Province of Manitoba. The funds are held in a trust account and are recorded as restricted cash [note 2[b]].

13. COMMITMENTS

[a] The MLCC leases 45 buildings. Leases have expiry dates ranging from 2011 to 2028.

The future minimum annual lease payments for each of the next five years and thereafter are as follows:

Year ending March 31	\$
2011	4 701
2012	4 486
2013	4 322
2014	4 164
2015	3 941
Thereafter	24 066
	45 680

[b] The MLCC leases computer equipment. Leases on this computer equipment have expiry dates ranging from 2011 to 2012. The future minimum lease payments for each of the years to the expiry of the lease contracts are as follows:

Year ending March 31	\$
2011	467
2012	9
	476

14. COMPARATIVE FIGURES

The comparative financial statements have been reclassified from statements previously presented to conform to the presentation of the current year's financial statements.

MAGASINS D'ALCOOLS

Les 50 magasins d'alcools de la Société des alcools du Manitoba sont situés dans les collectivités suivantes.

BEAUSEJOUR

619, avenue Park

BRANDON

- 1015, avenue Victoria
- Centre commercial Brandon Shoppers (18^e Rue et av. Richmond)
- Centre Corral (805, 18^e Rue N.)

CARMAN

3, avenue Centre Ouest

CHURCHILL

203, avenue Laverendrye

DAUPHIN

130, 1^{re} Avenue Nord-Ouest

FLIN FLON

26, rue Hapnot

GIMLI

52, rue Centre

KILLARNEY

516, avenue Broadway

LAC DU BONNET

99, 2^e Avenue

LE PAS

249, avenue Fischer

MINNEDOSA

16, 2^e Avenue Nord-Ouest

MORDEN

331, rue North Railway

NEEPAWA

393, avenue Mountain

PINE FALLS

17, rue Pine

PORTAGE LA PRAIRIE

300, avenue Saskatchewan

ROBLIN

124, rue Main Ouest

RUSSELL

202, avenue Shell River Nord

SELKIRK

377, rue Main

STEINBACH

118, RPGC 12 Nord

SWAN RIVER

716, rue Main

THOMPSON

131, avenue Selkirk

VIRDEN

197, 3^e Avenue

WINNIPEG

Centre commercial Bunn's Creek

2001, chemin Henderson

Charleswood

3900, avenue Grant, pièce 1D

cityplace

333, avenue St. Mary

Crestview Shopping Centre

3393, avenue Portage, pièce 170

Centre commercial Dominion

21, rue Marion

Centre commercial Eastwinds

1530, avenue Regent, pièce 23

Fort Garry

1235, chemin Pembina

Fort Richmond

2855, chemin Pembina

Garden City Square

915, avenue Leila, unité 2

Centre commercial

Grant Park Plaza

1120, avenue Grant

Hargrave et Ellice

325, avenue Ellice

Kenaston Crossing

1650, boulevard Kenaston, pièce 8

Madison Square

1600, avenue Ness, pièce P

Main et Jefferson

1662, rue Main

Main et Pritchard

1005, rue Main

Centre commercial Northdale

965A, chemin Henderson

Portage et Ainslie

2549, avenue Portage

Portage et Burnell

923, avenue Portage

River et Osborne

469, avenue River

Rivergrove

2615, rue Main

St. Vital Square

827, rue Dakota, pièce 5

Centre commercial Southdale

67, rue Vermillion, pièce 21

Southglen

730, chemin St. Anne's, unité A

Transcona Square

620, avenue Kildare Est, pièce 1

Tuxedo

2025, avenue Corydon, pièce 168

Tyndall Market Mall

850, rue Keewatin, unité 15

VENDEURS D'ALCOOLS

Les vendeurs d'alcools sont des partenaires de la Société des alcools du Manitoba. Ces entrepreneurs locaux assurent leur viabilité en combinant les ventes d'alcool à leurs activités commerciales existantes. Le Manitoba compte présentement 177 vendeurs d'alcools.

ALEXANDER

Stahl's Food Mart

ALONSA

Zdan's Family Store

ALTONA

Altona Cleaners Ltd.

ANOLA

Anola Fine Foods

ARBORG

Arborg Pharmacy

ARGYLE

Meridian Trail General Store

ASHERN

Ashern Pharmacy

AUSTIN

Kim's Familymart Ltd.

BALDUR

Baldur Variety Store

BELMONT

Belmont Hardware

BENITO

Benito Pharmasave

CFB SHILO

Canex Super Mart

BIG WHITESHELL LAKE

Big Whiteshell Lodge (2000) Inc.

BIRCH RIVER

Birchwood Grocery

BIRD RIVER

Tall Timber Lodge Ltd.

BIRDS HILL

Birds Hill Store

BIRTLE

Birtle Pharmacy

BOISSEVAIN

Hazlewood Enterprises

BRUNKILD

Brunkild Beverage & Grocery

BRUXELLES

Marginet's Grocery & Hardware

BUFFALO POINT

Buffalo Bay Marina

CAMPERVILLE

McKay Grocery

CARBERRY

Spud City Food Mart Ltd.

CARTWRIGHT

Cartwright Health Centre

CLANDEBOYE

Clandeboye Store

CLEARWATER LAKE

Wally's Place

COWAN

Kolisnyk's General Store

CRANBERRY PORTAGE

Streamer Hardware

CYPRESS RIVER

Cypress River Lucky Dollar

DAKOTA PLAINS

Wahpeton Grocery

DELORAINE

Myrna's Fabric Boutique

DOMINION CITY

Dominion City Food Town

DUGALD

Dugald Convenience Store

ELGIN

West Elgin Mall

ELIE

Elie Grocery Store

ELKHORN

Twin Valley Co-op Ltd.

ELM CREEK

Elm Creek Co-operative Oil & Supplies Ltd.

ELMA

Elma Country Store

EMERSON

Emerson Bigway

ERICKSON

Mountain Park Pharmacy

ERIKSDALE

Eriksdale Shop Easy

ETHELBERT

Bird's Corner Store

FALCON LAKE

Lumber One Building Supplies

FISHER BRANCH

Fisher Branch Health Centre

FRASERWOOD

J & J Store

GARSON

Garson Grocery Ltd.

GILBERT PLAINS

Gilbert Plains Pharmacy

GILLAM

Trappers Shack

GLADSTONE

Gladstone Pharmacy

GLENBORO

Glenboro Pharmacy Ltd.

GLENELLA

Preisentanz's General Store

GLENORA

Glenora Mall

GRAND MARAIS

Grand Marais Village Store

GRAND RAPIDS

Grand Rapids Esso

GRANDVIEW

Grandview Home Hardware

GREAT FALLS

Great Falls Foods

GRINDSTONE

Grindstone General Store

GULL LAKE

Sherwood Grocery

GYPSUMVILLE

Rawluk's Grocery & Pro Hardware

HADASHVILLE

Saindon's Country Store

HAMIOTA

Rawlings Home Hardware

HARTNEY

Hartney Co-op

HECLA

Hecla Island General Store

HODGSON

Buckskin Trading Post

HOLLAND

Holland Home Hardware

ÎLE DES CHÊNES

Île Des Chênes Country Store

INGLIS

Jordie's Food Mart

INWOOD

Inwood Food Town

KELWOOD

Kelwood Store

KENTON

Houston's

KOMARNO

Komarno Quality Store

LA BROQUERIE

Le Bon Ami

LA SALLE

Jeni's Food & Hardware

LAKE OF THE PRAIRIES

Kilman Resort

LAKE METIGOSHE

Turtle Mountain All Season Resort

LANGRUTH

Farncombe's Food Centre

LAURIER

Molgat Shopping Centre

LEAF RAPIDS

Kings Health & Variety

LEE RIVER

Osprey Landing General Store

LETELLIER

Gallant's Lucky Dollar

LOCKPORT

Lockport Grocery

LORETTE

Dawson Trail Country Store Inc.

LUNDAR

Lundar Pharmacy Ltd.

LYNN LAKE

Clarke's Health & Variety

MACGREGOR

MacGregor Pharmacy

MANIGOTAGAN

Karas's Convenience

MANITOU

Manitou Variety & Health

MARIAPOLIS

Pouteau Foods

MCAULEYMcAuley Country Grocery
Co-op Ltd.**MCCREARY**

Reischek's Pharmacy

MELITA

Liquid World

MIAMI

Miami Variety

MINIOTA

Miniota C-Store

MINITONAS

Nemetchek Enterprises (1992)

MINTO

Minto Community Market

MOOSEHORN

Moosehorn Consumer Co-op Ltd.

MORRIS

Morris Super Variety

NARROWS

The Narrows General Store

NEWDALEStrathclair Co-Op (succursale
de Newdale)**NINETTE**

The Grocery Box

NIVERVILLE

Niverville Bigway Foods

NOTRE DAME

Notre Dame Shopping Centre

NUTIMIK LAKE

Nutimik Lodge

OAK LAKE

Valleyview Oak Lake Co-op

OAKBANK

Family Fare

OAKBURN

Oak-Site Foods

OAKVILLE

Oakville Super Market

ONANOLE

B & D Hardware Inc.

PIERSONEdward Consumers
Co-Operative Ltd.**PILOT MOUND**

Dobson's Foods Ltd.

PINAWA

Solo Market

PINE RIVER

Semeniuk's Groceteria

PIPESTONE

Main Street Market

PLUM COULEE

Tri-Coulee Investments

PLUMAS

Plumas Stop & Shop

POINTE DU BOIS

Pam's Place

POPLARFIELD

King Buck Inn

RAPID CITY

Rapid City Insurance Services

RATHWELL

Rathwell Solo & Hardware

RENNIE

Rennie General Store (2005)

RESTON

Reston Drugs

RICHER

Burnells Food Plus

RIDGEVILLE

Ridgeville Cooperative Community Club (bière seulement)

RIVERS

Rivers Super Thrifty Drug Mart Ltd.

RIVERTON

The Other Place

ROCK LAKE BEACH

Rock Lake Beach Store (2008)

ROLAND

Roland General Store

RORKETON

Tracy's Insurance Agencies

ROSSBURN

L.P.K. Enterprises

SAINT-ADOLPHE

St. Adolphe Esso

SAINT-AMBROISE

Ducharme's General Store

SAINT-CLAUDE

Philippot's Shop Easy Foods

SAINT-EUSTACHE

Magasin Beaudin Store

SAINT-FRANCOIS XAVIER

S.F.X. Country Store

SAINT-JEAN BAPTISTE

St. Jean Home Centre

SAINT-LAURENT

Depanneur Entre-Lacs

SAINT-LAZARE

Fafard's Place

SAINT-MALO

St. Malo Co-operative Ltd.

SAINT-PIERRE-JOLYS

St. Pierre Bigway

SAINTE-AGATHE

De'Panneur Cheyenne Convenience Store

SAINTE-ANNE

Ste. Anne Sundries Ltd.

SAINTE-ROSE DU LAC

Ste. Rose Variety Shop (2001)

SANDY LAKE

Sandy Lake Hardware

SANFORD

Sanford Lumber & Building Supplies

SARTO

Sarto General Store

SEVEN SISTERS

Tirschman's Esso

SHOAL LAKE

Shoal Lake Pharmacy

SIFTON

Boguski Grocery

SNOW LAKE

Cornerview Enterprises Ltd.

SOMERSET

Crossroads Grocery

SOURIS

Souris Valley Foods

SPRAGUE

Carl's Solo Store

SPRINGFIELD

Garven Convenience Store

STARBUCK

"Dawn 'Til Dusk" Convenience Store

STONEWALL

Stonewall Pharmacy Ltd.

STONY MOUNTAIN

Pick 'N Pay

STRATHCLAIR

Strathclair Consumers Co-op Ltd.

SWAN LAKE

B & B Store

TEULON

Teulon Pharmacy

TOLSTOI

Tolstoi Super Mart

TRAVERSE BAY

Traverse Bay Corner Store

TREHERNE

Treherne Pharmacy

VASSAR

Vassar Corner Store

VITA

Sumthing Special Florist & Gift Shop

WABOWDEN

Dwyer's General Store

WANLESS

WeSte General Store

WARREN

Pete's General Store

WASKADA

Wilbro Enterprises Inc.

WATERHEN

Waterhen General Store

WAWANESA

Gullett Pro Hardware

WEST HAWK LAKE

West Hawk Lake Resort

WESTBOURNE

Sportsman's Corner Campground

WHITEMOUTH

Whitemouth Sundries

WINNIPEG BEACH

Ford's Groceries

WINNIPEGOSIS

Winnipegosis Meat Market

WOODLANDS

Studler's Enterprises Inc.

WOODRIDGE

Vintage Corner Store

Pour obtenir des copies imprimées du rapport annuel de la Société des alcools du Manitoba, veuillez communiquer avec le Service des communications en composant le **204-474-5656**. Le rapport annuel de l'exercice 2009-2010 est également offert en ligne à l'adresse **www.mlcc.mb.ca**.





MLCC

C.P. 1023 (1555, Buffalo Place),
Winnipeg (Manitoba) R3C 2X1
Téléphone : 204-284-2501

www.mlcc.mb.ca

