



INNOVATION

DURABILITÉ

RESPONSABILITÉ

EXERCICE 2010-2011
SOCIÉTÉ DES ALCOLS
DU MANITOBA
88^e RAPPORT ANNUEL

DU 1ER AVRIL 2010 AU 31 MARS 2011

VISION

Ensemble, nous serons le modèle d'un service innovateur, durable et responsable dans la collectivité et le marché manitobains.

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.

VALEURS

- IMPORTANTANCE DU PERSONNEL** Favoriser l'établissement d'une main-d'oeuvre positive en collaborant comme une équipe à l'atteinte d'objectifs communs.
- RESPONSABILITÉ SOCIALE** Promouvoir la responsabilité en matière de vente et de consommation des boissons alcoolisées, promouvoir le développement durable et démontrer un engagement en faveur de la collectivité.
- INTÉGRITÉ ET ÉQUITÉ** Établir des relations éthiques et respectueuses et répondre entièrement de nos actions, décisions et comportements.
- EXCELLENCE DU SERVICE** Offrir un service supérieur à nos clients, partenaires et collègues de travail.
- INNOVATION** Encourager nos employés à être innovateurs.

TABLE DES MATIÈRES

Gouvernance, Conseil et Commission	2
Message de la présidente du Conseil des commissaires	3
Message du président-directeur général	4
La vision	6
Examen du plan d'activités	7
Responsabilité financière	8
Responsabilité sociale	9
Service à la clientèle	13
Efficacité commerciale	15
Qualité du milieu de travail	16
États financiers	19
Tableaux et graphiques	33
Magasins d'alcools	37
Vendeurs d'alcools	38
Magasins de vins de spécialité	40

INNOVATION

F11

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 dix 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;

- 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.

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* et à ses règlements d'application. Ses décisions peuvent faire l'objet d'un appel au Conseil des commissaires.

La Commission des licences comprend cinq personnes nommées par le lieutenant-gouverneur en conseil. Le président de la Commission peut convoquer une réunion de ses membres en tout temps. Toutes les réunions de la Commission sont publiques.



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

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



(debout, de g. à dr.) Les Crisostomo, Garry Hammerback, Janine Ballingall Scotten, Ed Azure, Aidan O'Brien, Eugene Kostyra

(assis, de g. à dr.) Fran Frederickson (vice-présidente), Carmen Neufeld (présidente), Myrna Phillips (absente) Maria Moore

AU NOM DU CONSEIL DES COMMISSAIRES, JE SUIS HEUREUSE DE PRÉSENTER LE 88E RAPPORT ANNUEL DE LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU MANITOBA POUR L'EXERCICE 2010-2011.

L'exercice 2010-2011 a été l'exercice le plus profitable de la Société jusqu'ici. Il a permis de verser plus de 250 millions de dollars au gouvernement provincial et aux Manitobains. Il s'agit d'une réussite remarquable et il faut reconnaître le mérite de l'ensemble de l'équipe de direction qui a su accroître le bénéfice net, tout en demeurant responsable sur le plan financier.

Sous le leadership du président-directeur général Ken Hildahl, la Société, avec le concours du Conseil des commissaires, a élaboré un énoncé de vision et un nouveau plan stratégique triennal qui ont tracé la voie de la réussite en 2010-2011 et au-delà. Le plan intègre des initiatives pour l'avenir à court et à long terme de la Société. Bon nombre d'entre elles portent sur les modifications apportées à la *Loi sur la réglementation des alcools* et elles auront des incidences sur l'industrie de l'accueil au Manitoba. Les modifications proposées seront traitées par le gouvernement au début de l'exercice 2011-2012.

En 2010-2011, le Conseil a maintenu son soutien aux efforts de la Société dans tous les domaines de la responsabilité sociale, qu'il s'agisse de refuser de servir les personnes mineures et les clients intoxiqués dans les magasins d'alcools, d'appliquer les lois concernant les boissons alcoolisées dans les établissements visés par une licence, ou de mettre en œuvre des programmes d'information publique et des stratégies qui visent des questions particulières liées à l'alcool. Nous continuons d'être fiers de nos programmes reconnus sur les plans national et international, tels que les programmes *Soyez enceinte sans alcool* (ETCAF), *Soyez sobre* (consommation excessive occasionnelle d'alcool chez les jeunes adultes) et *Soyez l'influence* (influence parentale sur l'attitude des enfants face à l'alcool).

Nous avons été très heureux de la réaction et de la participation des délégués au Sommet sur la jeunesse et l'alcool, qui a été organisé par la Société en octobre 2010. Le Sommet a rassemblé des experts et des personnes provenant de nombreux secteurs pour aborder les questions entourant la consommation d'alcool chez les jeunes. Les échanges d'idées et de pratiques exemplaires, ainsi que la participation d'environ 80 jeunes, ont joué un rôle déterminant dans l'élaboration de certaines recommandations qu'examine le gouvernement dans le cadre des modifications apportées à la *Loi sur la réglementation des alcools*.

L'exercice 2010-2011 a posé des défis importants à la Société dans nombre de secteurs, mais ses résultats se passent fort bien de commentaires. Une grande partie de notre réussite est due à un environnement de travail d'équipe qui favorise l'engagement à tous les niveaux de la Société. Je remercie les membres du Conseil des commissaires, la direction supérieure de la Société, les gestionnaires et tous les employés de leurs efforts collectifs exceptionnels au cours du dernier exercice.

CARMEN NEUFELD

Présidente du Conseil des commissaires



INNOVATION. DURABILITÉ. RESPONSABILITÉ. CES TROIS PRINCIPES DIRECTEURS SONT À LA BASE DU NOUVEL ÉNONCÉ DE VISION ET DU NOUVEAU PLAN STRATÉGIQUE TRIENNAL DE LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU MANITOBA POUR LES EXERCICES 2010-2011 À 2013-2014. LA PREMIÈRE ANNÉE DU NOUVEAU PLAN S'EST TRADUITE PAR LE VERSEMENT SANS PRÉCÉDENT DE 250,5 MILLIONS DE DOLLARS AU GOUVERNEMENT PROVINCIAL, SOIT UNE HAUSSE DE 7 % PAR RAPPORT À L'EXERCICE PRÉCÉDENT ET LE BÉNÉFICE NET LE PLUS IMPORTANT DES 88 ANS D'HISTOIRE DE LA SOCIÉTÉ.

L'exercice 2010-2011 s'est concentré sur le renforcement des relations internes et externes. À l'interne, il était important que nos employés aient non seulement la possibilité de contribuer à notre plan stratégique, mais qu'ils comprennent aussi leur rôle dans le plan et le raisonnement qui sous-tendait les divers objectifs et stratégies. La direction supérieure a consacré plusieurs semaines au début de l'exercice à des rencontres avec les employés de toutes les régions de la province pour expliquer le plan et la vision de l'organisme. Ces efforts ont produit des résultats formidables et j'attribue notre réussite au cours de l'exercice aux employés qui nous ont aidé à mettre en œuvre le nouveau plan. Il faut aussi reconnaître le soutien de nos partenaires commerciaux de l'extérieur. Au cours de l'exercice, j'ai consacré beaucoup de temps à rencontrer divers membres de l'industrie et à promouvoir des liens pour soutenir notre nouvelle vision et notre nouvelle direction.

Dans toutes nos activités, le principe d'innovation a été à l'avant-plan de nos préoccupations. Pour faciliter la collecte et le développement des idées des employés, nous avons créé une équipe d'innovation (« iTeam ») qui regroupe des employés à tous les échelons de la Société. J'aimerais remercier cette équipe de ses efforts au cours de l'exercice et tous les employés de leurs suggestions créatives. L'équipe a adopté bon nombre des idées suggérées, qui ont contribué à notre réussite au cours de l'exercice. J'attends avec impatience la possibilité de continuer à collaborer avec l'équipe d'innovation, à recevoir de nouvelles idées et à utiliser les compétences particulières de nos employés pour continuer à bâtir notre avenir.

Nous avons également consacré beaucoup de temps et d'énergie à cerner les modifications qui aideraient à moderniser les lois concernant les boissons alcoolisées de la province et les politiques de la Société. Au cours des discussions avec le gouvernement, vers la fin de l'exercice, près de 40 modifications à la législation, aux règlements et aux politiques ont été recommandées à ce dernier.

La durabilité, le deuxième principe de notre énoncé de vision, est manifeste dans notre engagement en faveur de l'élaboration d'une stratégie pour des bâtiments écologiques. Nous visons à minimiser notre impact sur l'environnement et à créer un environnement de travail plus sain pour les employés et la clientèle dans nos magasins d'alcools. En 2010-2011, nous avons rénové des magasins en utilisant des couleurs brillantes grâce

une peinture à faible teneur en composés organiques volatils (COV), en effectuant des travaux de finition attrayants qui ont eu recours à des matériaux recyclés, en installant un éclairage éconergétique et en prévoyant plus de lumière naturelle.

Tout en continuant à améliorer nos magasins, nous avons été tout aussi occupés dans les coulisses. En 2010-2011, la Société a adopté une solution logicielle de marchandisage centralisé pour la vente au détail qui modifiera de manière importante la façon dont les magasins d'alcools gèrent leurs stocks de produits. Nous avons rehaussé davantage notre soutien aux activités commerciales en mettant à niveau notre système informatique et en mettant en place la technologie des cartes à puce dans les magasins afin d'améliorer la sécurité et la commodité des clients qui paient avec une carte de crédit.

La responsabilité, le troisième principe directeur de notre nouvelle vision, continue d'être intégrée dans toutes les activités de la Société. La formation des titulaires de licence et les efforts d'application de la loi se poursuivent en visant la conformité réglementaire et nous continuons de rafraîchir les programmes d'éducation publique et d'accroître leur attrait. Nous avons aussi concentré nos efforts sur l'établissement de partenariats dans le domaine de la responsabilité sociale. En 2010-2011, la Société s'est associée avec la Société d'assurance publique du Manitoba, MADD Canada (Les mères contre l'alcool au volant) et le Service de police de Brandon pour mettre en œuvre un programme pilote de six mois à Brandon, qu'on appelle « Composez le 9-1-1 pour signaler les conducteurs aux facultés affaiblies ».

La vision que nous avons créée pour la Société produit clairement des résultats. Les idées innovatrices proposées en 2010-2011 sont des semences qui poursuivront leur germination et leur croissance au cours de plusieurs années à venir et qui se traduiront par des améliorations importantes à la façon dont nous vendons, réglémentons et distribuons des produits alcoolisés au Manitoba.

Je tiens à remercier le Conseil des commissaires de leur soutien continu au cours du dernier exercice. Je remercie également les membres de l'équipe de direction supérieure qui ont travaillé avec acharnement pour veiller à ce que nous fassions face à nos engagements envers le gouvernement dans des conditions économiques difficiles. Je veux également remercier l'ensemble de l'équipe de direction et son personnel pour leur dévouement et leur soutien continu au nouveau plan stratégique. En dernier lieu, mais ils sont les plus importants, je remercie tous les employés de la Société qui démontrent quotidiennement leur engagement en faveur des Manitobains et l'excellence de leur service.



KEN HILDAHL
Président-directeur général

VISION

INNOVATIVE

Nous encourageons nos employés à être innovateurs.

DURABILITÉ

Nous faisons la promotion du développement durable et nous sommes engagés en faveur de notre collectivité.

RESPONSABILITÉ

Nous favorisons la responsabilité en matière de vente et de consommation des boissons alcoolisées.



DURABILITÉ

EXAMEN DU PLAN D'ACTIVITÉS

F11

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 vision, de notre énoncé de mission et de nos valeurs dans nos activités quotidiennes. 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 2010-2011.

[RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE]

BUT

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

OBJECTIF

Produire les fonds nécessaires pour soutenir l'innovation et la croissance de l'entreprise afin de répondre aux exigences du gouvernement du Manitoba en matière de bénéfice net.

POUR LA PREMIÈRE FOIS DES 88 ANS D'HISTOIRE DE LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU MANITOBA, LE BÉNÉFICE NET A DÉPASSÉ 250 MILLIONS DE DOLLARS!

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

Bénéfice net :

Cible :
246,8 millions de dollars

Résultats réels :
250,5 millions de dollars

Le volume des ventes s'est chiffré à 19,4 millions de dollars, soit 3 % de moins que le montant prévu au budget. Le manque à gagner a été compensé par une gestion prudente des dépenses qui s'est traduite par un excédent de 3,7 millions ou 1,5 % du bénéfice net par rapport au montant prévu au budget.

Divers facteurs expliquent la situation des ventes. Les volumes ont été moindres que les montants prévus au budget dans toutes les catégories : avec l'exception du vin. Les consommateurs ont dépensé moins que prévu sur tous les produits. La variation des habitudes d'achat est la plus notable dans le déplacement vers les bières à prix économique. De plus, les augmentations du prix des fournisseurs de vins n'ont pas été appliquées comme prévu. Les ventes aux titulaires de licence ont été inférieures de 12,5 millions de dollars au montant prévu dans le budget, principalement dans la catégorie des bières. Les ventes des magasins d'alcools ont également été inférieures de 6 millions de dollars au montant prévu dans le budget.

La marge bénéficiaire brute s'est chiffrée à 5,2 millions de dollars, soit 1,6 % de moins que le montant prévu au budget, principalement en raison du déplacement vers les bières moins coûteuses.

Tout au cours de l'exercice, la direction a surveillé minutieusement et a géré avec succès diverses dépenses. C'est pourquoi les dépenses administratives ont été inférieures de 8,4 millions de dollars, ou près de 10,9 %, au montant prévu au budget et inférieures de 3 % aux dépenses administratives de l'exercice 2009-2010. Les salaires et les avantages sociaux ont été inférieurs aux montants prévus au budget en raison des stratégies de gestion de la dotation des postes vacants et des nouveaux postes et de la réduction des besoins en main-d'œuvre dans les magasins à la suite de la baisse du volume des ventes par rapport au volume prévu. Au cours de l'exercice, la Société a conclu une entente avec la Régie de retraite de la fonction publique pour la gestion des avoirs de retraite antérieurement conservés par le gouvernement provincial dans un fonds en gestion séparée uniquement disponible pour respecter les obligations de la Société en matière de fonds de retraite. Une hausse de la valeur des avoirs de retraite a été partiellement compensée par une augmentation du passif au titre du régime de retraite fondée sur un rapport actuariel au début de décembre 2009. Les charges de retraite sont in-

férieures au montant prévu au budget en raison de nouvelles hypothèses actuarielles. Le report de projets d'immobilisations s'est traduit par une baisse de l'amortissement.

La Société continue de surveiller les prix appliqués par les autres provinces en vue de devenir concurrentielle avec la Saskatchewan et l'Ontario. Les prix pratiqués par la Société sont quelque peu supérieurs aux prix mis de l'avant par l'Ontario et la Saskatchewan pour les spiritueux, le vin et les boissons rafraîchissantes (cidre et panachés). Les prix des marques populaires de l'Ontario sont quelque peu inférieurs, qu'au prix du Manitoba en l'exercice 2010-2011. Les prix de la bière continuent d'être nettement plus élevés en Saskatchewan qu'au Manitoba.

PART DE MARCHÉ DE LA CATÉGORIE DES PRODUITS DE LUXE OU DE QUALITÉ SUPÉRIEURE

En 2010-2011, la Société a continué de concentrer ses efforts de commercialisation sur la promotion des produits de qualité supérieure (« premiumisation »). Les résultats de fin d'exercice suggèrent que le déplacement des achats vers les produits de qualité supérieure semble avoir atteint un plafond.

Cible : 68 %

Part réelle : 67,8 %

[RESPONSABILITÉ SOCIALE]

BUT

Promouvoir la responsabilité en matière de vente et de consommation des boissons alcoolisées, promouvoir le développement durable et démontrer un engagement en faveur de la collectivité.

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* par le biais de l'éducation et de la réglementation.
3. Agir comme une entreprise socialement responsable en veillant à ce que nos actions visent le bien-être social, économique et environnemental de la province.

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

PROGRAMMES DE RESPONSABILITÉ SOCIALE

- **Soyez sobre** – Le programme de sensibilisation à la consommation excessive occasionnelle d'alcool pour les jeunes adultes âgés de 18 à 25 ans a misé sur la popularité de la série de livres et de films *Twilight* en organisant un concours en ligne qui distribuait des billets pour assister à l'avant-première du film *Eclipse*. Pour participer au concours, les visiteurs du site devaient répondre à un questionnaire sur leurs connaissances en matière de consommation d'alcool ou prendre part à un questionnaire sur les habitudes de consommation et faire connaître le site Web à leurs amis. La campagne d'une durée d'un mois a été témoin d'une hausse de 2 000 % du nombre de visites au site et de plus de 5 500 inscriptions au concours. La page Facebook du programme *Soyez sobre* a attiré près de 1 400 membres qui ont discuté du soutien au programme et de son message sur les dangers de la consommation excessive occasionnelle d'alcool.
- **Soyez enceinte sans alcool** – Le programme sur la grossesse et la consommation d'alcool a été rafraîchi par la publication d'un nouveau livret offert en anglais, en français, en cri et en ojibwa. Le site Web a également été mis

à niveau pour compléter le livret et il offre la possibilité de poser des questions à la Dre Sally Longstaffe, directrice médicale du Manitoba FASD Centre.

- **Faites partie du changement – Pris en flagrant « délit » de sécurité et de sobriété** – Pour remercier les conducteurs sobres pendant la période des fêtes de fin d'année, la Société des alcools du Manitoba s'est associée à Opération Nez rouge et aux services de police de Winnipeg et de Brandon pour promouvoir la campagne *Pris en flagrant « délit » de sécurité et de sobriété*. Cette dernière offrait aux conducteurs sobres et aux utilisateurs d'Opération Nez rouge la possibilité de gagner une escapade d'une fin de semaine. La Société a également fait la promotion de son message et de son site Web « Je hais la conduite avec facultés affaiblies » en utilisant des panneaux d'affichage dans toutes les régions du Manitoba pendant la période des fêtes de fin d'année.
- **Opération Nez rouge** – La Société est un commanditaire provincial du programme annuel d'accompagnement et un participant à celui-ci, qui est offert pendant la période des fêtes de fin d'année.
- **Sommet sur la jeunesse et l'alcool** – Un Sommet sur la jeunesse et l'alcool a été

organisé par la Société à Winnipeg en octobre 2010. Il a rassemblé diverses parties intéressées afin qu'elles échangent des idées et soumettent des recommandations au gouvernement en vue de retarder ou de prévenir la consommation d'alcool chez les jeunes. Les participants comprenaient des représentants de divers ministères gouvernementaux, d'organismes de santé et de lutte contre les toxicomanies, de groupes d'intérêt social, des forces policières et des industries de l'accueil et des boissons alcoolisées, ainsi que des jeunes de la 9^e à la 12^e année. Les recommandations élaborées au cours du Sommet ont été présentées au gouvernement à des fins d'examen dans le cadre des modifications à apporter à la *Loi sur la réglementation des alcools* et à ses règlements d'application au cours de l'exercice 2011-2012.

Michael « Pinball » Clemons, une légende de la LCF, transmet son message inspirant aux jeunes qui participent au Sommet sur la jeunesse et l'alcool.



[RESPONSABILITÉ SOCIALE]

ÉDUCATION ET RÉGLEMENTATION

La Société équilibre l'éducation et l'application de la loi en visant les locaux visés par une licence et les événements faisant l'objet d'un permis exceptionnel 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 ou % réel 22 874*

Événements visés par un permis de vente

Cible 20 %

Nombre ou % réel 23,1 %

Pourcentage des inspections sans violation

Cible 97 %

Nombre ou % réel 96,6 %

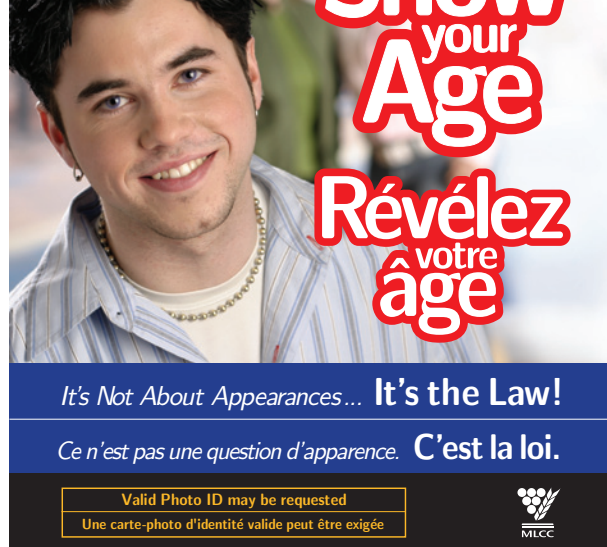
* **Nota.** Les postes à pourvoir dans le Service des inspections se sont traduits par une réduction du nombre d'inspections.

NOMBRE DE SÉMINAIRES ÉDUCATIFS

Établissements visés par une licence

Cible 125

Nombre ou % réel 195



Salles de banquet et titulaires de permis

Cible 75

Nombre ou % réel 83

RESPONSABILITÉ SOCIALE DANS LES MAGASINS D'ALCOOLS

Pour lutter contre la consommation d'alcool des personnes mineures, les employés des magasins d'alcools demandent des preuves d'identité aux clients qui semblent être âgés de moins de 25 ans. On s'attend à ce que les employés demandent des cartes-photos d'identité en tout temps. Pour s'assurer que cela est la réalité, la Société a recours à des acheteurs professionnels qui fréquentent les magasins. Si un magasin d'alcools n'obtient pas une cote de conformité de 100 %, des mesures correctives, qui comprennent des séances de formation du personnel, sont adoptées.

Cible : cote de 100 % par magasin

Pourcentage réel : cote générale de 91 %

VÉRIFICATIONS ET REFUS DE SERVICE

Pour faire observer la *Loi sur la réglementation des alcools* et maintenir son engagement en faveur de la responsabilité sociale, les employés des magasins d'alcools vérifient les preuves d'âge des jeunes adultes et refusent de servir les personnes mineures et les clients intoxiqués.

DEMANDES DE PREUVES D'ÂGE

Exercice 2010-2011 362 690

Exercice 2009-2010 311 143

REFUS DE SERVICE - PERSONNES MINEURES

Exercice 2010-2011 12 210

Exercice 2009-2010 14 430

REFUS DE SERVICE - PERSONNES INTOXIQUÉES

Exercice 2010-2011 13 274

Exercice 2009-2010 11 939

MODIFICATIONS LÉGISLATIVES

RÈGLEMENTS

Le Règlement du Manitoba n° 177/94 (*Liquor Licensing Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 10/2011, qui est devenu loi le 1er avril 2011. Le nouveau règlement exige que les gérants, les serveurs, les barmans et le personnel de sécurité des établissements visés par une licence réussissent un cours sur le service responsable et la sécurité lors de leur entrée dans l'industrie. Le nouveau règlement précise également quelles personnes doivent être présentes dans un établissement visé par une licence lorsqu'il est ouvert au public.



DÉVELOPPEMENT DURABLE

La Société s'est engagée en faveur de l'intégration du développement durable dans toutes ses décisions, initiatives et activités commerciales.

BÂTIMENT ÉCOLOGIQUE

La Société maintient son engagement en faveur de l'élaboration d'une stratégie pour des bâtiments écologiques afin de minimiser son impact sur l'environnement, de créer un environnement de travail plus sain pour les employés et la clientèle dans nos magasins d'alcools et de respecter l'intention de la politique des bâtiments écologiques du gouvernement manitobain.

Lors de la rénovation des magasins d'alcools, les initiatives suivantes ont été mises en œuvre :

- utiliser la lumière naturelle et un éclairage éconergétique;
- installer des appareils économiseurs d'eau;
- gérer les déchets de construction;
- installer des supports à vélos à l'extérieur de magasins d'alcools sélectionnés pour le personnel et la clientèle;
- améliorer la qualité de l'air en utilisant des peintures, des adhésifs et des produits de scellement à faible teneur en composés organiques volatils (COV) et gérer la qualité de l'air intérieur pendant les travaux de construction et de rénovation;
- utiliser du verre de post-consommation recyclé, provenant de bouteilles de bière et de vin

recyclées, pour les revêtements de comptoir au magasin d'alcools du centre commercial St. Vital Square.

GESTION DES DÉCHETS

Une vérification bisannuelle des déchets effectuée en 2010-2011 a démontré que la stratégie de détournement des déchets mise en œuvre au siège social de la Société en 2008 a réussi à détourner entre 65 % et 70 % des déchets de la mise en décharge. Une telle réussite est le fruit d'un programme de compostage et de recyclage au siège social et d'un programme de recyclage dans tous les magasins d'alcools de Winnipeg et de Brandon, ainsi que dans les magasins des régions rurales, là où sont offerts des services de recyclage.

APPROVISIONNEMENT

En 2010-2011, la Société s'est associée officiellement à Lake Friendly en s'engageant à utiliser les produits de nettoyage certifiés par le programme EcoLogo. De plus, les critères des demandes de proposition pour des biens et services comprenaient des éléments tels que les 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 attestations vérifiables et de la composition des produits.

SENSIBILISATION À L'ENVIRONNEMENT

Au cours de l'exercice, la Société a participé à un certain nombre d'événements et d'initiatives en vue de promouvoir la sensibilisation à l'environnement, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'organisme, notamment les suivantes :

- participation au programme *Ma Planète AIR MILES*;
- participation au Défi Transport;
- plantation d'arbres avec Diageo;
- présentation d'activités pour les employés lors du Jour de la Terre.

La Société continue de conserver sur son site Web interne une page contenant des renseignements sur les initiatives de développement durable de la Société et des conseils sur une vie écologique pour les employés.

COMMERCE ÉQUITABLE ET PRODUITS BIOLOGIQUES

Le commerce équitable est un système international de conduite des affaires fondé sur le dialogue, la transparence et le respect. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales aux producteurs et aux travailleurs des pays en développement. La Société soutient le commerce équitable en offrant 26 produits équitables aux clients des magasins d'alcools.

La Société offre également quelque 46 produits alcoolisés biologiques à sa clientèle. Ces produits sont fabriqués avec des raisins et des céréales cultivés en conformité avec les principes de l'agriculture biologique, qui excluent généralement l'utilisation de produits chimiques artificiels tels que des engrais, des pesticides, des fongicides et des herbicides.

SURVEILLANCE DE LA PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE

La Société surveille les émissions de gaz à effet de serre sur une base continue et elle a préparé un inventaire des émissions de gaz à effet de serre afin d'évaluer sa performance environnementale.

[RESPONSABILITÉ SOCIALE]



COMMANDITES

La Société soutient des organismes communautaires et caritatifs pendant toute l'année par le biais de commandites, de dons pour les encans silencieux et d'activités de collecte de fonds dans les magasins (p. ex., boîtes de dons, programmes de sollicitation de la clientèle). En 2010-2011, elle a soutenu les organismes suivants :

Action Cancer Manitoba	inflammatoires de l'intestin	Opération Nez rouge
Brandon Folk Festival	Fondation de la recherche sur le diabète juvénile Canada	Prix des lauréats du Centre des sciences de la santé
Brandon Wheat Kings	Grace Hospital Foundation	Rainbow Stage
Canadian Tour Players Cup	Institut national canadien pour les aveugles (programme Eye on the Arts)	Riverview Health Centre
Capturing Opportunities (Brandon)	Jeux Olympiques spéciaux Manitoba	SCE Lifeworks
Centraide	ManitoAhbee	Seven Oaks Hospital Foundation
Child Find Manitoba	Manitoba Moose	Société Alzheimer
Children's Rehabilitation Centre	Manitoba Opera Association	Société de l'hémophilie
Concordia Hospital Foundation	Misericordia Foundation	Société manitobaine de la S.L.A.
Coupe Memorial	MTC Fringe Festival	Tournoi de golf Mike Weir
Dauphin Countryfest	Musée du Manitoba	Winnipeg Blue Bombers
Dauphin Ride Program	Neepawa Lily Festival	Winnipeg Folk Festival
Festival du Voyageur	Omnium canadien LPGA-CN	Winnipeg Goldeyes
Folklorama		Winnipeg Symphony Orchestra
Fondation canadienne des maladies		

FESTIVALS DU VIN

La Société aide également les collectivités urbaines et rurales en organisant des festivals du vin qui servent d'activités de financement pour les 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.

Collectivités	Organismes récipiendaires	Montants recueillis
Brandon (Westman Wine Festival)	Club Rotary de Brandon (Elspeth Reid Family Resource Centre)	9 455 \$
Dauphin	Club Rotary de Dauphin	7 654 \$
Neepawa	Centre culturel Viscount	2 453 \$
Pine Falls	Projet de rénovation de l'aréna et du club de curling de Pine Falls	3 200 \$
Russell	Commission des loisirs de Russell – Projet de multiplexe régional de Russell	4 186 \$
Le Pas	The Pas Health Complex Foundation Inc.	4 750 \$
Thompson	Thompson Community Foundation	4 644 \$
Winnipeg (Festival du vin de Winnipeg)	Jeux Olympiques spéciaux Manitoba	293 000 \$
Winnipeg (Flatlander's Beer Festival)	Manitoba Moose Yearling Foundation	51 039 \$

[SERVICE À LA CLIENTÈLE]

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.

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

COTE DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE PUBLIQUE (ENQUÊTE BISANNUELLE)

Cible : 90 %

Cote réelle : 97 %

COTE DE SATISFACTION DU SERVICE OFFERT PAR LES MAGASINS D'ALCOOLS

Cible : 90 %

Cote réelle : 90 %

AMÉNAGEMENT DES MAGASINS D'ALCOOLS

La Société des alcools du Manitoba 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 2010-2011, les magasins suivants ont été rénovés ou agrandis pour correspondre aux normes de conception courantes :

Winnipeg :

- centre commercial Eastwinds
- centre commercial Dominion
- et centre St. Vital Square

Les baux ont été renouvelés et les rénovations ont été approuvées pour les magasins d'alcools de Tuxedo et du centre commercial Grant Park. Un bail a également été approuvé pour un nouveau magasin d'alcools express dans la section des arrivées du nouveau terminal de l'aéroport international James A. Richardson, qui doit ouvrir ses portes au cours de l'exercice 2011-2012.

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. La surveillance des tendances en matière de ventes et de produits aide à offrir une vaste sélection de produits aux consommateurs. Pour que la sélection soit abondante, nous ajoutons de nouveaux produits et les produits peu vendeurs sont retirés des étagères tout au cours de l'exercice. En 2010-2011, 490 produits ont été retirés de la sélection de la Société, tandis que 596 nouveaux produits ont été ajoutés.

RÉPERTOIRE DES PRODUITS AU 31 MARS 2011

Spiritueux

Liste générale	509
Liste des spécialités	376

Vins

Liste générale	1 196
Liste des spécialités	1 369

Bières

Distribuées par la Société	125
Distribuées par les vendeurs privés	476

Boissons rafraîchissantes (panachés et cidres)

Liste générale	89
----------------	----

Total des produits actifs : 4 140

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 la sélection générale des produits de la Société.



Les ambassadeurs de produits de la Société ont offert environ 130 séances de dégustation de produits et de formation publiques et privées sur les produits à plus de 3 800 participants au cours de l'exercice. Les cours comprennent des séances sur l'assortiment des boissons alcoolisées aux aliments, des séances d'appréciation des vins et des séminaires sur le scotch. À Winnipeg, les cours sont généralement offerts dans les centres de formation des magasins des centres commerciaux Grant Park et Madison Square ou dans la salle de dégustation du siège social de la Société. Dans les régions rurales, les cours sont offerts à divers endroits.

La Société s'est également engagée à assurer que le personnel des magasins d'alcools est bien informé de toutes les catégories de produits. Au cours de l'exercice, elle a offert 48 séminaires et séances de formation aux conseillers en produits et au personnel des magasins d'alcools, notamment le cours sur la connaissance de base des produits et le cours supérieur sanctionné par un certificat. Les ambassadeurs de produits ont également participé à diverses rencontres avec les médias (radio et télévision) pour promouvoir les nouveaux produits et les produits saisonniers.

Les magasins d'alcools de la Société ont continué de soutenir l'émission *Great Tastes of Manitoba*, l'émission de cuisine classée en tête qui est diffusée depuis plus longtemps que toutes les autres, y compris toutes les émissions de cuisine diffusées par le Food Network. Alun Bowness, directeur du service des achats de produits spéciaux de la Société, est le conseiller en boissons à demeure qui recommande des vins et des spiritueux qui correspondent aux plats préparés par les cuisiniers au cours de l'émission.

MAGASINS D'ALCOOLS EN LIGNE

Pour améliorer le service à la clientèle en ligne, le site Web de la Société sur le commerce de détail (www.liquormartsonline.com) a été mis à niveau pour permettre aux consommateurs d'acheter des cartes-cadeaux et d'effectuer des paiements plus sécurisés en utilisant le système PayPal.

La Société a également ouvert un compte sur le site Twitter pour disséminer des renseignements sur les produits et de l'information de nature commerciale.

ENTENTES AVEC LES VENDEURS D'ALCOOLS

La Société a finalisé une nouvelle entente pour les vendeurs d'alcools et a

conclu une telle entente avec les 176 vendeurs d'alcools de la province.

SOUTIEN AUX TITULAIRES DE LICENCE

En 2010-2011, la Société a accru d'un à quatre le nombre de conseillers en licences et permis afin d'améliorer le service et le soutien offerts aux entreprises qui cherchent à obtenir une licence.

En consultation avec le gouvernement provincial, la Société a entrepris un examen de ses politiques et a proposé un certain nombre de modifications à la *Loi sur la réglementation des alcools* et à ses règlements d'application en vue de réduire les formalités administratives, d'améliorer le service la clientèle commerciale et d'offrir de nouvelles possibilités à l'industrie de l'accueil. Les recommandations ont été élaborées au cours de l'exercice à des fins d'examen par le gouvernement au début de l'exercice 2011-2012.

RÉORGANISATION DE L'ENTREPRISE

La Société a mis en œuvre une nouvelle structure organisationnelle en 2010-2011 afin d'améliorer l'efficacité, de mieux harmoniser les fonctions opérationnelles et de favoriser la communication entre les divers services.

[EFFICACITÉ COMMERCIALE]

BUT

Promouvoir les liens avec nos partenaires commerciaux et améliorer les processus et les systèmes administratifs par le biais de l'innovation.

OBJECTIFS

1. Établir et améliorer les partenariats d'affaires.
2. Établir des processus administratifs efficaces, efficaces et coopératifs qui démontrent de façon constante que la Société est le modèle d'innovation parmi les régies d'alcool du Canada et les sociétés d'État du Manitoba.

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

DÉPENSES ADMINISTRATIVES (DEPUIS LE DÉBUT DE L'EXERCICE)

Cible : 77 millions de dollars

Dépenses réelles : 68,6 millions de dollars

Nota. Une explication complète des résultats des activités se trouve dans la section de la responsabilité financière de l'examen du plan d'activités.

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

Productivité (unités par heure travaillée)

Winnipeg

Cible 34,6

Résultat 34,2

Régions rurales

Cible 31,2

Résultat 30,9

CENTRE DE DISTRIBUTION

ÉLÉMENT MESURÉ

Nombre de caisses manipulées par heure travaillée

Cible 28,9

Résultat 29,6

Rotation des stocks (moyenne mobile sur 12 mois)

Cible 7,0

Résultat 7,1

Niveau de service des stocks

Cible 97 %

Résultat 98 %

PROJET DE MARCHANDISAGE CENTRALISÉ POUR LA VENTE AU DÉTAIL

En 2010-2011, la société Aldata Solutions a été choisie pour fournir à la Société un logiciel de marchandisage afin de gérer les activités de sélection et de réapprovisionnement des produits. En centralisant ces activités, la Société peut gérer plus efficacement sa chaîne d'approvisionnement en s'assurant que les bons produits sont au bon endroit au bon moment, tout en permettant au personnel des magasins de consacrer plus de temps aux activités directement liées à la vente et au service à la clientèle.

MISE À NIVEAU DES LOGICIELS

La Société a parachevé la mise à niveau de son système de logiciels JDE selon l'échéancier prévu et considérablement en deçà du budget.

PLANIFICATION D'URGENCE

Pour veiller à ce que la Société puisse continuer de fonctionner en cas de sinistre au siège social, toutes les données des applications d'entreprise fondamentales sont dupliquées en temps réel sur le site de reprise des activités après un sinistre.

CARTES DE PAIEMENT À PUCE

La mise en œuvre et l'attestation de la technologie des cartes à puce a été réussie pour permettre aux clients des magasins d'alcools de payer leurs achats en utilisant des cartes de paiement à puce.

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 et s'est poursuivie dans tous les services de l'organisme en 2010-2011.1.

OCTROI DES LICENCES

Le Service des licences et des permis de la Société a simplifié un certain nombre de processus pour traiter les demandes de service spécial des titulaires de licence. Elle a amélioré le processus d'octroi des licences en réduisant de dix semaines à cinq le délai nécessaire pour la délivrance d'une licence. Le Service a également examiné un certain nombre de ses processus et de ses politiques dans le cadre des efforts de réduction des formalités administratives. Les recommandations comprenaient des modifications à apporter aux mesures législatives, qui ont été soumises à l'examen du gouvernement.

[QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL]

BUT

Favoriser un milieu de travail qui soit sécuritaire, innovateur et inclusif.

OBJECTIFS

1. Promouvoir une culture d'inclusion qui favorise l'engagement de la main-d'œuvre et encourage l'innovation chez les employés.
2. Permettre au personnel et aux gestionnaires d'acquiescer les compétences nécessaires pour assumer de nouvelles responsabilités.
3. Établir un milieu de travail positif.

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

ÉLÉMENT MESURÉ

Engagement des employés

Cible 85 %

Données réelles 89 %

Nombre d'Autochtones et de membres des minorités visibles embauchés ou promus

Cible 10

Données réelles 16 (employés à temps plein)

FAIRE CONNAÎTRE LE PLAN STRATÉGIQUE

La Société a organisé une réunion d'une journée complète pour examiner la nouvelle vision et le nouveau plan stratégique triennal avec tous les gestionnaires. La direction supérieure a présenté le nouveau plan à tous les employés en organisant une série de réunions dans toutes les régions de la province.

ÉQUIPE D'INNOVATION (« ITEAM »)

Au cours de l'exercice, la Société a mis sur pied un groupe de réflexion sur l'innovation, appelé « iTeam », pour préparer et diriger la mise en œuvre des idées innovatrices soumises par les employés en soutien aux objectifs stratégiques de l'organisme. L'équipe comprend un échantillon représentatif des employés, ainsi que le président-directeur général et le directeur des services généraux. Des réunions mensuelles ont débuté en septembre 2010. Certaines idées mises en œuvre au cours de l'exercice comprennent des uniformes de maternité pour les employées, l'installation de supports à vélos à l'extérieur de tous les magasins d'alcools de Winnipeg et de magasins ruraux sélectionnés et des cours sur la connaissance des produits pour les employés du siège social.

DIVERSITÉ

La Société a continué de soutenir la diversité dans le milieu de travail par le biais de ses programmes de stages pour les Autochtones et de stages de diversité et d'une Journée du multiculturalisme. En 2010-2011, les nouvelles initiatives comprenaient la création d'un programme de la Language Bank, appelé *Words of the World* (Les mots du monde) et d'un programme de formation sur la diversité à l'intention des gestionnaires, intitulé *The Role of Culture in Hiring Newcomers* (Le rôle de la culture dans l'embauche des nouveaux arrivants).

PLANIFICATION DE LA RELÈVE

La Société a lancé une demande de propositions et le cabinet Myers Norris Penny a été choisi pour examiner et cerner les améliorations potentielles à apporter au programme de planification de la relève. L'examen se poursuivra pendant l'exercice 2011-2012.

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DU LEADERSHIP

La Société a élaboré un programme supérieur de leadership et de stratégie pour les gestionnaires intermédiaires en partenariat avec d'autres sociétés d'État et la Asper School of Business. Les sujets traités comprenaient les suivants : gouvernance, planification stratégique, utilisation de l'information financière, gestion des risques de l'entreprise, sensibilisation à la diversité, marque de l'organisation et tendances émergentes des affaires. Quatre gestionnaires ont réussi le cours de deux semaines.

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 l'évolution des responsabilités inhérentes à leurs postes. Pour faciliter la prestation de la formation, la Société a lancé en janvier 2011 un système de gestion de l'apprentissage en ligne appelé *Training Partner* (partenaire de la formation).

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

- rédaction d'affaires;
- cours sur la connaissance de base des produits et cours supérieur sanctionné par un certificat pour les employés du siège social et des magasins d'alcools;
- formation à l'intervention non violente en situation d'urgence, y compris le programme *Play It Safe* (Jouer en toute sécurité);
- programme *Backsafe* (soins du dos);
- programme *Fight or Flight* (extincteurs d'incendie);
- premiers soins et réanimation cardio-respiratoire (RCR);



Les prix de distinction de 2010-2011 ont été présentés par Ken Hildahl, président-directeur général, aux employés suivants de la Société : Lori Kreutzer (prix du service communautaire) et Art Arpin (deuxième prix consécutif de l'excellence du service à la clientèle).

- conduite d'un chariot élévateur à fourche et d'un chariot automoteur élévateur à plate-forme, à grande levée;
- cours sur la connaissance de base du vin et cours supérieur sanctionné par un certificat pour les employés du siège social et les commis de détail;
- programme *Serving It Safe* (anciennement le programme *It's Good Business*);
- gestion du rendement;
- contrôle de la qualité;
- prévention des vols;
- séminaires des fournisseurs au personnel de vente au détail et aux ambassadeurs de produits;
- formation en ligne par le programme *Training Partner* pour les apprentis et les gestionnaires;
- signalement des incidents à la Commission des accidents du travail;
- programme *Working Smart*;

PRIX DE DISTINCTION

Les prix de distinction reconnaissent 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 2010-2011, la Société a reconnu deux employés pour leur travail communautaire et l'excellence de leur service à la clientèle.

PROGRAMME DE BOURSES D'ÉTUDES

Le programme de bourses d'études de la Société offre une aide financière aux enfants des employés de la Société qui poursuivent des études postsecondaires au niveau universitaire ou collégial. La Société offre un maximum de six bourses d'études (quatre bourses universitaires de 1 000 \$ et deux bourses de 500 \$ pour des études dans un collège ou une école de formation professionnelle). En 2010-2011, la Société a accordé quatre bourses d'études universitaires.

PRIX DE RECONNAISSANCE

En 2010-2011, pour la cinquième année consécutive, la Société a été nommée un des vingt-cinq meilleurs employeurs au Manitoba dans le cadre du concours des cent meilleurs employeurs au Canada.



SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE

La Société a continué de reconnaître l'importance et les bienfaits d'un mode de vie sain par le biais des activités suivantes :

- organisation de la troisième journée du mieux-être annuelle, qui présentait des éléments d'exposition sur la collectivité et les modes de vie sains, ainsi qu'une clinique de détermination du groupe sanguin, et proposait des aliments et des goûters sains;
- offre de séances d'information sur l'ergonomie aux employés de tous les services au siège social pour veiller à ce qu'ils « s'assoient en toute sécurité »;
- organisation d'une clinique de vaccination antigrippale pour les employés du siège social et des magasins d'alcools de Winnipeg afin de les préparer à la période de la grippe à venir;
- autres initiatives : projet de perte de poids du genre « The Biggest Loser » (Le Grand Perdant), élaboration d'un programme de sensibilisation à la consommation d'alcool en partenariat avec la Fondation manitobaine de lutte contre les dépendances.

DÉFIBRILLATEURS EXTERNES AUTOMATISÉS (DEA)

Au cours de l'exercice, la Société a mis en œuvre un projet pilote d'installation de cinq DEA, soit trois au siège social et deux dans des

magasins d'alcools, pour assurer la sécurité des employés et des clients. La mise en œuvre complète du programme a été approuvée pour tous les magasins d'alcools et l'installation des DEA devait être terminée au début de l'exercice 2011-2012

VÊTEMENTS PROMOTIONNELS (PRIDE WEAR)

La Société a lancé un nouveau programme de vêtements promotionnels pour les employés en offrant un nombre limité d'articles à acheter. Le stock d'articles sera mis à jour deux fois par année.

INSPECTIONS DE SÉCURITÉ ET ANALYSE DES RISQUES PROFESSIONNELS

La sécurité et l'hygiène du travail ont continué d'être une priorité pour la Société, qui a mis en œuvre les initiatives suivantes :

- inspections trimestrielles continues de tous les magasins d'alcools;
- parachèvement des procédures de sécurité au travail pour le Service d'entretien;
- offre de tests auditifs aux employés du siège social;
- installation de bornes de protection devant tous les magasins d'alcools considérés à risque pour les accidents de voiture.

De plus, les membres du Comité de sécurité ont procédé à des vérifications sécuritaires dans 28 magasins

d'alcools, tandis que des inspecteurs de la sécurité de la Division de la sécurité et de l'hygiène du travail ont inspecté dix magasins d'alcools. À la suite de ces inspections, des douches oculaires automatiques ont été installées dans les magasins de Brandon et un cric de levage hydraulique a été acheté pour le magasin d'alcools de Swan River.

INSTALLATIONS

Des améliorations ont été apportées à un certain nombre de magasins d'alcools afin de créer de l'espace pour la formation en ligne et l'entreposage. La Société a également examiné les besoins en surface au siège social en fonction de la croissance présente et future de l'entreprise. Cet examen a inclus l'enveloppe extérieure de l'immeuble âgé de presque cinquante ans en raison de préoccupations en matière de sécurité. La Société a lancé des négociations pour louer des locaux dans un immeuble adjacent au siège social pour gérer les besoins en surface, tandis que les plans des travaux sur l'enveloppe extérieure de l'immeuble seront élaborés en 2011-2012.

DIVULGATEURS D'ACTES RÉPRÉHENSIBLES

La Société n'a aucune divulgation à signaler pour l'exercice 2010-2011.



RESPONSABILITÉ

ÉTATS
FINANCIERS

F11

DU 1ER AVRIL 2010 AU 31 MARS 2011

RAPPORT
DE LA DIRECTION

LE 31 MARS 2011

La responsabilité de la préparation des états financiers qui suivent revient à la direction de la Société des alcools du Manitoba et ces derniers ont été préparés conformément aux conventions comptables indiquées à la note n° 2. De l'avis de la direction, les états financiers ont été préparés adéquatement et ils contiennent nécessairement des montants fondés sur les meilleures estimations et le meilleur jugement de la direction.

Étant donné que la direction est responsable de l'intégrité des états financiers, celle-ci a établi des systèmes de contrôle interne pour que l'on soit raisonnablement sûr que les actifs de la Société sont bien comptabilisés et adéquatement protégés.



Ken Hildahl
Président-directeur général



Ingrid Loewen
Directrice des affaires financières
et stratégiques

INDEPENDENT AUDITOR'S REPORT

To the Board of Commissioners of
The Liquor Control Commission

We have audited the accompanying financial statements of **The Liquor Control Commission**, which comprise the balance sheet as at March 31, 2011 and the statements of income and cash flows for the year then ended, and a summary of significant accounting policies and other explanatory information.

MANAGEMENT'S RESPONSIBILITY FOR THE FINANCIAL STATEMENTS

Management is responsible for the preparation and fair presentation of these financial statements in accordance with Canadian generally accepted accounting principles, and for such internal control as management determines is necessary to enable the preparation of financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

AUDITORS' RESPONSIBILITY

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 comply with ethical requirements and plan and perform the audit to obtain reasonable assurance about whether the financial statements are free from material misstatement.

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the financial statements. The procedures selected depend on the auditors' judgment, including the assessment of the risks of material misstatement of the financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the auditors consider internal control relevant to the entity's preparation and fair presentation of the financial statements in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the entity's internal control. An audit also includes evaluating the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the financial statements.

We believe that the audit evidence we have obtained in our audit is sufficient and appropriate to provide a basis for our audit opinion.

OPINION

In our opinion, the financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of **The Liquor Control Commission** as at March 31, 2011 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

The logo for Ernst & Young LLP is written in a cursive, handwritten-style font.

CHARTERED ACCOUNTANTS

Winnipeg, Canada
May 25, 2011.

BALANCE SHEET
[IN THOUSANDS OF DOLLARS]

AS AT MARCH 31

	2011 \$	2010 \$
ASSETS		
Current		
Cash and cash equivalents	8,399	9,190
Accounts receivable	20,308	20,726
Inventory [note 6]	38,311	35,690
Prepaid expenses	1,328	1,256
Total current assets	68,346	66,862
Restricted cash [notes 2 and 11]	—	46,360
Property and equipment, net [note 9]	28,007	26,356
Intangible assets [note 10]	2,110	2,984
	98,463	142,562
LIABILITIES		
Current		
Accounts payable - trade and other	38,917	34,759
Goods and Services Tax payable	708	1,096
Manitoba Retail Sales Tax payable	1,522	1,471
Net profit payable to the Province of Manitoba	47,696	47,777
Environmental Protection Tax payable	140	141
Deferred licence fees	342	327
Total current liabilities	89,325	85,571
Provision for employee pension benefits [note 11]	5,527	53,318
Provision for retirement allowances [note 12]	3,611	3,673
	98,463	142,562

See accompanying notes

On behalf of the Commission:



Chair of the Board



Chair of the Audit Committee



President & Chief Executive Officer



Chief Financial & Strategy Officer

YEAR ENDED MARCH 31

STATEMENT OF INCOME
[IN THOUSANDS OF DOLLARS]

	2011 \$	2010 \$
Sales <i>[schedule]</i>	621,880	610,515
Cost of sales <i>[schedule]</i>	307,762	310,916
Gross profit <i>[schedule]</i>	314,118	299,599
Other income <i>[note 7]</i>		
Licence and permit fees	1,828	1,912
Merchandising program fees	2,235	1,790
Administration and other	882	1,050
	4,945	4,752
	319,063	304,351
General and administrative expenses <i>[note 8]</i>	64,718	66,913
Depreciation	3,849	3,761
Net profit paid or payable to the Province of Manitoba	250,496	233,677

See accompanying notes

STATEMENT OF CASH FLOWS
[IN THOUSANDS OF DOLLARS]

YEAR ENDED MARCH 31

	2011 \$	2010 \$
OPERATING ACTIVITIES		
Cash receipts		
Sales – spirits, wine, coolers/ciders and beer	622,044	611,760
Annual licence and permit fees	5,248	4,887
Goods and Services Tax	31,639	30,945
Manitoba Retail Sales Tax	21,437	20,903
Manitoba Waste Reduction and Prevention Levy	—	494
Environmental Protection Tax	2,020	2,010
	682,388	670,999
Cash disbursements		
Purchases – merchandise, federal duty, excise and other costs	305,894	317,144
General and administrative expenses	66,392	65,138
Goods and Services Tax	32,027	30,844
Manitoba Retail Sales Tax	21,386	20,813
Manitoba Waste Reduction and Prevention Levy	34	492
Environmental Protection Tax	2,021	2,002
	427,754	436,433
Net cash available from operating activities	254,634	234,566
INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of property and equipment	(4,848)	(6,185)
Net cash available for transfer	249,786	228,381
TRANSFERS TO PROVINCE OF MANITOBA		
Current year's net profit	202,800	185,900
Prior year's net profit	47,777	42,564
	250,577	228,464
Net decrease in cash and cash equivalents during the year	(791)	(83)
Cash and cash equivalents, beginning of year	9,190	9,273
Cash and cash equivalents, end of year	8,399	9,190

See accompanying notes

YEAR ENDED MARCH 31

SCHEDULE OF SALES, COST OF SALES
AND GROSS PROFIT
[IN THOUSANDS OF DOLLARS]

	Spirits \$	Wine \$	Coolers/ Ciders \$	Beer \$	Total \$
SALES					
Stores	151,268	93,988	13,793	46,856	305,905
Liquor vendors	34,988	9,411	3,596	7,205	55,200
Licensees	19,244	5,218	1,699	220,926	247,087
Specialty wine stores	45	13,559	84	—	13,688
Total sales for 2011	205,545	122,176	19,172	274,987	621,880
Total sales for 2010	203,037	116,698	19,658	271,122	610,515
COST OF SALES					
Total cost of sales for 2011	81,320	56,229	8,714	161,499	307,762
Total cost of sales for 2010	80,491	53,735	8,882	167,808	310,916
Gross profit for 2011	124,225	65,947	10,458	113,488	314,118
Gross profit for 2010	122,546	62,963	10,776	103,314	299,599

See accompanying notes

MARCH 31, 2011

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 the 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 depreciation. Depreciation 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, 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. FUTURE ACCOUNTING CHANGES

INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS [“IFRS”]

In February 2008, the Canadian Accounting Standards Board confirmed that publicly accountable enterprises will be required to adopt IFRS in place of Canadian generally accepted accounting principles [“GAAP”] for fiscal years beginning on or after January 1, 2011. In October 2009, the Public Sector Accounting Board confirmed that public sector enterprises such as MLCC will be required to follow IFRS for periods beginning January 1, 2011. MLCC will be required to prepare financial statements in accordance with IFRS effective for its 2011-12 fiscal year with comparative information presented for the 2010-11 fiscal year.

Although IFRS and Canadian GAAP are premised on a similar conceptual framework, there are a number of differences with respect to recognition, measurement and disclosure. MLCC has completed an assessment of adopting IFRS, and has identified the areas with the highest potential to impact MLCC. Those areas include property, plant and equipment, leases, employee benefits and the transitional requirements upon the adoption of IFRS under the provisions of IFRS 1, First-Time Adoption of IFRS.

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, 2011, the MLCC’s only financial asset or financial liability measured at fair value on a recurring

basis was cash totalling \$8,399. 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 period 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 MANAGEMENT

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, 2011, the MLCC has met its objective of having sufficient cash resources to meet its current obligations.

6. INVENTORY

Inventory consists of the following:

	2011 \$	2010 \$
Warehouse	26,029	23,802
Stores	12,282	11,888
	38,311	35,690

The amount of unpaid and unrecorded Customs and Excise duties on owned merchandise held in bond is approximately \$3,806 at March 31, 2011 [2010 - \$3,948].

7. OTHER INCOME

Other income consists of the following:

	2011 \$	2010 \$
Annual licence fees and licence application fees	1,091	1,104
Occasional permit fees	640	329
Occasional permit additional fees	—	471
Licensee monetary penalties	97	8
	1,828	1,912

**NOTES TO
 FINANCIAL STATEMENTS**
 [IN THOUSANDS OF DOLLARS]

AIR MILES® revenue	1,271	957
Advertising revenue – other	964	833
	2,235	1,790
Markup on non-sale items	401	329
Foreign exchange	137	266
Administration charges	138	152
Border point fees	158	125
Miscellaneous	22	152
Specialty wine store fees	26	26
	882	1,050
	4,945	4,752

8. GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

General and administrative expenses consist of the following:

	2011	2010
	\$	\$
Salaries, benefits and pension costs <i>[note 11]</i>	38,820	41,541
Leased premises <i>[note 13]</i>	7,209	6,791
Maintenance and repairs	3,401	3,174
Bank charges	2,402	2,341
Delivery charges	1,845	1,781
Utilities	1,316	1,545
AIR MILES® program	1,258	1,288
Alcohol education	837	821
Protective services	816	792
Printing, postage and supplies	804	779
Community support	717	577
Health and Post Secondary Education Tax Levy	714	699
Grants in lieu of taxes	701	667
Advertising and promotions	614	521
Staff training	584	656
Equipment rentals <i>[note 13]</i>	580	685
Professional fees	499	520
Travel	316	391
Miscellaneous	312	392
Communications	227	253
Vehicle expenses	203	199
Association memberships	114	122
Corporation Capital Tax	111	107
Crown Corporations Council levy	100	105
Bad debt expense	77	25
Product analysis	73	74
Insurance	68	67
	64,718	66,913

9. PROPERTY AND EQUIPMENT

Property and equipment consist of the following:

	2011		
	Cost \$	Accumulated depreciation \$	Net book value \$
Land	120	—	120
Automobiles	656	340	316
Equipment and furnishings	12,547	6,380	6,167
Paving	520	203	317
Leasehold improvements	13,439	6,318	7,121
Buildings	18,397	4,866	13,531
Systems infrastructure	1,401	966	435
	47,080	19,073	28,007

	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
Systems infrastructure	1,239	820	419
	42,893	16,537	26,356

10. INTANGIBLE ASSETS

Intangible assets consist of the following:

	2011		
	Cost \$	Accumulated depreciation \$	Net book value \$
Systems development	11,103	8,993	2,110

	2010		
	Cost \$	Accumulated depreciation \$	Net book value \$
Systems development	11,577	8,593	2,984

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, 2009. The projected unit credit method was used and the liabilities have been extrapolated to March 31, 2011 using a formula provided by the actuary.

	2011 \$	2010 \$
Accrued benefit liability, beginning of year	53,318	51,213
Loss based on 2009 actuarial report	4,094	—
Benefits accrued	1,804	1,736
Interest accrued on benefits	3,729	3,597
Benefits paid	(2,920)	(2,762)
Matching pension contributions	(560)	(466)
Accrued benefit liability, end of year	59,465	53,318
Pension expense	5,533	5,333
Employee contributions	1,710	1,667
Employer contributions	2,920	2,762

The pension expense consists of benefits accrued of \$1,804 [2010 - \$1,736] and interest accrued on benefits of \$3,729 [2010 - \$3,597].

The accrued benefit liability is comprised of:

	2011 \$	2010 \$
Defined benefit obligation	59,465	53,318
Fair value of plan assets	53,938	—
Accrued benefit liability	(5,527)	(53,318)

Changes in the fair value of the plan assets are as follows (in actual dollars):

	2011 \$	2010 \$
Fair value of plan assets, beginning of year	—	—
Transfer of restricted cash	46,408,293	—
Expected return	5,713,939	—
Contributions by employer	560,020	—
Matching contributions	1,255,433	—
Fair value of plan assets, end of year	53,937,685	—

The major categories of plan assets as a percentage of the fair value of total plan assets are as follows:

	2011 %	2010 %
Cash and cash equivalents	5.3	—
Canadian equities	94.7	—

The overall expected rate of return on assets is determined based on the market expectations prevailing on that date, applicable to the period over which the obligation is to be settled. These are reflected in the principal assumptions below.

The key actuarial assumptions used in determining the MLCC's provision for employee pension benefits were at the following weighted average rates:

As at March 31	2011	2010
	%	%
Discount rate	6.00	6.50
Expected long-term rate of return	6.00	6.50
Inflation	2.00	2.50
Rate of future compensation increases	3.75	4.25

In addition, post-retirement indexing is at 1.33%.

The amount of the long-term provision for employee pension benefits of \$46,360 as at March 31, 2010 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].

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 has been extrapolated to March 31, 2011 using a formula provided by the actuary.

13. COMMITMENTS

- [a] The MLCC leases 45 buildings. Leases have expiry dates ranging from 2012 to 2029.

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

Year ending March 31	\$
2012	4,967
2013	4,717
2014	4,684
2015	4,453
2016	4,034
Thereafter	25,355
	48,210

- [b] The MLCC leases computer equipment. Leases on computer equipment have expiry dates ranging from 2012 to 2013.

The future minimum lease payments for each of the years to the expiry of the lease contracts are as follows:

Year ending March 31	\$
2012	81
2013	57
	138

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.

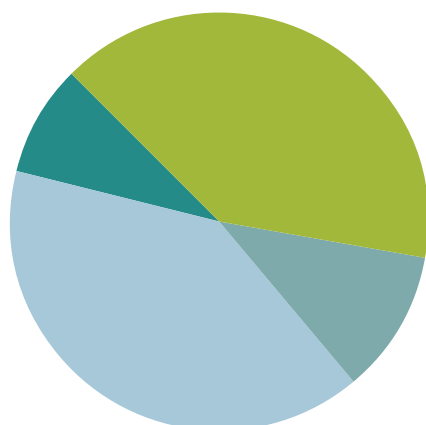
MARGES BÉNÉFICIAIRES ET DÉPENSES [EN MILLIERS DE DOLLARS]

pour les exercices terminés le 31 mars

	2007	2008	2009	2010	2011
Chiffre des ventes	521 380	554 769	583 763	610 515	621 880
Marge bénéficiaire brute	259 822	275 226	288 241	299 599	314 118
Bénéfice net	207 944	219 210	229 164	233 677	250 496
Dépenses administratives	53 934	58 328	60 355	66 913	64 718
Amortissement pour dépréciation	2 583	2 666	3 313	3 761	3 849
% de la marge bénéficiaire brute sur le chiffre des ventes	49,8 %	49,6 %	49,4 %	49,1 %	50,5 %
% du bénéfice net sur le chiffre des ventes	39,9 %	39,5 %	39,3 %	38,3 %	40,3 %
% des dépenses administratives sur le chiffre des ventes	10,3 %	10,5 %	10,3 %	11,0 %	10,4 %

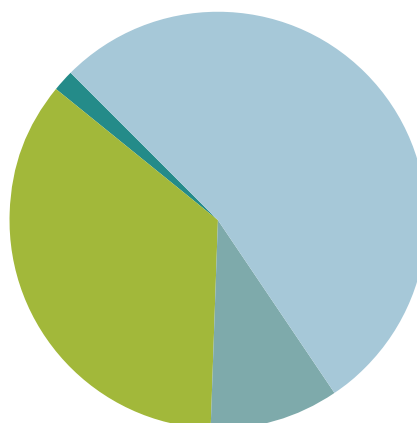
OÙ VA L'ARGENT?

250,5 MILLIONS DE \$ POUR LES MANITOBAINS



■	Marchandises	253,9 \$	40 %
■	Frais d'exploitation	68,6 \$	11 %
■	Gouv. provincial	250,5 \$	40 %
■	Gouv. fédéral	53,9 \$	9 %

POINTS DE VENTE AU DÉTAIL – 2011



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

MONTANTS ADDITIONNELS VERSÉS AU GOUVERNEMENT PROVINCIAL [EN MILLIONS DE DOLLARS]

Taxe sur les ventes au détail – 21,4

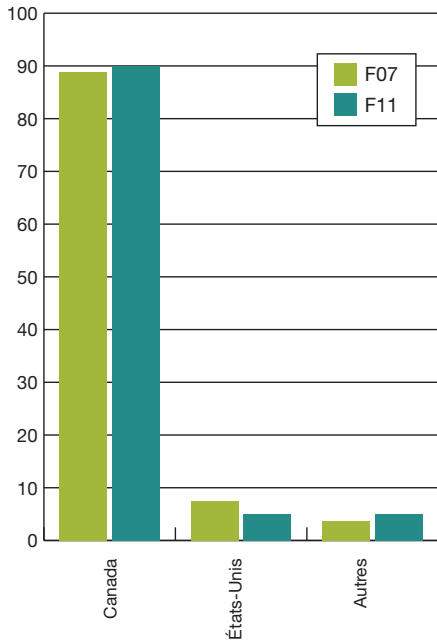
Taxe destinée à la protection de l'environnement – 2,0

MONTANTS ADDITIONNELS VERSÉS AU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL [EN MILLIONS DE DOLLARS]

Taxe sur les produits et services — 32,0

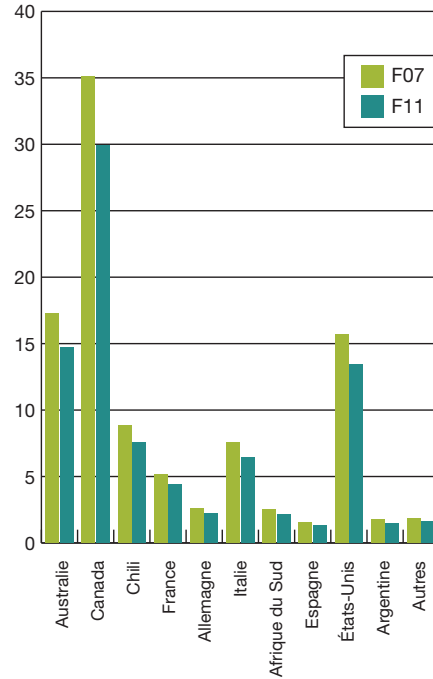
VENTES DE BIÈRE SELON LE PAYS

(2006-2007 ET 2010-2011)



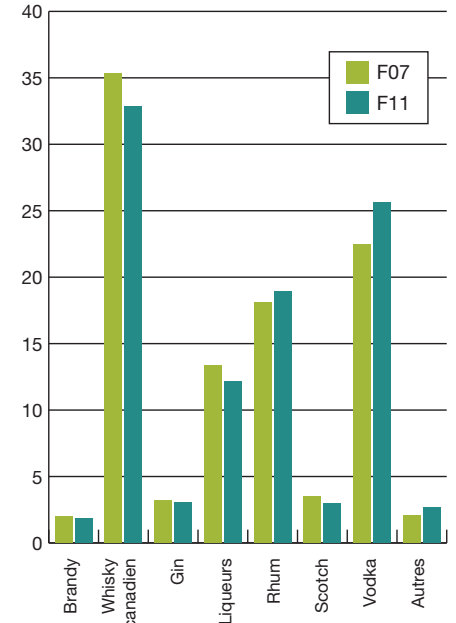
VENTES DE VIN SELON LE PAYS

(2006-2007 ET 2010-2011)



VENTES DE SPIRITUEUX SELON LE GENRE

(2006-2007 ET 2010-2011)



VOLUMES DES VENTES SELON LES PRODUITS [EN MILLIONS DE LITRES]

	Bière	Spiritueux	Vin	Panachés et cidres
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
2011	81,0	6,9	9,7	2,7

CHIFFRE DES VENTES SELON LES PRODUITS [EN MILLIONS DE DOLLARS]

	Bière	Spiritueux	Vin	Panachés et cidres
2007	229	179	97	16
2008	242	190	106	17
2009	255	198	112	19
2010	271	203	117	20
2011	275	206	122	19

CONSOMMATION PAR HABITANT [EN LITRES]

	Bière	Spiritueux	Vin	Panachés et cidres
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
2011	85,9	7,3	10,2	2,9

Source : Rapport de Santé Manitoba sur la population (données fondées sur la population âgée de plus de 17 ans au 1er juin de chaque année).

NOMBRE D'ENREGISTREMENTS D'HÔTEL ET DE LICENCES

Catégories de licences	2007	2008	2009	2010	2011
Enregistrement d'hôtel	312	300	301	302	300
Vente au détail	289	275	277	273	275
Débit de boisson	262	252	249	249	246
Salle à manger	1 143	1 132	1 116	1 125	1 135
Transport	9	8	8	7	6
Bar-salon	471	483	412	403	398
Cabaret	26	29	30	29	25
Activités de spectateurs	42	44	45	45	50
Club privé	260	252	252	249	247
Cantine	15	15	15	13	13
Établissement sportif	147	151	142	144	137
Fabricant	22	22	20	17	17
Total	2 998	2 963	2 867	2 856	2 832

NOMBRE DE PERMIS EXCEPTIONNELS DÉLIVRÉS

	2007	2008	2009	2010	2011
Permis de vente	7 020	6 796	6 607	6 473	6 000
Permis de distribution gratuite	4 316	4 443	4 290	4 289	4 175
Total	11 336	11 239	10 897	10 762	10 175

INSPECTIONS, ENQUÊTES ET SÉMINAIRES DE FORMATION

	2007	2008	2009	2010	2011
Établissements autorisés					
Visites des inspecteurs	25 097	26 110	27 112	25 867	22 784
Demandes de service par des titulaires de licence	1 171	997	1 069	1 144	1 294
Inspections finales	246	259	256	224	186
Demandes de licence	143	153	109	126	122
Séances de formation des titulaires de licence	146	100	174	180	195
Total	26 803	27 619	28 720	27 541	24 581

Permis exceptionnels

Inspections pendant des événements	1 783	1 582	1 501	1 471	1 394
Enquêtes avant la délivrance d'un permis	1 844	1 838	2 111	2 626	2 900
Séances de formation des propriétaires de salle, des titulaires de permis et du public	73	56	76	69	82
Inspection des nouvelles salles de banquet	241	236	233	287	146
Total	3 941	3 712	3 921	4 453	4 522

Enquêtes publiques

Cartes-photos d'identité	593	880	1 151	277*	0
Plaintes du public	309	384	313	360	387
Total	902	1 264	1 464	637*	387

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

MESURES DISCIPLINAIRES RECOMMANDÉES

	2007	2008	2009	2010	2011
Titulaires de licence					
Mesures administratives					
- Lettres d'avertissement	259	248	273	250	261
- Réunions avec le directeur du Service des inspections	41	40	44	41	56
Total	300	288	317	291	317
Commission des licences					
- Audiences disciplinaires	49	29	29	44	62
- Auditions d'appel	11	1	5	9	7
Mesures adoptées par la Commission					
- Avertissements	3	3	5	7	5
- Suspensions	42	25	21	34	38
- Annulations	1	0	1	1	0
- Amendes			2	7	29
- Autres	4	2	0*	1	1
Total	50	30	29	50	73
Nombre total de jours de suspension imposés	106	70	38	91	70
Montant total des amendes imposées			7 500 \$*	11 150 \$	89 550 \$

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.

Titulaires de permis exceptionnels et propriétaires de salle

Mesures administratives

- Avertissements	6	6	4	5	8
- Suspensions des privilèges	1	1	8	7	6
Total	7	7	12	12	14

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 exceptionnel sont normalement traitées par les administrateurs de la Commission des licences

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

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

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

The Pas

249, avenue Fischer

Thompson

131, avenue Selkirk

Virden

197, 3^e Avenue

WINNIPEG

Centre commercial

Bunn's Creek

2001, chemin Henderson

Charleswood Square

3900, avenue Grant,
pièce 1D

cityplace

333, avenue St. Mary

Centre commercial

Crestview

3393, avenue Portage,
unité 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

Rivergrove

2615, rue Main

River et Osborne

469, avenue River

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

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. AU COURS DE L'EXERCICE 2010-2011, LE MANITOBA COMPTAIT 176 VENDEURS D'ALCOOLS.

ALEXANDER

Stahl's Food Mart

ALONSA

Zdan's Family Store

ALTONA

Altona Cleaners Inc.

ANOLA

Anola Fine Foods

ARBORG

Arborg Pharmacy

ARGYLE

Meridian Trail General Store

ASHERN

Ashern Pharmacy

AUSTIN

Kim's Family Mart Ltd.

BALDUR

Baldur Variety Store

BELMONT

Belmont Hardware

BENITO

Benito Pharmasave

BIG WHITESHELL LAKE

Big Whiteshell Lodge
(2000) Inc.

BIRCH RIVER

Birchwood Grocery

BIRD RIVER AREA

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

CANADIAN FORCES

BASE – SHILO

Canex Super Mart

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 Foods

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

Preisntanz'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(SEASONAL)

HODGSON

Buckskin Trading Post

HOLLAND
Holland Home Hardware

ILE DES CHENES
Ile Des Chenes Country Store

INGLIS
Jordie's Food Mart

INWOOD
Inwood Food Town

KELWOOD
Kelwood Store

KENTON
Houston's

KOMARNO
Komarno Quality Store

LA BROQUERIE
MacNeil & MacNeil Ltd.

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
Clarke's Pharmacy Lynn Lake Ltd.

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 Pharmacy Lynn Lake Ltd.

MacGREGOR
MacGregor Pharmacy

MANIGOTAGAN
Kara's Convenience

MANITOU
Manitou Variety & Health

MARIAPOLIS
Pouteau Foods

McAULEY
McAuley 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

NEWDALE
Strathclair Co-op (Newdale Branch)

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
Oakbank Family Foods

OAKBURN
Oak-Site Foods

OAKVILLE
O & K Supermarket

ONANOLE
B & D Hardware Inc.

PIERSON
Edward 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
The Pointe General Store

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

RIVERS
Rivers Super Thrifty Drug Mart Ltd.

RIVERTON
Bilinski Enterprises Ltd.

ROCK LAKE BEACH
Rock Lake Beach Store (2008)

ROLAND
Roland General Store

RORKETON
Tracy's Insurance Services

ROSSBURN
L.P.K. Enterprises

ST. ADOLPHE
St. Adolphe Esso

ST. AMBROISE
St. Ambroise Convenience Ltd.

ST. CLAUDE
Philippot's Shop Easy Foods

ST. EUSTACHE
Jackson's General Store

VENDEURS
D'ALCOOLS

VENDEURS D'ALCOOLS

ST. FRANCOIS XAVIER
S.F.X. Country Store

ST. JEAN BAPTISTE
St. Jean Home Centre

ST. LAURENT
Dépanneur Entre-Lacs

ST. LAZARE
Fafard's Place

ST. MALO
St. Malo Co-operative Ltd.

ST. PIERRE-JOLYS
St. Pierre Bigway

STE. AGATHE
De'Panneur Cheyenne
Convenience Store

STE. ANNE
Ste. Anne Sundries Ltd.

STE. 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

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 MIEUX SERVIR LES MANITOBAINS ET ACCROÎTRE LE STOCK DES VINS OFFERTS, LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU MANITOBA A CONCLU DES ACCORDS AVEC HUIT MAGASINS DE VINS DE SPÉCIALITÉ DÉTENUS PAR DES INTÉRÊTS PRIVÉS ET EXPLOITÉS EN ENTREPRISE PRIVÉE. SIX MAGASINS SONT DES BOUTIQUES ET DEUX SONT EXPLOITÉS COMME DES MAGASINS D'ALIMENTS ET DE VINS.

**BANVILLE & JONES
WINE COMPANY**
1616, chemin St. Mary's

**CALABRIA MARKET &
FINE WINES**
137/139, boulevard Scurfield

DELUCA'S FINE WINES
942, avenue Portage

**FENTONS WINE
MERCHANTS**
1, chemin Forks Market,
unité 106

**G.J. ANDREWS FOOD
& WINE SHOPPE**
384, chemin Academy

**KENASTON WINE
MARKET**
1855A, avenue Grant

LA BOUTIQUE del VINO
1360, avenue Taylor

the winehouse
1600, boul. Kenaston,
pièce 110

MAGASINS DE VINS DE SPÉCIALITÉ





C.P. 1023 (1555, Buffalo Place),
Winnipeg (Manitoba) R3C 2X1
Telephone: 204-284-2501
www.mlcc.mb.ca