



SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU MANITOBA  
**83<sup>e</sup> RAPPORT ANNUEL**  
EXERCICE 2005-2006. DU 1<sup>ER</sup> AVRIL 2005 AU 31 MARS 2006

**2006**  
*NOUS NOUS EFFORÇONS  
D'ÊTRE LES MEILLEURS!*





### NOTRE ÉNONCÉ DE MISSION

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

### NOS VALEURS

- Responsabilité sociale** promouvoir la responsabilité en matière de vente et de consommation des boissons alcoolisées.
- Importance du personnel** favoriser l'établissement d'une main-d'oeuvre positive en collaborant comme une équipe à l'atteinte d'objectifs communs.
- Intégrité et équité** établir des relations éthiques et respectueuses dans le cadre desquelles nous répondons entièrement de nos actions, décisions et comportements.
- Excellence du service** offrir un service supérieur à nos clients, partenaires et collègues de travail.
- Changement** épouser le changement et encourager nos employés à être créatifs et innovateurs.

## CONTENTS

4	Structure de la Société
5	Message de la présidente du Conseil des commissaires
6	Message du président-directeur général
7	Nous nous efforçons d'être les meilleurs!
8	Examen du plan stratégique et du plan d'affaires de l'exercice 2005-2006
9	Responsabilité financière
11	Responsabilité sociale
15	Modifications Législatives
16	Service à la Clientèle
18	Efficacité commerciale
21	Qualité du milieu de travail
24	Management Report
25	Auditors' Report
26	Statement of Income
27	Balance Sheet
28	Statement of Cash Flows
29	Schedule of Sales, Cost of Sales and Gross Profit
30	Notes to the Financial Statements
35	Magasins d'alcools
36	Vendeurs d'alcools

## STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ

La structure organisationnelle de la Société des alcools du Manitoba est tout à fait typique des sociétés d'État de la province.

Le **Conseil des commissaires** encadre les activités de la Société. 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.

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

Tous les membres sont nommés par le gouvernement provincial. Les activités quotidiennes de la Société relèvent de la responsabilité du président-directeur général, qui fait rapport au Conseil des commissaires.



### CONSEIL DES COMMISSAIRES

(De g. à dr.) Robert Rae, Les Crisostomo, Myrna A. Phillips, Janine Ballingall Scotten, Garry Hammerback, Carmen Neufeld (présidente), Fran Frederickson (vice-présidente), Maria Moore.  
Absent : Ed Azure.



### COMMISSION DES LICENCES

(De g. à dr.) Vic Wonnacott (président), Dale Neal (vice-président), Les Barrett, Louise Wilson, Cliff Bernhardt.

## MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL DES COMMISSAIRES

Au nom du Conseil des commissaires, je suis heureuse de présenter le 83<sup>e</sup> rapport annuel de la Société des alcools du Manitoba. Le présent rapport présente les réussites de la Société au cours de l'exercice 2005-2006 dans le traitement de ses cinq thèmes stratégiques : responsabilité financière, responsabilité sociale, service à la clientèle, efficacité commerciale et qualité du milieu de travail.

Sur le plan financier, l'exercice 2005-2006 a été exceptionnel et nous sommes fiers de verser le bénéfice net le plus important de notre histoire au gouvernement provincial. Il faut féliciter la direction et le personnel de leurs efforts pour produire des bénéfices bien supérieurs aux montants budgétés, tout en maintenant le coût des activités de la Société à un des niveaux les plus faibles au Canada.

Bien que notre réussite financière soit notable, je suis tout aussi fière de nos réussites dans le secteur de la responsabilité sociale. Le programme *Soyez sobre*, qui vise à réduire la consommation excessive occasionnelle d'alcool chez les jeunes adultes, a été étendu en 2006 grâce à une campagne de sensibilisation très visible et réussie. Le programme a bénéficié d'un intérêt international et d'une reconnaissance du secteur de la publicité en santé, et il est en voie d'adaptation pour une utilisation à l'extérieur du Manitoba. Nous avons également étendu la diffusion du programme *Enceinte sans alcool* aux écoles secondaires en élaborant un outil pédagogique (*Trousse de ressources des facilitateurs*) à l'intention des élèves de Secondaire 1 à Secondaire 4. La trousse a été distribuée aux écoles secondaires et aux centres d'orientation de la jeunesse du Manitoba en vue d'offrir aux jeunes des renseignements sur l'alcool, la grossesse et l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation foetale.

Tout en nous engageant à éduquer et à sensibiliser la population aux questions liées à l'alcool, nous assumons sérieusement notre responsabilité de faire observer les lois qui régissent la vente et le service des boissons alcoolisées. Ayant recours à une combinaison de séances de formation au service responsable et d'inspections axées sur les risques, nous continuons d'équilibrer l'éducation et l'application des lois afin d'assumer notre responsabilité.

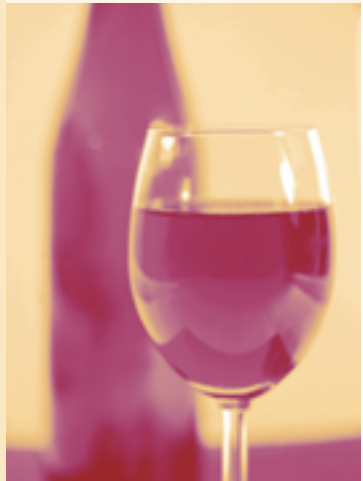
Au cours de l'exercice 2004-2005, la Société s'est engagée à élaborer un projet qui viserait l'accroissement de la diversité dans les lieux de travail afin de refléter la composition de la population manitobaine, en mettant l'accent sur la population autochtone. Au cours du dernier exercice, la Société a conçu et mis en oeuvre une stratégie d'emploi des Autochtones, qui comprend des stratégies de recrutement et de conservation et vise les possibilités d'établissement de liens avec la collectivité autochtone.

Comme de nombreux autres organismes, la Société doit envisager la retraite d'un certain nombre de cadres supérieurs au cours des prochaines années. C'est pourquoi elle a mis au point une stratégie générale de planification de la relève afin de cerner, d'évaluer et de développer les talents des employés et d'assurer ainsi la continuité du leadership dans les postes clés de notre organisme. Nous avons été heureux de mériter le prix Argent 2006 d'excellence dans le leadership de la Human Resource Management Association of Manitoba.

La bonne gouvernance exige, entre autres, de veiller à ce que tous les paliers d'un organisme connaissent clairement leurs buts et objectifs et qu'ils aient les outils adéquats pour les atteindre. La Société continue de démontrer sa capacité d'atteindre ses cibles et même de les dépasser.

Je tiens à remercier les membres de l'équipe de direction et tous les employés de leur engagement continu en faveur des Manitobains. Je remercie également nos clients qui nous ont indiqué clairement dans leurs commentaires sur le service à la clientèle et la connaissance des produits qu'ils apprécient les modifications que nous avons apportées. J'attends avec impatience notre prochain exercice, au cours duquel nous nous rapprocherons de notre objectif de devenir la meilleure régie d'alcool au Canada!

**Carmen Neufeld**  
Chair, Board of Commissioners



## MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

### NOUS NOUS EFFORÇONS D'ÊTRE LES MEILLEURS!

Je suis heureux d'annoncer que la Société des alcools du Manitoba a versé un bénéfice record de 196,2 millions de dollars au gouvernement provincial et aux Manitobains. Ce montant représente une hausse de 6 % par rapport à l'exercice 2004-2005 et reflète l'objectif permanent de la Société de devenir la meilleure régie d'alcool au Canada.

Que signifie le montant de 192,6 millions de dollars pour les Manitobains? De façon générale, tous les vendredis, la Société dépose ses bénéfices directement dans le trésor du gouvernement provincial. À leur tour, ces montants servent à soutenir les programmes gouvernementaux dans les secteurs de la santé, de l'éducation et des services communautaires et sociaux. Pour donner un exemple, 196,2 millions de dollars peuvent financer les frais de fonctionnement annuels de quatre hôpitaux communautaires!

Bien que l'exercice 2005-2006 soit notre meilleur exercice jusqu'ici, nous mesurons notre succès non seulement en examinant nos ventes, mais aussi en examinant la force de notre effectif. Nous continuons d'investir dans nos employés en offrant divers programmes de formation en matière de service à la clientèle, de connaissance des produits et de responsabilité sociale. De plus, nous avons investi fortement dans la technologie pour veiller à ce que nos employés aient les outils adéquats pour travailler de manière efficace. Nos investissements sont rentables. Notre enquête annuelle sur la satisfaction des acheteurs au détail nous indique que la satisfaction générale des clients à l'égard de nos magasins d'alcools est supérieure à leur satisfaction à l'égard de trois autres importants détaillants nationaux à succursales multiples. Nous pouvons être fiers du fait que nous accomplissons toutes nos tâches, tout en maintenant le coût de ses activités à un des niveaux les plus faibles au Canada.

Sur le plan de la responsabilité sociale, nos programmes d'information publique continuent d'attirer l'attention sur la Société. Au cours de l'exercice, nos meilleurs efforts de prévention de la consommation excessive occasionnelle d'alcool se sont traduits par une reconnaissance internationale du programme *Soyez sobre*. Nous avons également poursuivi la recherche des moyens d'optimiser la conformité à la *Loi sur les réglementations des alcools* en ayant recours à l'éducation et à l'application des lois et, au cours de l'exercice, nous avons mis en oeuvre un programme d'inspections axées sur les risques pour les établissements autorisés.

Pour être les meilleurs, nous ne devons pas nous reposer sur nos lauriers, mais plutôt anticiper les événements et planifier pour l'avenir. Au cours de l'exercice, nous avons mis en oeuvre un programme de planification de la relève afin d'identifier des futurs dirigeants de notre organisme. Grâce à ce programme de formation et de développement, nous croyons que nos employés acquerront l'expérience et les connaissances qui seront nécessaires pour assurer le succès continu de la Société.

Pour devenir la meilleure régie d'alcool, nous avons besoin d'excellence à tous les niveaux. Je tiens à remercier le Conseil des commissaires de sa vision et de son soutien continu à nos efforts. Je tiens également à exprimer mes remerciements et mon appréciation à l'équipe de direction et de gestion de la Société pour ses efforts inlassables, ainsi que mes remerciements à tous les employés pour leur enthousiasme, leur dévouement et leur engagement à l'égard de notre organisme.

Nous pouvons tous être fiers du fait qu'en déployant des efforts pour devenir la meilleure régie d'alcool au Canada, nous continuons d'offrir le meilleur rapport qualité-prix aux Manitobains.



**Don Lussier**  
President & CEO

# MLCC

## LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS S'EFFORCE D'ÊTRE LA MEILLEURE DANS LES SECTEURS SUIVANTS :

### RENDEMENT FINANCIER — 196,2 MILLIONS DE DOLLARS!

La Société des alcools produit des recettes pour le gouvernement du Manitoba qui soutiennent les programmes provinciaux en matière d'éducation, de soins de santé, de services sociaux et de projets communautaires. De façon générale, tous les vendredis, la Société transfère directement ses bénéfices au gouvernement — un dépôt non seulement dans le trésor provincial, mais aussi dans l'avenir de tous les Manitobains.

### RESPONSABILITÉ SOCIALE

La Société des alcools croit que la modération devrait régir la consommation des produits alcoolisés. En fait, la responsabilité sociale est intégrée dans toutes nos activités. Nos programmes de responsabilité sociale visent la consommation d'alcool par les personnes mineures, l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation foetale, la consommation excessive occasionnelle d'alcool chez les jeunes adultes, la consommation de produits non potables, ainsi que la sensibilisation à l'alcool au volant pendant la période des fêtes de fin d'année et pour la conduite des véhicules à caractère non routier. De plus, la Société continue d'équilibrer l'éducation et l'application des lois pour assurer la conformité avec la *Loi sur les réglementations des alcools*.

### SERVICE À LA CLIENTÈLE

Les acheteurs de détail donnent continuellement à la Société des alcools une cote élevée en matière d'accueil du personnel, de connaissance des produits et d'offre d'aide. Dans le cadre d'une enquête sur le service à la clientèle qui comparait les magasins d'alcools avec trois autres détaillants nationaux, la Société a reçu la cote la plus élevée pour huit attributs sur onze. Le pourcentage de satisfaction générale à l'égard du service offert dans les magasins d'alcools a été chiffré à 98 %!

### EFFICACITÉ COMMERCIALE

Affichant des ventes annuelles de plus de 480 millions de dollars, la Société des alcools est un des plus importants acheteurs d'alcool de bouche au monde : elle s'approvisionne auprès d'environ 1 000 fournisseurs provenant de 50 pays. Son Centre de distribution fournit environ 1 700 clients et traite annuellement plus de 63 000 commandes. La Société est une des régies d'alcool les plus efficaces au Canada.

### QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL

La Société des alcools emploie directement près de 750 personnes à son siège social de Winnipeg et dans ses 46 magasins d'alcools de la province. Elle a mérité le prix Argent 2006 d'excellence dans le leadership de la Human Resource Management Association of Manitoba pour un projet visant à cultiver les talents en leadership et à préparer des personnes à occuper des postes clés dans l'organisme. En 2005-2006, la Société s'est engagée à agrandir son Centre de distribution de 33 000 pi<sup>2</sup> afin de répondre aux exigences accrues de ses acheteurs au détail et clients commerciaux.



## EXAMEN DU PLAN STRATÉGIQUE ET DU PLAN D'AFFAIRES DE L'EXERCICE 2005-2006

LE PLAN STRATÉGIQUE EST FONDÉ SUR CINQ THÈMES STRATÉGIQUES QUI SERVENT DE PLAN DIRECTEUR À L'INTÉGRATION DE NOTRE ÉNONCÉ DE MISSION ET DE NOS VALEURS DANS NOS ACTIVITÉS QUOTIDIENNES ET QUI FONDENT LE PLAN D'AFFAIRES DE LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS.

LES CINQ GRANDS THÈMES SONT LA **RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE**, LA **RESPONSABILITÉ SOCIALE**, LE **SERVICE À LA CLIENTÈLE**, L'**EFFICACITÉ COMMERCIALE** ET LA **QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL**.

LES PAGES QUI SUIVENT PRÉSENTENT UN EXAMEN DU PLAN D'AFFAIRES ET LES RÉUSSITES DE LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS AU COURS DE L'EXERCICE 2005-2006.



## RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE

### BUT

Continuer de contribuer de manière importante aux recettes générales du gouvernement du Manitoba par la vente réglementée de produits alcoolisés.

### OBJECTIFS

- 1) Répondre aux exigences en matière de bénéfices du gouvernement du Manitoba.
- 2) Exercer un contrôle sur les taux de majoration tout en maintenant la transparence.

### RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

#### 196,2 millions de dollars de recettes pour les Manitobains!

Chaque année, la Société des alcools dresse un budget pour chiffrer le montant qu'elle s'attend à verser au gouvernement provincial pour l'exercice en cours. Le montant est convenu avec le gouvernement et il fait partie du budget provincial. Pour l'exercice 2005-2006, la Société a dépassé son objectif de 187,5 millions de dollars de près de 4,5 %!

Pour atteindre ses objectifs financiers, la Société fixe des cibles pour tous les secteurs de vente. Les ventes des magasins d'alcools ont dépassé la cible budgétée de 3,3 %, tandis que celles des vendeurs d'alcools l'ont dépassée de 0,2 %. Les ventes aux titulaires de licence ont été inférieures de 2 % à la cible prévue, tandis que les ventes aux magasins de vins de spécialité l'ont dépassée de 4,9 %.

Les ventes de détail moyennes par client ont augmenté de 29,97 \$ au premier trimestre à 30,76 \$ au quatrième trimestre de l'exercice. Cela est compatible avec un virage des consommateurs vers des produits de qualité supérieure. Ciblés pour accaparer une part de 60 % du marché, les produits de qualité supérieure ont atteint 59 %, soit une hausse de près de 3 % par rapport à l'exercice 2004-2005.

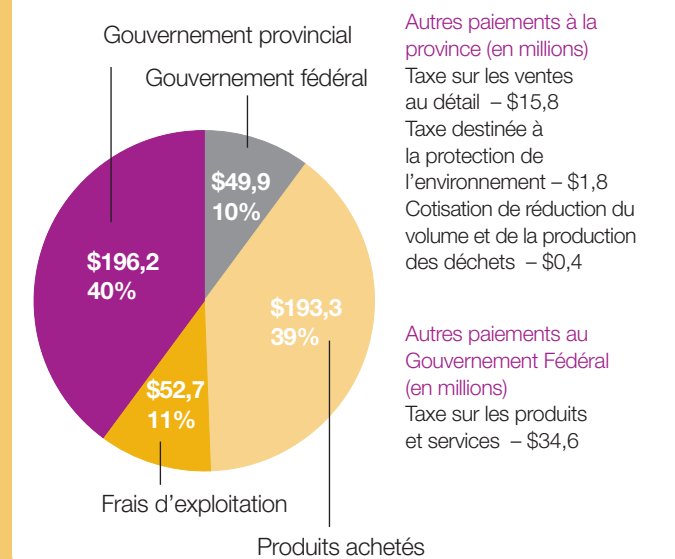
Ces excellents résultats peuvent être attribués aux belles températures estivales et automnales en 2005. Les volumes de bière vendus, qui s'accroissent normalement lorsque l'été est beau et chaud, se sont accrues davantage en raison des réductions de prix importantes des bières économiques. Bien que l'accroissement des volumes de bière signifie habituellement une réduction des volumes de spiritueux, cela n'a pas été le cas en 2005-2006. Une publicité plus agressive des entreprises de distillation, la promotion des coquetels apparentés aux martinis par les titulaires de licence et le raffinement du goût des consommateurs se sont traduits par une augmentation des volumes de spiritueux vendus. De plus, la Société a continué de constater un virage des spiritueux économiques vers les produits de luxe ou de qualité supérieure : les consommateurs choisissent de payer plus cher des produits de qualité plus élevée.

La Société a continué d'évaluer et d'appliquer des possibilités de majoration afin d'atteindre les cibles budgétées. Elle a imposé un prélèvement aux emballages de vin de dimensions supérieures au cours du premier trimestre de l'exercice 2005-2006 afin d'égaliser les frais applicables à tous les emballages.

La Société continue de surveiller les prix appliqués par les autres provinces et elle a maintenu ses prix en milieu de fourchette au cours de l'exercice 2005-2006.

## 196,2 MILLIONS DE DOLLARS AUX MANITOBAINS

### Where Does the Money Go?



La Société budgète et gère soigneusement ses frais généraux et administratifs. Les dépenses se sont accrues par rapport à l'exercice 2004-2005, mais moins que prévu. Les salaires ont continué de représenter les frais administratifs les plus importants. Ils se sont accrues en conformité avec les dispositions de la convention collective et en raison des besoins en main-d'oeuvre pour soutenir l'accroissement des ventes.

#### PRODUITS VENDUS (EN MILLIONS DE DOLLARS)

	Bières	Spiritueux	Vins	Panachés/Cidres
2002	193	154	63	13
2003	199	154	67	15
2004	212	159	72	16
2005	215	164	78	16
<b>2006</b>	<b>215</b>	<b>170</b>	<b>87</b>	<b>15</b>

#### VOLUMES VENDUS (EN MILLIONS DE LITRES)

	Bières	Spiritueux	Vins	Panachés/Cidres
2002	71,3	6,3	6,7	2,6
2003	70,6	6,3	6,8	2,9
2004	73,1	6,5	7,1	2,9
2005	70,6	6,3	7,4	2,7
<b>2006</b>	<b>74,2</b>	<b>6,4</b>	<b>7,7</b>	<b>2,6</b>

#### CONSOMMATION PAR PERSONNE (EN LITRES)

	Bières	Spiritueux	Vins	Panachés/Cidres
2002	82,6	7,3	7,8	3,0
2003	81,6	7,3	7,7	3,4
2004	83,3	7,4	8,1	3,3
2005	79,9	7,1	8,4	3,1
<b>2006</b>	<b>83,5</b>	<b>7,2</b>	<b>8,7</b>	<b>2,9</b>

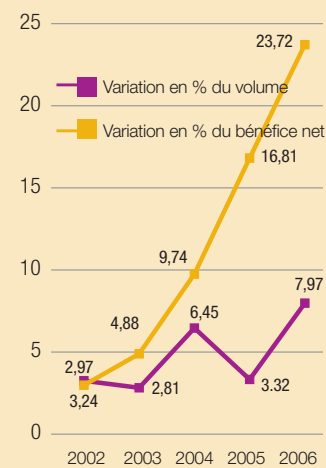
Source : Rapport sur la population de Santé Manitoba, données fondées sur la population âgée de plus de 17 ans au 1<sup>er</sup> juin de chaque année.

#### PROFIT AND EXPENSE RATIOS (IN THOUSANDS)

FISCAL YEARS ENDING MARCH 31

	2002	2003	2004	2005	2006
Sales	422,604	434,980	459,199	472,134	486,734
Gross Profit	199,140	205,448	218,191	229,842	243,526
Net Profit	163,316	166,347	174,066	185,273	196,238
General and Administrative Expenses	39,938	44,127	45,850	46,706	50,279
Fixed Assets & Depreciation	1,462	2,107	2,432	2,449	2,448
Gross Profit as % of Sales	47.1%	47.2%	47.5%	48.7%	50.0%
Net Profit as % of Sales	38.6%	38.2%	37.9%	39.2%	40.3%
General and Administrative Expenses as % of Sales	9.5%	10.1%	10.0%	9.9%	10.3%

#### % CUMULATIFS DES BÉNÉFICES ET DES VOLUMES



## RESPONSABILITÉ SOCIALE

### BUT

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

### OBJECTIFS

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

### RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

La Société des alcools a continué de promouvoir son programme *Enceinte sans alcool*, qui offre de l'information sur l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation foetale, en l'étendant aux élèves de Secondaire 1 à Secondaire 4. Une *Trousse de ressources des facilitateurs* conçue pour les enseignants et les conseillers a été distribuée à environ 1 600 écoles secondaires et centres de ressources de la province. Le programme d'information a été soutenu par une campagne publicitaire à la télévision, à la radio et dans les journaux.

En 2005-2006, pour aborder la question de la consommation excessive occasionnelle d'alcool chez les jeunes adultes, la Société a mis en oeuvre une importante campagne d'information publique pour promouvoir le programme *Soyez sobre*. Soutenue par un site Web, la campagne proposait des annonces télévisées, radiophoniques et imprimées évocatrices. Le programme a été adopté et mis en oeuvre au Yukon et il a attiré de l'intérêt aux États-Unis et au Mexique.

La Société a continué de promouvoir son programme *Déclarez votre âge*, qui exige des jeunes adultes de 18 à 24 ans qu'ils présentent une carte-photo d'identité lorsqu'ils achètent des boissons alcoolisées à un vendeur d'alcools, dans un magasin d'alcools ou dans un établissement autorisé.

Membre de l'Association canadienne des régies d'alcool, la Société a participé à une campagne nationale d'information sur la sécurité au volant des véhicules à caractère non routier. On a élaboré trois affiches saisonnières qui ciblent les utilisateurs de véhicules récréatifs flottants, de motoneiges et de VTT. Les affiches sur les véhicules flottants et les motoneiges ont été distribuées par diverses associations pertinentes dans les chalets, les parcs provinciaux et les lieux de mise à l'eau des embarcations.

La Société a continué de soutenir divers programmes de sécurité pour le retour à la maison et elle a parrainé le programme provincial Opération Nez rouge et le programme R.I.D.E. de la GRC à Dauphin.

Membre du Responsible Service Committee, la Société a continué de soutenir et de promouvoir le programme de service responsable *It's Good Business* et elle a participé à l'élaboration du programme *It's Good Business PLUS*, qui vise la formation du personnel de sécurité des établissements autorisés.



Le Service des licences et des inspections a continué d'équilibrer l'éducation et l'application des lois afin de veiller à ce que les établissements autorisés respectent la *Loi sur la réglementation des alcools*. En 2005-2006, les inspecteurs de la Société ont procédé à 23 550 inspections visant des établissements autorisés. Il s'agit d'une réduction de 9 % par rapport à l'exercice précédent, causée en partie par un certain nombre de postes à pourvoir. Les inspections d'événements visés par un permis ont été légèrement supérieures au pourcentage cible : 23,2 % des événements visés par un permis ont été inspectés pendant leur déroulement.

Le nombre de lettres d'avertissement aux titulaires de licence a connu une augmentation importante, passant de 80 en 2004-2005 à 214 en 2005-2006, et la direction des services d'inspection a lancé 14 convocations. Du côté des titulaires de permis et des exploitants de salles de réception, il y a eu 13 avertissements et deux suspensions des privilèges. La hausse du nombre d'avertissements provenait d'un suivi plus rapide des rapports soumis.

En 2005-2006, la Société a délivré 11 462 permis exceptionnels, soit une baisse de 3,1 % par rapport à 2004-2005. Le nombre de permis de vente poursuit sa chute en raison d'un déplacement des salles de réception vers les établissements autorisés qui offrent des environnements plus contrôlés, des serveurs formés et un traitement des ventes aux termes d'une licence au lieu d'un permis.

Les inspecteurs ont dirigé 111 séminaires éducatifs à l'intention des titulaires de licence et de leur personnel, en hausse par rapport aux 84 séminaires offerts en 2004-2005. L'augmentation est due à l'accroissement des demandes de formation des titulaires de licence. De plus, environ 609 propriétaires et gérants et 3 796 serveurs et membres du personnel de sécurité ont participé au programme obligatoire de service responsable *It's Good Business*, offert par le Manitoba Tourism Education Council (MTEC).

La Société a également collaboré avec Justice Manitoba, le MTEC et la Manitoba Hotel Association à l'élaboration du programme *It's Good Business PLUS*, qui vise le personnel de sécurité. Le cours de formation a été développé par le MTEC et trois cours pilotes ont été offerts à l'automne 2005. Le cours a été mis au point et parachevé pour la fin de l'exercice, le 31 mars 2006. Il a été lancé le mois suivant au cours de l'événement CENTREX, la conférence professionnelle de l'industrie hôtelière.

En 2005-2006, le Service des licences et des inspections a mis en oeuvre un programme d'inspections axées sur les risques, qui se concentrait sur les établissements à risque élevé où la vente de boissons alcoolisées est l'activité principale. En plus de procéder à quelques modifications pour améliorer l'utilisation des ressources, le Service a élaboré des critères normalisés pour aider les inspecteurs à signaler les infractions à la *Loi sur la réglementation des alcools*.

Les cadres supérieurs du Service des licences et des inspections ont rencontré 45 importants titulaires de licence et des membres de la Manitoba Hotel Association pour examiner les modifications apportées à la *Loi sur la réglementation des alcools*. Afin de rehausser la communication avec le secteur hôtelier, la Société a publié trois bulletins d'information pour faire connaître les modifications législatives et les procédures administratives afférentes.

#### NOMBRE DE PERMIS EXCEPTIONNELS ÉMIS

	2002	2003	2004	2005	2006
Consommations payantes	7,991	8,056	7,569	7,468	7,102
Consommations gratuites	4,750	4,641	4,425	4,356	4,360
<b>Total</b>	<b>12,741</b>	<b>12,697</b>	<b>11,994</b>	<b>11,824</b>	<b>11,462</b>

#### NOMBRE D'ENREGISTREMENTS D'HÔTELS ET DE LICENCES

Catégories de licence	2002	2003	2004	2005	2006
Enregistrements d'hôtels	324	323	327	322	318
Détail					
Vendeurs de bière	298	296	297	293	288
Brasseurs	3	2	1	1	1
Vin de messe	3	3	3	3	2
Établissement vinicole					1
Bars	279	277	276	271	267
Salles à manger	1,133	1,116	1,124	1,138	1,148
Transport	11	11	11	11	11
Bars-salons	444	455	450	466	475
Cabarets	24	20	20	24	26
Activités de spectateurs	39	41	41	38	40
Clubs privés	265	266	263	263	262
Cantines	18	18	18	15	15
Établissements sportifs	150	154	156	151	152
Fabricants	55	35	37	37	21
<b>Total</b>	<b>3,046</b>	<b>3,017</b>	<b>3,024</b>	<b>3,033</b>	<b>3,027</b>

#### NOMBRE D'INSPECTIONS, D'ENQUÊTES ET DE SÉMINAIRES DE FORMATION

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Établissements visés par une licence</b>					
Visites aux titulaires de licence	28,161	27,613	27,338	25,858	23,550
Enquêtes/inspections finales des lieux	1,010	984	915	438	518
Formation des titulaires et de leur personnel	151	145	142	84	111
<b>Total</b>	<b>29,322</b>	<b>28,742</b>	<b>28,395</b>	<b>26,380</b>	<b>24,179</b>

#### Permis exceptionnels

Inspections pendant l'événement	1,658	1,695	1,707	1,576	1,664
Inspections avant l'émission	1,033	1,029	1,208	1,415	1,617
Formation des propriétaires de salles/titulaires de permis/population	114	134	93	62	88
Inspections des nouvelles salles de réception	70	103	93	55	191*
<b>Total</b>	<b>2,875</b>	<b>2,961</b>	<b>3,101</b>	<b>3,108</b>	<b>3,560</b>

#### Enquêtes générales et de plaintes du public

<b>Total</b>	<b>1,296</b>	<b>1,309</b>	<b>1,162</b>	<b>1,326</b>	<b>975**</b>
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

**Nota.** La Société a procédé à un nombre réduit d'inspections au cours de l'exercice 2005-2006 en raison de postes vacants (inspecteurs) et de l'adoption des inspections axées sur les risques.

\* À compter de l'exercice 2005-2006, les inspections englobent les salles de réception autonomes et les salles situées à l'intérieur des établissements autorisés.

\*\* À compter de l'exercice 2005-2006, les demandes de cartes-photos d'identité font l'objet d'un dépistage préliminaire par un conseiller aux licences. Cela se traduit par une réduction du nombre d'enquêtes.

## MESURES DISCIPLINAIRES

	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Titulaires de licence</b>					
Mesures administratives					
— lettres d'avertissement	100	229	121	80	214
— convocations par la direction des Services d'inspection	29	30	11	19	14
<b>Total</b>	<b>129</b>	<b>259</b>	<b>132</b>	<b>99</b>	<b>228</b>
<b>Commission</b>					
— audiences disciplinaires	45	41	35	29	33
— audiences d'appel	6	6	3	3	8
<b>Mesures par la commission</b>					
— avertissements	10	5	7	5	4
— suspensions	36	29	26	20	26
— annulations	2	0	3	0	2
— autres	2	10	0	1	2
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>44</b>	<b>36</b>	<b>26</b>	<b>34</b>
<b>Nombre total de jours de suspension</b>	<b>82</b>	<b>121</b>	<b>433*</b>	<b>119**</b>	<b>67</b>
<b>Titulaires de permis/Propriétaires de salles de réception</b>					
Mesures administratives					
— avertissements	13	30	11	12	13
— suspensions de privilèges	4	7	4	1	2
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>37</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>15</b>

**Nota.** Les mesures prises par la Commission ne correspondent pas nécessairement au nombre d'audiences en raison des appels reportés à l'exercice suivant ou du fait que plus d'une mesure peut être adoptée lors d'une audience.

\* 365 jours de suspension attribués à un seul titulaire de licence (suspension entrée en vigueur en 2002-2003 et se poursuivant en 2004-2005).

\*\* 85 jours de suspension attribués à un seul titulaire de licence (suspension entrée en vigueur en 2002-2003 et terminée en 2004-2005).

Les infractions à la *Loi sur la réglementation des alcools* peuvent être traitées soit de manière administrative soit par une audience devant la Commission des licences. S'il n'y a pas de dossier antérieur, l'inspecteur peut traiter l'affaire par la formation du titulaire de licence et de son personnel.

S'il y a un dossier d'exploitation et que l'infraction n'est pas trop grave, l'administration peut envoyer une lettre d'avertissement ou convoquer le titulaire de licence pour discuter des solutions à apporter au problème. Ces lettres et convocations sont versées au dossier d'exploitation du titulaire. S'il y a un dossier d'exploitation et que l'infraction est grave, l'affaire est renvoyée à la Commission des licences pour audience. Les appels sont entendus par le Conseil des commissaires.

## MODIFICATIONS LÉGISLATIVES

## LOI SUR LA RÉGLEMENTATION DES ALCOOLS

- Le projet de loi 12 (*Loi modifiant la Loi sur la réglementation des alcools*) a reçu la sanction royale le 9 juin 2005. La nouvelle loi comprend les dispositions suivantes :
  - La période qui suit le moment où la vente des boissons alcoolisées doit cesser passe de 30 minutes à un maximum de 60 minutes.
  - Le titulaire de licence peut reboucher une bouteille de vin servie à un client avec un repas complet et non terminée afin que ce dernier puisse l'apporter à la maison.
  - Une entreprise de distillation qui est titulaire d'une licence de fabricant peut établir un magasin de vente au détail s'il est situé dans l'établissement de production.
  - Un magasin de vins de spécialité peut désormais vendre des produits de spécialité faits à base de raisins.

- Le personnel d'un magasin d'alcools, d'un vendeur d'alcools, d'un magasin de vins de spécialité ou d'une boutique hors taxes peut offrir sur les lieux des échantillons de produits aux clients.
- Les vendeurs d'alcools peuvent vendre des boissons alcoolisées aux titulaires de licence et au grand public et ils peuvent livrer leurs produits aux établissements autorisés de leur territoire de desserte.
- Les employés de la Société des alcools ont désormais la possibilité de travailler dans d'autres segments du secteur des boissons alcoolisées.

## RÈGLEMENTS

- Le Règlement du Manitoba n° 125/94 (*Règlement sur les magasins de vins de spécialité*) a été modifié par le Règlement n° 74/2005, qui a été enregistré le 24 mai 2005 et est entré en vigueur le 4 juin 2005. Le nouveau règlement ajoute un article qui autorise les magasins de spécialités gastronomiques et vins de spécialité à être exploités à des emplacements temporaires au cours d'un festival du vin et abroge les articles 5 et 6 (remises sur le vin et droits d'exploitation annuels).
- Le Règlement du Manitoba n° 12/2002 (*Occasional Liquor Permits Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 84/2005, qui a été enregistré le 13 juin 2005 et est entré en vigueur le 25 juin 2005. Le nouveau règlement prolonge de 30 minutes à 60 minutes la période de temps autorisée pour la consommation de boissons alcoolisées après la fermeture du bar. Il ajoute aussi un article qui exige qu'un titulaire de permis exceptionnel veille à ce que l'événement faisant l'objet du permis ne soit pas témoin de comportements illégaux.
- Le Règlement du Manitoba n° 200/94 (*Liquor Control (Miscellaneous Provisions) Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 85/2005, qui a été enregistré le 13 juin 2005 et est entré en vigueur le 25 juin 2005. Le nouveau règlement ajoute un article qui autorise les employés de la Société des alcools, ainsi que les exploitants ou employés d'un vendeur d'alcools, d'offrir des échantillons de produits dans un magasin d'alcools ou chez le vendeur d'alcools.
- Le Règlement du Manitoba n° 199/94 (*Liquor Packaging and Delivery Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 86/2005, qui a été enregistré le 13 juin 2005 et est entré en vigueur le 25 juin 2005. Le nouveau règlement exige que les contenants de boissons alcoolisées soient étiquetés conformément aux dispositions de la *Loi sur les aliments et drogues (Canada)* et de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation (Canada)*. Il ajoute aussi un article qui autorise un magasin de détail d'une entreprise de distillation à livrer des spiritueux et autorise un vendeur d'alcools à facturer des frais de livraison.
- Le Règlement du Manitoba n° 125/94 (*Règlement sur les magasins de vins de spécialité*) a été modifié par le Règlement n° 107/2005, qui a été enregistré le 11 juillet 2005 et est entré en vigueur le 23 juillet 2005. Le nouveau règlement ajoute une définition des liqueurs de spécialité faites à base de raisins et des spiritueux de spécialité faits à base de raisins et il ajoute un article qui autorise la vente de ces produits au magasin Fenton's Wine Market à La Fourche.
- Le Règlement du Manitoba n° 176/94 (*Règlement sur les demandes de licence et la procédure d'appel*) a été modifié par le Règlement n° 128/2005, qui a été enregistré le 31 août 2005 et est entré en vigueur le 17 septembre 2005. Le nouveau règlement supprime l'autorisation accordée à la Société des alcools de procéder à une vérification du casier judiciaire provenant d'un organisme chargé de l'application de la loi et il ajoute l'exigence pour le requérant d'une licence d'obtenir une telle vérification du casier judiciaire et de la soumettre en appui à sa demande de licence.
- Le Règlement du Manitoba n° 57/95 (*Payment for Liquor Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 172/2005, qui a été enregistré le 29 novembre 2005 et est entré en vigueur le 10 décembre 2005. Le nouveau règlement supprime l'utilisation des chèques personnels par le grand public comme forme acceptable de paiement des boissons alcoolisées.



## SERVICE À LA CLIENTÈLE

### BUT

Offrir un service de qualité élevée à nos clients commerciaux et de détail partout dans la province.

### 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 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

Pour suivre l'évolution des besoins de sa clientèle, la Société des alcools a poursuivi l'adoption de catégories de produits de qualité supérieure. Elle a procédé à un examen de la gestion des catégories de spiritueux et de vins économiques et a préparé des recommandations.

La Société a continué à moderniser ses magasins de détail (magasins d'alcools) dans le cadre de son programme d'aménagement des magasins pour répondre aux besoins accrus de la clientèle. Voici les projets entrepris en 2005-2006.

#### WINNIPEG

Un nouveau magasin d'alcools satellite a ouvert ses portes dans le centre commercial Southglen du chemin St. Anne's. Le magasin de 5 000 pi<sup>2</sup> dessert la zone sud en expansion du quartier Saint-Vital. Il propose un assortiment de produits les plus vendus, un décor attrayant et un environnement d'achat ouvert.

Le magasin d'alcools du centre commercial Northgate a été déménagé au centre commercial Garden City Square. Le nouveau magasin de 10 000 pi<sup>2</sup> propose un choix accru de vins, une zone pour les bières et les boissons rafraîchissantes et un assortiment étendu de spiritueux et de liqueurs. Des allées larges et des couleurs éclatantes proposent un environnement d'achat attrayant aux consommateurs.

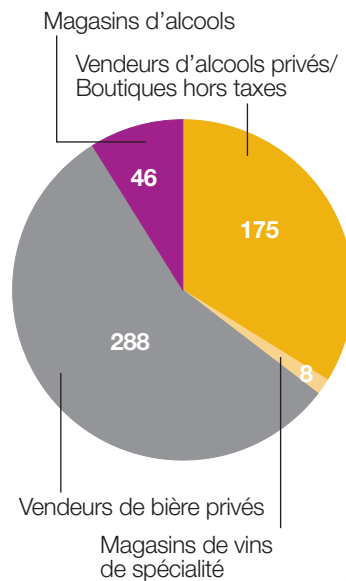
On a parachevé les travaux de finition du magasin d'alcools situé à l'angle de River et Osborne, dans le quartier du village Osborne.

#### BRANDON

Le magasin d'alcools situé à l'angle de la 10<sup>e</sup> Rue et de l'avenue Victoria a été déménagé de l'autre côté de la rue dans un nouvel immeuble autonome de 11 000 pi<sup>2</sup>. Le nouveau magasin propose un vaste assortiment de vins, une zone ouverte pour les bières et les boissons rafraîchissantes et des étagères de spiritueux et de liqueurs périphériques. Le choix de produits a été étendu de manière spectaculaire pour desservir le grand public et les clients commerciaux.

En 2005-2006, la Société des alcools et les 171 vendeurs d'alcools de la province ont conclu une entente sur la prolongation de leurs accords d'exploitation. Les vendeurs d'alcools ont connu un bon rendement au cours de l'exercice, enregistrant une hausse de 1,7 % des ventes par rapport à 2004-2005. La hausse est attribuée aux améliorations apportées à la formation en matière de produits et de responsabilité sociale, ainsi qu'à l'amélioration de la sélection et de l'assortiment des produits. La Société a recours à un acheteur professionnel qui visite les magasins et les vendeurs d'alcools pour déterminer leur niveau de service. L'acheteur a fait quatre séries de visites aux vendeurs d'alcools pour établir leur niveau de service à 85 %, soit 1 % de plus que le pourcentage ciblé.

#### ÉTABLISSEMENTS DE DÉTAIL – 2006



La Société et les magasins d'alcools ont continué de soutenir les festivals du vin communautaires et d'autres événements dans l'ensemble de la province. En plus d'aider les organismes de bienfaisance locaux, les événements rehaussent la connaissance des produits des consommateurs. En 2005-2006, des festivals du vin ont eu lieu à Brandon, Dauphin, Neepawa, Portage la Prairie, Russell, Swan River, Le Pas et Thompson. Le Festival du vin de Winnipeg continue d'être l'activité de financement la plus importante des Jeux Olympiques spéciaux du Manitoba. La Société a également participé au deuxième Flatlanders Beer Festival annuel qui a eu lieu à Winnipeg en soutien à la Manitoba Moose Yearling Foundation.

Afin d'améliorer le service dans les régions rurales, 14 membres du personnel des magasins d'alcools ruraux ont suivi un cours de base sur les vins et les spiritueux et la Société a organisé sept séances de dégustation avec la Brandon Wine Society. Elle a aussi mis en oeuvre la gestion par catégorie dans trois magasins d'alcools ruraux en vue de rehausser l'assortiment de produits offerts aux consommateurs.

À titre de suivi de l'enquête sur la satisfaction de la clientèle de l'an dernier, la Société a mis en oeuvre des projets qui visent à améliorer le service offert à l'industrie de l'accueil. Aussi, le conseiller aux ventes des titulaires de licence a offert 49 séances de formation au service et d'information sur les produits aux secteurs de l'hôtellerie et des services d'alimentation.

#### RÉPERTOIRE DES PRODUITS

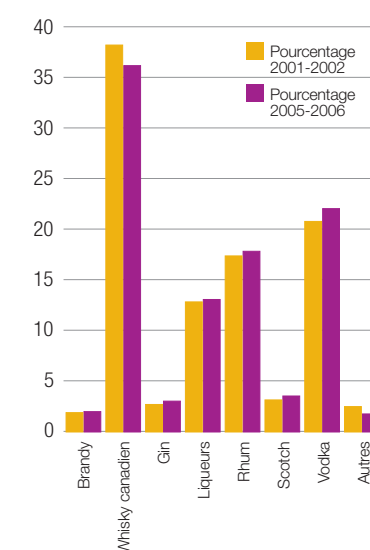
<b>Spiritueux</b>	liste générale	503
	liste des spécialités	253
<b>Vins</b>	liste générale	903
	liste des spécialités	1084
<b>Bières</b>	distribuées par la Société	66
	distribuées par les vendeurs privés	412
<b>Boissons rafraîchissantes (panachés)</b>	liste générale	66
	liste des spécialités	3
<b>TOTAL des produits au 31 mars 2006</b>		<b>3290</b>

Les produits indiqués sur une liste générale affichent généralement des volumes de vente élevés.

Les produits indiqués sur une liste des spécialités affiche des volumes de vente plus faibles et il s'agit de produits uniques qui complètent l'assortiment des produits offerts par la Société.

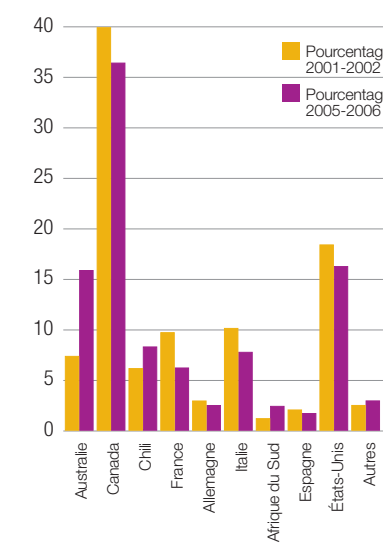
#### VENTES DE SPIRITUEUX PAR TYPE

EXERCICES 2001-2002 et 2005-2006



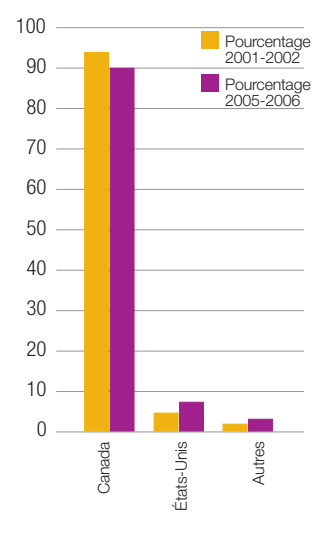
#### VENTES DE VIN PAR PAYS

EXERCICES 2001-2002 et 2005-2006



#### VENTES DE BIÈRE PAR PAYS

EXERCICES 2001-2002 et 2005-2006



## EFFICACITÉ COMMERCIALE

### BUT

Adopter les pratiques exemplaires du secteur en travaillant en collaboration avec les fournisseurs et les clients commerciaux.

### OBJECTIFS

- 1) Proposer des programmes qui, avec le temps, feront de la Société des alcools la meilleure régie d'alcool du Canada.
- 2) Promouvoir et établir l'image de marque de la Société des alcools auprès de nos interlocuteurs.
- 3) Modifier ou établir des politiques et des processus en vue de se conformer aux exigences législatives.

### RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

La Société des alcools examine annuellement ses mesures de service et de productivité, ainsi que la rentabilité de ses stratégies. Les examens recherchent les économies que peuvent réaliser les magasins d'alcools et le Centre de distribution en termes de gestion des stocks dans leurs locaux respectifs. Des cibles de productivité sont établies pour le Service des achats, les Services de détail et le Centre de distribution. On mesure la productivité tous les trimestres pendant l'exercice. Voici les données de l'exercice 2005-2006.

#### VENTES AU DÉTAIL (MAGASINS D'ALCOOLS)

	Cible	Résultat
1) Niveau de service des stocks (disponibilité des produits)	94 %	97,6 %
2) Productivité (unités par heure travaillée)		
Magasins de Winnipeg	33	34,1
Magasins des régions rurales	28	29,9
3) Rotation des stocks		
Magasins de Winnipeg	13 turns	13,6 turns
Magasins des régions rurales	10 turns	11,2 turns
4) Pertes (en pourcentage)	0,15 %	0,12 %
	of annual store sales	of annual store sales
5) Frais généraux et administratifs des magasins (en pourcentage des ventes)	9,75 %	9,2 %

Les cibles de productivité ont été dépassées en raison des gains de rendement dus à l'ordonnancement par activités. Un tel ordonnancement prévoit l'effectif nécessaire au bon moment afin de répondre aux demandes de la clientèle. La gestion des stocks a été améliorée en raison de l'élimination des produits les moins bien vendus de la gamme de produits offerts.

#### SERVICE DES ACHATS

	Cible	Résultat
1) Rotation des stocks	8,9 rotations	8,23 rotations
2) Niveau de service des stocks (disponibilité des produits) pour les listes générales	97 %	95,6 %

Les cibles n'ont pas été atteintes en raison de la courbe d'apprentissage du personnel qui devait s'adapter au nouveau système informatique intégré de la Société. Les problèmes d'approvisionnement et les retards sur le plan du transport causés par une grève au port de Vancouver en 2005 ont également eu des incidences.

#### CENTRE DE DISTRIBUTION

	Cible	Résultat
1) Nombre de caisses manipulées par heure travaillée	25,25 caisses	27,16 caisses

L'accroissement de la productivité est attribuée à l'examen et à l'amélioration des activités suivantes :

- traitement du bris et des échantillons de contrôle de la qualité;
- manutention des expéditions de produits non alcoolisés;
- reconstitution plus efficace des stocks de produits;
- établissement de minimums de cartons pour le emballage des commandes des clients;
- temps de réponse du balayage des codes des produits.

#### SERVICE DES INSPECTIONS

Le Service des inspections a également mis en oeuvre des mesures d'amélioration. Il a élaboré des critères normalisés pour aider les inspecteurs à signaler les infractions à la *Loi sur la réglementation des alcools*. Ces derniers ont reçu une formation en matière de prise de notes et de témoignage, de rapports administratifs et de rédaction de rapports. Le Service a également élaboré des indicateurs de rendement pour aider les inspecteurs à traiter les titulaires de licence de manière équitable et uniforme.

#### REPRISE APRÈS SINISTRE

La Société des alcools a continué de mettre au point ses plans de reprise après sinistre et d'urgence en procédant à des mises à l'essai. L'essai a été limité à une période de reprise de cinq jours pour déterminer avec réalisme ce qui pourrait être accompli au cours de la période. La Société continuera de mettre ses plans à l'essai sur une base annuelle.

#### COMMUNICATIONS

Afin de mieux communiquer la valeur de la Société aux Manitobains, cette dernière a élaboré une série d'affiches pour les magasins qui mettent en vedette son apport financier à la province, ainsi que son engagement en faveur de la responsabilité sociale et son soutien aux organismes de bienfaisance et aux événements communautaires. Les affiches seront présentes dans les magasins d'alcools au cours de l'exercice 2006-2006.

Afin de mieux desservir ses employés, la Société a également commencé à explorer le développement d'un site intranet qui améliorerait les communications au sein de l'organisme. Des recommandations visant la conception et l'implémentation du site seront soumises en 2006-2007.

### DÉVELOPPEMENT DURABLE

La Société des alcools a poursuivi la mise en oeuvre de projets dans le cadre de son plan d'action pour le développement durable. En 2005-2006, elle a obtenu les résultats suivants :

- intégration d'une disposition sur le développement durable dans les appels d'offres et les demandes de propositions;
- offre d'une formation sur le Web au personnel du Service de l'approvisionnement et des Services administratifs en matière de « services d'approvisionnement écologiques »;
- mises en place de nouveaux modes d'établissement des rapports afin de mesurer la consommation d'éthanol par les véhicules du parc de la Société;
- modernisation de l'éclairage de 40 magasins d'alcools en adoptant des appareils d'éclairage éconergiques;
- remplacement du refroidisseur du siège social par un appareil plus éconergique.

### SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL

La Société des alcools a poursuivi son analyse des dangers au travail au Centre de distribution. Elle a mis en oeuvre un certain nombre de mesures de contrôle dans les entrepôts, y compris les suivantes :

- documentation de toutes les procédures de sécurité au travail;
- installation d'une voie piétonnière, y compris des miroirs pour les virages sans visibilité et des panneaux Cédez, pour le déplacement sécuritaire des gens et des machines;
- assignation de guetteurs pour accompagner les nouveaux employés qui conduisent des chariots élévateurs à fourche jusqu'à ce que ces derniers acquièrent une expérience adéquate;
- exigence pour l'ensemble du personnel de porter des chaussures de protection;
- installation de nouveaux panneaux de sécurité pour signaler les risques potentiels;
- obligation de porter des lunettes protectrices contre les agents chimiques dans la zone de chargement des batteries.

La Société a également mis en oeuvre diverses mesures dans la zone de contrôle de la qualité :

- documentation des procédures de sécurité;
- formation de base obligatoire touchant le Système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail (SIMDUT), les premiers soins, la réanimation cardio-respiratoire et le programme Backsafe;
- minimisation de l'exposition à l'alcool éthylique en déplaçant la hotte à aspiration;
- amélioration du broyage des bouteilles et du dépistage de la présence de tartrates;
- diverses modifications physiques, telles que l'amélioration de la signalisation en vue de rehausser la sécurité et les déplacements des employés.

### GESTION DES RISQUES

La Société des alcools a poursuivi la mise en oeuvre d'une stratégie de gestion des risques pour l'ensemble de l'organisme. La stratégie permettra aux gestionnaires et aux employés de mieux comprendre comment ils contribuent à la gestion des risques. De plus, la Société explorera les pratiques exemplaires en matière d'homologation du contrôle interne en visant à les intégrer dans la stratégie. On s'attend à consacrer quelques années à la mise en oeuvre de la stratégie.

### CONFIDENTIALITÉ

En 2005-2006, la Société des alcools a élaboré une politique de confidentialité afin de gérer la collecte et la conservation des renseignements personnels à des fins commerciales. La Société a mis à jour sa politique en adoptant des pratiques exemplaires afin de satisfaire aux normes de confidentialité existantes les plus élevées.

## 06 QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL

### BUT

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

### OBJECTIFS

- 1) Promouvoir une culture d'inclusion qui favorise la participation de tous les membres du personnel.
- 2) S'assurer d'un personnel et d'une équipe de direction compétents et capables d'assumer de nouvelles responsabilités.
- 3) Promouvoir la diversité en milieu de travail afin de refléter la diversité retrouvée dans la population.
- 4) Promouvoir un équilibre sain entre le travail et la vie.
- 5) Maintenir un environnement de services d'information et de technologie de l'information modernisé qui répond aux besoins de l'organisme.
- 6) Évaluer les installations de la Société des alcools et examiner l'ampleur et l'opportunité des exigences de réinvestissement dans le Centre de distribution et le siège social.

### RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

#### PROMOTION D'UNE CULTURE D'INCLUSION

La Société des alcools a organisé trois groupes de discussion composés d'un ensemble varié d'employés afin d'examiner les questions existantes et nouvelles qui découlent de l'enquête sur la satisfaction au travail menée en 2004-2005. La rétroaction des participants aux trois séances de discussion a entraîné la création de trois comités chargés d'étudier les questions de leadership, de communication et d'ordonnement par activités.

Pour maintenir son engagement en faveur de l'amélioration des communications avec les employés, la direction supérieure de la Société a présenté le plan d'affaires pour 2005-2006 à tous les gestionnaires de Winnipeg et gérants des magasins d'alcools en organisant une série de séances d'information au début de l'exercice.

#### INFORMATION ET FORMATION

La Société a continué à planifier la relève au cours de l'exercice 2005-2006. Le processus associe les compétences requises pour un leadership de niveau supérieur aux employés au potentiel élevé. Un examen du programme de rétroaction tous azimuts est en cours et on a amorcé la formation du leadership de certains employés ciblés. Les possibilités de formation additionnelle feront l'objet de mesures au cours de l'exercice 2006-2007.

Le Programme de perfectionnement en gestion de magasin continue de produire de nouveaux gérants dans le cadre du processus de planification de la relève. Depuis 1999, le Programme constitue la principale source de la Société en matière de perfectionnement des gérants de magasin. Parmi les 45 participants inscrits au Programme au cours des six dernières années, 38 occupent un emploi de gestionnaire permanent.



Au cours des ans, la Société a investi considérablement dans la formation de ses employés. Tous les employés à temps plein des magasins d'alcools doivent suivre un cours de formation de base sur les vins et les spiritueux d'une durée de trois jours.

En 2005-2006, la Société a offert quatre cours de base sur les vins et les spiritueux à Winnipeg et deux cours dans des collectivités rurales. Les cours se sont traduits par la remise de certificats à 56 employés et une augmentation de 25 % du nombre de conseillers en produits formés.

Il y a environ vingt ans, la Société a mis en place un cours de formation menant à un certificat supérieur à l'intention des employés qui souhaitent accroître leur niveau de connaissance des produits. Le cours est l'équivalent d'un demi-cours universitaire en termes d'effort. En 2005-2006, la Société a offert deux cours qui ont permis à 45 employés d'obtenir un certificat supérieur. Plus des deux tiers des employés à temps plein des magasins d'alcools ont désormais un certificat supérieur, y compris un grand nombre de gérants de magasin.

La Société a mis en oeuvre un système de gestion du rendement qui a recours à une approche fondée sur la compétence pour développer le potentiel des employés. Le système offre aux gestionnaires des outils pour l'établissement des objectifs des employés, le traitement de la rétroaction et la résolution de problème. La formation a été parachevée en 2005-2006 pour les gestionnaires du siège social et les gérants des magasins d'alcools.

#### EXAMEN DES DOCUMENTS DE POLITIQUE

La Société a entrepris un examen général de ses documents de politique afin de mettre à jour leur libellé et de normaliser leur format. L'examen visait à accroître l'utilité des politiques et leur accessibilité pour les employés. En 2005-2006, toutes les politiques ont été révisées et postées sur le site Web de la Société pour permettre aux employés d'y avoir accès facilement.

#### DIVERSITÉ DE L'EFFECTIF

En 2005-2006, la Société a conçu et commencé à mettre en oeuvre une stratégie d'emploi des Autochtones d'une durée de trois ans, qui comprend des stratégies de recrutement et de conservation et vise les possibilités d'établissement de liens avec la collectivité autochtone. Dans le cadre de cette stratégie, la Société a mis en oeuvre les mesures suivantes :

- création de groupes consultatifs internes et externes en vue d'échanger des renseignements et d'obtenir des conseils;
- parrainage du dîner de gala organisé pour soutenir le programme de bourses d'études Helen Betty Osborne qui offre une aide financière aux étudiants autochtones inscrits à des programmes d'études postsecondaires au Manitoba;
- soutien aux Manitoba Aboriginal Youth Achievement Awards, qui honorent les jeunes Autochtones qui affichent d'excellentes normes d'excellence, de dévouement et de leadership;
- élaboration d'un Programme de stages pour Autochtones, qui est conçu pour aider les diplômés des programmes postsecondaires à acquérir une expérience de travail valable dans leur champ d'études;
- participation au programme Transition jeunesse, en partenariat avec le gouvernement provincial ([icijeunesse.mb.ca](http://icijeunesse.mb.ca)), afin d'offrir aux récents diplômés des écoles secondaires une expérience de travail valable et une bourse d'études;
- organisation d'une nouvelle enquête auprès des employés actuels afin de produire des statistiques sur l'équité en matière d'emploi dans la main-d'oeuvre de la Société.

#### MIEUX-ÊTRE DES EMPLOYÉS

En 2005-2006, la Société a mis en oeuvre un programme de mieux-être à l'intention des employés. Le programme propose un bulletin d'information contenant des conseils de mieux-être, ainsi qu'une allocation pour l'inscription à un centre de conditionnement physique afin d'encourager les employés à devenir physiquement actifs et à profiter des avantages d'un mode de vie actif. La Société a également continué à surveiller la charge de travail des employés afin de veiller à ce qu'elle demeure raisonnable et équilibrable.

#### PROJETS DE TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION

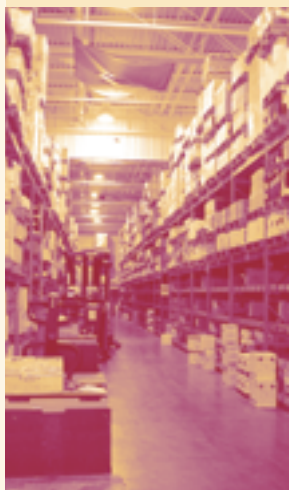
La Société a poursuivi son examen et sa révision des processus des services à la suite de l'implémentation du projet LINK en 2004-2005. D'une durée de cinq ans, le projet a permis l'intégration d'une vingtaine de systèmes informatiques périmés dans un système unique appelé JDEwards. On a mis en oeuvre un plan de viabilité afin de continuer de profiter des avantages continus du projet LINK, d'offrir un soutien aux utilisateurs finals du système et de gérer l'exploitation et l'amélioration du système, ainsi que les liens avec les fournisseurs. La Société a également élaboré un plan de mise en oeuvre pour traiter les éléments qui dépassent la portée originale du projet LINK. Elle a offert une formation au personnel afin qu'il puisse utiliser le nouveau système le plus efficacement possible.

En 2005-2006, la Société a mis à niveau ses logiciels en adoptant une version plus courante de ceux-ci. Elle a aussi offert un accès au système informatique à distance afin de permettre aux inspecteurs d'obtenir des données pendant qu'ils sont sur le terrain.

La Société a parachevé une analyse de rentabilisation pour le remplacement de son système de terminaux de point de vente et de caisses enregistreuses. Elle a créé une équipe de travail et nommé le projet : *CHEERS — Connecting Head Office Enterprise Efficiencies with Retail Stores*. L'équipe du projet recherchera de nouvelles solutions technologiques et d'affaires pour répondre aux besoins actuels et futurs de la Société. Ces solutions comprennent un nouveau système de terminaux de point de vente (logiciels et matériel), un logiciel de vérification des ventes, un logiciel de sélection de produits et de reconstitution des stocks, et un entrepôt de données de ventes au détail. Le parachèvement du projet CHEERS devrait exiger entre trois et quatre ans de travail.

#### EXPANSION DU CENTRE DE DISTRIBUTION

En 2005-2006, la Société a embauché un consultant pour l'aider à trouver la meilleure solution possible pour répondre aux exigences croissantes de ses magasins de détail et clients commerciaux. La solution approuvée par le Conseil des commissaires de la Société a été une expansion de 33 000 pi<sup>2</sup> du Centre de distribution. Les travaux de construction commenceront en 2006-2007. Après avoir procédé à un examen des installations du siège social, on a cerné la nécessité d'accroître la superficie des locaux à bureaux pour accommoder l'expansion du Centre de distribution. Une recommandation visant l'expansion de la surface de bureaux du siège social sera soumise au Conseil des commissaires en 2006-2007.



[c] The Commission leases computer equipment. Leases on this computer equipment have expiry dates ranging from 2005 to 2010.

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

Year ending March 31	\$
2007	928
2008	445
2009	305
2010	74
	1,752

## MAGASINS D'ALCOOLS

Les 46 magasins d'alcools de la Société des alcools du Manitoba sont situés dans les collectivités suivantes.

### Beausejour

619, avenue Park

### Brandon

10<sup>e</sup> Rue et avenue Victoria  
Brandon Shoppers Mall

### Carman

3, avenue Centre Ouest

### Churchill

203, avenue Laverendrye

### Dauphin

130, 1<sup>re</sup> Avenue Nord-Ouest

### Flin Flon

26, rue Hapnot

### Gimli

52, rue Centre

### Killarney

516, avenue Broadway

### Lac du Bonnet

76, 2<sup>e</sup> Avenue Ouest

### Minnedosa

16, 2<sup>e</sup> Avenue Nord-Ouest

### Morden

331, rue North Railway

### Neepawa

393, avenue Mountain

### Pine Falls

17, rue Pine

### Portage la Prairie

300, avenue Saskatchewan

### Roblin

126, rue Main Nord-Ouest

### Russell

202, avenue Shell River Nord

### Selkirk

446, rue Main

### Swan River

716, rue Main

### The Pas

333, avenue Edwards

### Thompson

131, avenue Selkirk

### Virden

197, 3<sup>e</sup> Avenue

### Winnipeg

#### Charleswood

3900, avenue Grant, pièce 1D

#### cityplace

333, avenue St. Mary

#### Centre commercial Crestview

3393, avenue Portage, pièce 170

#### Centre commercial Dominion

21, rue Marion

#### Centre commercial Eastwinds

1530, avenue Regent, pièce 25

#### Fort Garry

1235, chemin Pembina

#### Fort Richmond

2855, chemin Pembina

#### Garden City Square

915, avenue Leila, unité 2

#### Centre commercial Grant Park Plaza

1120, avenue Grant

#### Hargrave et Ellice

325, avenue Ellice

#### Kenaston Crossing

1650, boulevard Kenaston, pièce 8

#### Madison Square

1600, avenue Ness, pièce P

#### Main et Jefferson

1662, rue Main

#### Main et Pritchard

1005, rue Main

#### Centre commercial Northdale

965A, chemin Henderson

#### Portage et Ainslie

2549, avenue Portage

#### Portage et Burnell

923, avenue Portage

#### River et Osborne

469, avenue River

#### 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

## VENDEURS D'ALCOOLS

Les vendeurs d'alcools sont des partenaires de la Société des alcools du Manitoba. Ces entrepreneurs locaux assurent leur viabilité en combinant les ventes d'alcool à leurs activités commerciales. Le Manitoba compte actuellement 171 vendeurs d'alcools.

**Alexander**  
Stahl's Food Mart

**Alonsa**  
Fashoway Café & Confectionery

**Altona**  
Altona Cleaners Ltd.

**Anola**  
Anola Lucky Dollar

**Arborg**  
Arborg Pharmacy

**Argyle**  
Meridian Trail General Store

**Ashern**  
Ashern Pharmacy

**Austin**  
J & J Grocery

**Baldur**  
Baldur Variety Store

**Belmont**  
Belmont Hardware

**Benito**  
Benito Pharmasave

**Birch River**  
Birchwood Convenience

**Bird River**  
Tall Timber Lodge

**Birds Hill**  
Birds Hill Store

**Birtle**  
Birtle Pharmacy

**Bissett**  
Bissett Variety

**Boissevain**  
Hazlewood Enterprises

**Bruxelles**  
Marginet's Grocery & Hardware

**Camperville**  
McKay Grocery

**CFB Shilo**  
Bx Shopping Centre

**Carberry**  
Spud City Food Mart Ltd.

**Cartwright**  
Cartwright Health Centre

**Clandeboye**  
Clandeboye Store

**Clearwater Lake**  
Wally's Place

**Cowan**  
Kolisnyk's General Store

**Cranberry Portage**  
Streamer Hardware

**Cypress River**  
Cypress River Lucky Dollar

**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**  
Kiedyk's Convenience Store

**Hamiota**  
Rawlings Home Hardware

**Hartney**  
Hartney Variety Store

**Hecla**  
Hecla Island General Store

**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**  
Le Bon Ami

**La Salle**  
Jeni's Food & Hardware

**Lake of the Prairies**  
Kilman Resort

**Lake Metigoshe**  
Turtle Mountain All Season Resort

**Langruth**  
Farncombe's Food Centre

**Leaf Rapids**  
Kings Health & Variety

**Letellier**  
Gallant's Lucky Dollar

**Lockport**  
Lockport Grocery

**Lorette**  
Chez Heather Shop

**Lundar**  
Lundar Pharmacy Ltd.

**Lynn Lake**  
Clarke's Pharmacy

**MacGregor**  
MacGregor Lo-Cost (2004)

**Mafeking**  
Doan's General Store

**Manitou**  
Manitou Pharmacy

**Mariapolis**  
Pouteau Foods

**McAuley**  
McAuley Country Grocery Co-op Ltd.

**McCreary**  
Reischek's Pharmacy

**Melita**  
Liquid World

**Miami**  
Westaway's Pharmacy

**Miniota**  
Miniota C-Store

**Minitonas**  
Nemetchek Enterprises 1992

**Minto**  
Community Market

**Moosehorn**  
Moosehorn Consumers 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**  
Family Fare

**Oakburn**  
Oakburn Foodtown

**Oakville**  
Oakville Super Market

**Onanole**  
B & D Hardware Inc.

**Pierson**  
Edward Consumers Co-Operative Ltd.

**Pilot Mound**  
Dobson's Foods Ltd.

**Pinawa**  
The North West Company Ltd.

**Pine River**  
Semeniuk's Groceteria

**Pipestone**  
Pipestone Main Street Market

**Plum Coulee**  
Tri-Coulee Investments

**Plumas**  
Plumas Stop & Shop

**Pointe du Bois**  
Pam's Place

**Poplarfield**  
King Buck Inn  
Poplarfield Groceteria

**Rapid City**  
Waldon Insurance Agencies Ltd.

**Rathwell**  
Rathwell Solo & Hardware

**Rennie**  
Rennie General Store

**Reston**  
Reston Drugs

**Richer**  
Burnells Food Plus

**Ridgeville**  
Ridgeville Cooperative Community Club

**Rivers**  
Rivers Super Thrifty Drug Mart Ltd.

**Riverton**  
The Other Place

**Roland**  
Roland General Store

**Rorketon**  
Bonnott Insurance Agencies

**Rosburn**  
L.P.K. Enterprises

**St. Adolphe**  
St. Adolphe Esso

**St. Ambroise**  
Ducharme's General Store

**St. Claude**  
Philippot's Shop Easy Foods

**St. Eustache**  
Magasin Beaudin Store

**St. Francois Xavier**  
S.F.X. Country Store

**St. Jean Baptiste**  
St. Jean Home Centre

**St. Laurent**  
Dépanneur Entre-Lacs

**St. Lazare**  
Chez Denis

**St. Malo**  
St. Malo Co-operative Ltd.

**St. Pierre-Jolys**  
St. Pierre IGA

**Ste. Agathe**  
De Panneur Cheyenne Convenience Store

**Ste. Anne**  
Ste. Anne Sundries

**Ste. Rose du Lac**  
Ste. Rose Variety Shop (2001)

**Sandy Lake**  
Sandy Lake Hardware

**Sanford**  
Sanford Lumber & Building Supply

**Sarto**  
Sarto General Store

**Seven Sisters**  
East-Man Appliance Sales & Service

**Shoal Lake**  
Shoal Lake Pharmacy

**Sifton**  
Boguski Grocery

**Snow Lake**  
Cornerview Enterprises Ltd.

**Somerset**  
Somerset Lucky Dollar

**Souris**  
Souris Valley Foods

**Sprague**  
Carl's Solo Store

**Springfield**  
Garven Grocery Store

**Starbuck**  
"Dawn 'Til Dusk" Convenience Store

**Stonewall**  
Stonewall Pharmacy Ltd.

**Stony Mountain**  
Pick 'n Play

**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 General Store

**Vita**  
Sumthing Special Florist & Gift Shop

**Wabowden**  
Dwyer's General Store

**Wanless**  
WE STE 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

**Whitemouth**  
Whitemouth Sundries

**Winnipeg Beach**  
Beach Convenience

**Winnipegosis**  
Winnipegosis Meat Market

**Woodlands**  
Studler's General Store

**Woodridge**  
Woodridge General Store

Pour de plus amples renseignements sur la Société des alcools ou pour demander un exemplaire imprimé du rapport annuel, veuillez communiquer avec le Service des communications.

Téléphone : 204-474-5631 ou 204-474-5656

Le rapport annuel de 2006 est également offert en ligne sur le site Web [www.mlcc.mb.ca](http://www.mlcc.mb.ca).



**MLCC**

C. P. 1023 (1555, Buffalo Place),  
Winnipeg (Manitoba), R3C 2X1

Téléphone : 204-284-2501

[www.mlcc.mb.ca](http://www.mlcc.mb.ca)