



84^e RAPPORT ANNUEL

EXERCICE 2006-2007 DU 1^{ER} AVRIL 2006 AU 31 MARS 2007

07

SOCIÉTÉ DES ALCOOLS
DU MANITOBA





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

Governance and Boards 2

Chair's Message 3

President's Message 4

Strategic Plan Review 5

Investing in Our Future 6

Financial 7

Social Responsibility 8

Customer Service 10

Business Effectiveness 12

Workplace Quality 14

Financial Statements 16

Charts and Graphs 27

Liquor Marts 33

Liquor Vendors 34



GOUVERNANCE, CONSEIL ET COMMISSION

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

Le Conseil des commissaires comprend neuf membres qui sont nommés par le gouvernement provincial. 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'investissement 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;
- approbation de la politique en matière de communications de la Société;
- 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;
- soumettre des recommandations au ministre responsable en ce qui a trait à la nomination ou au renvoi du président-directeur général.

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.

COMMISSION DES LICENCES

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



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.

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.



MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL DES COMMISSAIRES

CONSEIL DES COMMISSAIRES
(assis, de g. à dr.) Fran
Frederickson (vice-présidente),
Carmen Neufeld (présidente),
Garry Hammerback.

(debout, de g. à dr.) Janine Ballingall
Scotten, Maria Moore, Ed Azure,
Myrna A. Phillips, Robert Rae,
Les Cristosomo.

AU NOM DU CONSEIL DES COMMISSAIRES, JE SUIS HEUREUSE DE PRÉSENTER LE 84^e RAPPORT ANNUEL DE LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU MANITOBA. Le présent rapport présente les réussites de la Société au cours de l'exercice 2006-2007 dans l'atteinte de ses groupes d'objectifs clés : responsabilité financière, responsabilité sociale, service à la clientèle, efficacité commerciale et qualité du milieu de travail.

Le Conseil est très heureux du rendement de la Société au cours de 2006-2007. Les réussites de l'exercice sont le résultat des efforts de la direction pour équilibrer les exigences financières du gouvernement provincial et les propres objectifs de la Société, soit l'offre d'un excellent service à la clientèle par le biais d'installations modernes et pratiques, de l'utilisation de la technologie actuelle et d'employés bien formés.

Nous sommes également fiers de notre investissement continu dans nos programmes de responsabilité sociale qui visent les questions de l'alcool et de la grossesse, la consommation excessive occasionnelle d'alcool et l'accès des personnes mineures aux boissons alcoolisées. La reconnaissance obtenue par le programme *Soyez sobre* de la Société a été particulièrement remarquée l'an dernier. Voué à sensibiliser la population aux conséquences de la consommation excessive occasionnelle d'alcool, le programme a mérité trois prix Healthcare Advertising Awards et un prix national pour la meilleure campagne de marketing de la responsabilité sociale. Le programme a également été adopté par la Société des alcools du Yukon et plusieurs États américains ont indiqué leur intérêt à la Société des alcools du Manitoba.

Une autre réussite notable a été la reconnaissance de la Société à titre d'un des cent meilleurs employeurs au Canada et d'un des dix meilleurs employeurs au Manitoba en 2007. Une telle reconnaissance est le fruit des efforts de la Société pour rehausser la qualité du milieu

de travail en proposant une culture d'entreprise de diversité et d'inclusion qui met l'accent sur la formation des employés et leur soutien.

Pour orienter les activités de la Société, le Conseil des commissaires a adopté des normes de rendement de la gouvernance de l'entreprise. Au cours de l'exercice, le Conseil a procédé à sa première auto-évaluation, qui a porté sur l'efficacité et le rendement. Le Conseil a également élaboré un calendrier de gouvernance, qui vise à aider les présidents du Conseil et des comités à planifier et à surveiller leurs responsabilités en matière de gouvernance.

En 2006-2007, le Conseil a approuvé un nouveau plan stratégique triennal qui trace la voie de la Société jusqu'à la fin de l'exercice 2009-2010. Il a aussi approuvé la recommandation de la direction qui vise la mise en oeuvre d'une approche provinciale à la gestion des risques. Il s'agit d'officialiser les processus au sein de l'organisme afin d'assurer une gestion uniforme en conformité avec le goût de la Société pour le risque.

Les bonnes relations de travail entre le Conseil et l'équipe de direction et de gestion sous-tendent toutes les activités de la Société. Ces relations ont été fondées sur le respect mutuel et une vision commune fondée sur la mission et les valeurs de la Société.

Au nom du Conseil des commissaires, j'aimerais remercier l'équipe de direction et de gestion et tous les employés de leur apport à la réussite de la Société au cours du dernier exercice. J'attends avec impatience la possibilité de travailler avec vous en 2007-2008 et d'offrir le meilleur service à la clientèle et les meilleurs produits qui soient à nos clients et à la population du Manitoba.

CARMEN NEUFELD
PRÉSIDENTE DU CONSEIL DES
COMMISSAIRES

MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL



JE SUIS HEUREUX D'ANNONCER QUE LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU MANITOBA A DÉPASSÉ SES OBJECTIFS FINANCIERS POUR L'EXERCICE 2006-2007 en versant un bénéfice record de 207,9 millions de dollars au trésor du gouvernement provincial. Ce montant représente une hausse de 6,1 % par rapport à l'exercice 2005-2006 et la première fois que notre bénéfice net est supérieur à 200 millions de dollars!

Notre réussite financière est une bonne nouvelle pour les Manitobains, car les montants remis au gouvernement provincial jouent un rôle vital dans le soutien au financement provincial de nos systèmes de soins de santé et d'éducation, de nos services sociaux et d'autres programmes qui visent la qualité de vie. Grâce au soutien du Conseil des commissaires, notre réussite a également permis un réinvestissement dans nos activités afin que nous puissions continuer d'offrir les meilleurs services qui soient aux Manitobains.

En 2006-2007, nous avons entrepris deux projets qui assureront que la Société comblera les attentes de sa clientèle ou les dépassera au cours des années à venir. L'expansion de notre Centre de distribution, qui lui ajoute plus de 43 000 pieds carrés, est une initiative importante, car c'est la première fois en quarante ans que nous agrandissons notre entrepôt.

Nous avons également entrepris un projet de trois ans qui vise à améliorer le système de terminaux de point de vente des magasins d'alcools. La mise à jour de notre système de vente, d'inventaire et de caisse rehaussera notre capacité d'offrir la meilleure sélection de produits qui soit pour répondre aux besoins de la clientèle dans chacun des magasins.

En 2006-2007, nous avons aussi poursuivi nos efforts de modernisation de nos magasins d'alcools afin de combler les attentes croissantes de la clientèle. À Winnipeg, nous avons rénové deux magasins d'alcools et le Conseil a approuvé l'établissement de deux nouveaux magasins sur la rue Main Nord et le chemin Henderson Nord. De plus, nous avons déménagé le magasin d'alcools de Selkirk à un emplacement plus pratique et nous avons modernisé et rafraîchi l'intérieur, ce qui a été bien accueilli par les clients.

Le service à la clientèle comprend également un investissement dans les collectivités où nous travaillons et vivons. En plus de faire la promotion de la consommation responsable des boissons alcoolisées, la Société a soutenu par le biais de dons et de commandites près d'une centaine d'organismes de bienfaisance, ainsi que des organismes sportifs, artistiques et liés à la santé.

Le coeur de la Société a toujours été ses employés et c'est pourquoi la qualité du milieu de travail demeure l'une de nos principales priorités. Nous continuons à investir dans l'éducation et la formation de nos employés, ainsi que dans des outils et mécanismes de soutien techniques qui aident ces derniers à offrir un excellent service à la clientèle. Notre stratégie primée de planification de la relève offre également de nouvelles possibilités à nos employés, tout en établissant les normes pour les autres régions d'alcool du pays.

À cette fin, nous avons été particulièrement heureux et fiers d'avoir été nommés un des cent meilleurs employeurs au Canada par la revue *Maclean's* et, subséquemment, un des dix meilleurs employeurs au Manitoba en 2007.

De telles réussites n'auraient pas été possibles sans la vision et l'orientation du Conseil des commissaires. Je vous remercie de votre confiance et de votre soutien continu. Je remercie également l'équipe de direction et de gestion et tous les employés de leur dévouement, de leur engagement et de leur enthousiasme au cours de l'exercice 2006-2007. Ensemble, nous veillons à ce que les Manitobains continuent de bénéficier des résultats de nos efforts, tout en maintenant notre statut de meilleure région d'alcool au Canada!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Don Lussier', written over a horizontal dotted line.

DON LUSSIER
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

EXAMEN DU PLAN STRATÉGIQUE

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

LES CINQ GROUPES D'OBJECTIFS VISENT CE QUI SUIT :

LA RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE;

LA RESPONSABILITÉ SOCIALE;

LE SERVICE À LA CLIENTÈLE;

L'EFFICACITÉ COMMERCIALE;

LA QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL.

Les pages qui suivent présentent un examen du plan d'affaires et les réussites de la Société des alcools au cours de l'exercice 2006-2007.



INVESTIR DANS NOTRE AVENIR

RENDEMENT FINANCIER 207,9 millions de dollars!

Presque tous les vendredis, la Société des alcools du Manitoba fait un dépôt dans le trésor provincial. Les montants sont utilisés à leur tour pour soutenir des programmes provinciaux en matière d'éducation, de soins de santé, de services sociaux et de projets communautaires. Le bénéfice de 207,9 millions de dollars est donc un investissement dans notre province et notre avenir.

RESPONSABILITÉ SOCIALE

À titre de distributeur et de détaillant de produits alcoolisés, la Société tient compte de la responsabilité sociale dans toutes ses activités. Chaque jour, nous assurons un équilibre délicat entre l'éducation et l'application de la *Loi sur la réglementation des alcools*. Nous croyons que la sensibilisation et l'éducation de la population à la consommation responsable des boissons alcoolisées constituent un investissement dans l'éducation sanitaire et c'est pourquoi nous participons aux programmes et aux initiatives qui visent les questions liées à l'alcool.

SERVICE À LA CLIENTÈLE

Nous nous concentrons sur les besoins de nos clients et nous sommes fiers de l'excellence de notre service à la clientèle. Notre engagement en faveur de l'excellence est apparent lorsqu'on examine notre investissement dans la formation de nos employés. Il s'agit d'un investissement rentable, car les enquêtes sur le service à la clientèle donnent constamment une cote élevée pour l'accueil du personnel, la connaissance des produits et l'offre d'aide. Nous voulons vous servir!

EFFICACITÉ COMMERCIALE

Nous voulons tout simplement devenir la meilleure régie d'alcool au Canada. Nous investissons dans notre

avenir en accroissant la superficie de notre Centre de distribution pour la première fois en quarante ans! Nous modernisons aussi notre système de vente, d'inventaire et de caisse dans les magasins d'alcools afin de combler les besoins technologiques et les attentes croissantes de la clientèle.

QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL

Nommée parmi les cent meilleurs employeurs au Canada et les dix meilleurs employeurs au Manitoba en 2007, la Société est fière de ses efforts en vue d'offrir un milieu de travail stimulant et inclusif. Notre investissement dans nos employés par le biais de la formation et d'outils de travail les aide à réaliser leur plein potentiel et à assurer l'excellence du service à la clientèle dans toutes nos activités.



RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE

07

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

Chaque année, la Société des alcools dresse un budget pour obtenir un bénéfice net qu'elle s'attend à verser au gouvernement provincial pour l'exercice en cours. Le montant du bénéfice net est convenu avec le gouvernement et il fait partie du budget provincial.

Bénéfice net ciblé : 196 millions de dollars
Bénéfice net réel : 207,9 millions de dollars

Pour l'exercice 2006-2007, la Société a dépassé son objectif de bénéfice net de 11,9 millions de dollars, ou de 6,1 %.

C'est la première fois dans l'histoire de la Société que son bénéfice net est supérieur à 200 millions de dollars!

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 7,8 %, tandis que celles des vendeurs d'alcools l'ont dépassée de 8,4 %. Les ventes aux titulaires de licence ont été supérieures de 5,7 % à la cible prévue, tandis que les ventes aux magasins de vins de spécialité l'ont dépassée de 15 %.

De tels résultats peuvent être attribués à un volume des ventes plus élevé que prévu, à des températures au-dessus de la moyenne pendant l'été et à un déplacement continu des consommateurs vers les produits de qualité supérieure. C'est pourquoi ces produits ont atteint la cible de 61,5 % du marché. Les ventes de détail moyennes par client se sont chiffrées à 32,06 \$ pour dépasser la cible de 31,29 \$.

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 2006-2007.

La Société a bien géré ses frais généraux et administratifs, ce qui lui a permis de maintenir son statut d'une des régies d'alcool les plus efficaces au pays, sinon la plus efficace.

La Société a rajusté ses majorations de prix pour tenir compte de l'accroissement de la taxe d'accise appliqué par le gouvernement fédéral lorsqu'il a réduit la TPS de 7 % à 6 %. Les majorations de prix des bières sont entrées en vigueur le 1er juillet 2006 et les majorations de prix des spiritueux et des vins sont entrées en vigueur à la fin d'août 2006.

NET PROFIT: \$207.9 MILLION RETURNED TO MANITOBANS!

RESPONSABILITÉ SOCIALE

BUT :

Éduquer les Manitobains au sujet de la consommation sécuritaire des boissons alcoolisées et régler 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

- Le programme *Soyez sobre*, qui sensibilise la population aux conséquences de la consommation excessive occasionnelle d'alcool, a remporté plusieurs prix en 2006-2007. Lors de la remise des prix Healthcare Advertising Awards à Atlanta (Géorgie), le programme a mérité deux prix Or pour la meilleure campagne publicitaire et la meilleure annonce télévisée pour « More than a Hangover ». Le programme a également mérité un prix Bronze pour ses sites Web. Les Healthcare Advertising Awards représentent le concours de prix publicitaires le plus ancien, le plus important et le plus prestigieux en Amérique du Nord. Le programme *Soyez sobre* a également reçu un prix « Remi » pour une production télévisée en santé publique lors du 39^e WorldFest Independent Film Festival annuel à Houston (Texas). Le festival est la compétition cinématographique la plus importante au monde et il honore l'excellence de la création dans le secteur du film et de la vidéo. La Société des alcools du Manitoba poursuit le développement du programme en préparant de nouvelles publicités originales qui devraient être diffusées au cours de l'été et de l'automne 2007.
- La Société a continué de promouvoir son programme *Enceinte sans alcool* primé, qui traite de la consommation d'alcool pendant la grossesse et de l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation foetale. La Société a préparé de nouvelles publicités originales qui devraient être diffusées au cours du printemps et de l'été 2007.
- Le programme *Déclarez votre âge* s'est poursuivi dans les magasins d'alcools et les établissements autorisés. En 2006-2007, la Société a distribué 5 913 cartes-photos d'identité, soit une hausse de 11,5 % par rapport à l'exercice 2005-2006. Bien que la carte-photo d'identité de la Société soit émise à titre de preuve d'âge aux termes de la *Loi sur la réglementation des alcools*, elle a été

acceptée comme une carte-photo émise par le gouvernement à des fins de voyage au Canada et aux États-Unis.

- En 2006-2007, les employés des magasins d'alcools ont refusé de servir 8 997 mineurs qui essayaient d'acheter des produits alcoolisés, ainsi que 6 774 personnes en état d'ébriété.
- La Société soutient diverses initiatives qui visent des questions liées à l'alcool et participe à divers comités actifs dans le secteur, tels que Mothers Against Drunk Driving (MADD), Non-Potable Abuse Committee, le comité de la Semaine manitobaine de sensibilisation aux dépendances et l'Association du ZAC du centre-ville de Winnipeg.
- La Société a continué d'équilibrer l'éducation et l'application des lois afin de veiller à ce que tous respectent la *Loi sur la réglementation des alcools*.
- Le Service des licences et des inspections utilise 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 boissons, 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. Le nombre moyen des inspections effectuées selon tous les genres d'exploitations correspondait au nombre ciblé en 2006-2007.
- La Société continue 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*.

NOMBRE D'INSPECTIONS :

- | | |
|---|---------------------------|
| • Établissements visés par une licence | Cible : 25 000 |
| • Événements visés par un permis de vente | Nombre réel : 25 097 |
| | Cible : 20 % |
| | Pourcentage réel : 25,2 % |

NOMBRE DE SÉMINAIRES ÉDUCATIFS :

- | | |
|--|-----------------------|
| • Établissements visés par une licence | Cible : 100 |
| • Salles de banquet | Nombre réel : 146 |
| | Cible : 75 |
| | Pourcentage réel : 73 |

NOMBRE DE MEMBRES DU PERSONNEL DE SÉCURITÉ AYANT RÉUSSI LE PROGRAMME

- | | |
|----------------------------------|-------------------|
| <i>IT'S GOOD BUSINESS PLUS :</i> | |
| Cible : 200 | Nombre réel : 142 |

*L'objectif n'a pas été atteint en raison de la nature volontaire du programme en 2006-2007. Le programme deviendra obligatoire en 2007-2008.



MODIFICATIONS LÉGISLATIVES

LOI SUR LA RÉGLEMENTATION DES ALCOOLS

Le projet de loi 215 (*Loi modifiant la Loi sur la réglementation des alcools*) (Prévention du viol par une connaissance) a reçu la sanction royale le 7 décembre 2006. Le projet de loi a été proclamé le 14 mars 2007 et est devenu loi le 1^{er} avril 2007. À titre de mesure pour prévenir le viol par une connaissance, la *Loi sur la réglementation des alcools* a été modifiée pour permettre à une personne de transporter une boisson alcoolisée dans les toilettes d'un établissement autorisé ou d'une salle de banquet.

RÈGLEMENTS

Le Règlement du Manitoba n° 177/94 (*Liquor Licensing Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 27/2007, qui a été enregistré le 21 février 2007 et est devenu loi le 10 mars 2007. Le règlement modifié ajoute des dispositions qui établissent les responsabilités d'un titulaire de licence et de ses clients en ce qui concerne le transport de boissons alcoolisées dans les toilettes situées dans un établissement autorisé ou adjacentes à celui-ci. Le règlement modifié est entré en vigueur le 1^{er} avril 2007.

Le Règlement du Manitoba n° 12/2002 (*Occasional Liquor Permits Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 28/2007, qui a été enregistré le 21 février 2007 et est devenu loi le 10 mars 2007. Le règlement modifié, qui est entré en vigueur le 1^{er} avril 2007, ajoute des dispositions qui établissent les responsabilités d'un titulaire de permis et des personnes qui participent à l'événement visé par un permis en ce qui concerne le transport de boissons alcoolisées dans les toilettes situées dans la zone visée par un permis exceptionnel ou adjacentes à celle-ci.

Le Règlement du Manitoba n° 177/94 (*Liquor Licensing Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 63/2007, qui a été enregistré le 27 mars 2007 et est devenu loi le 7 avril 2007. Le règlement modifié ajoute l'exigence pour le personnel de sécurité des établissements autorisés de réussir la formation sur le service responsable et la sécurité. À compter du 1^{er} avril 2007, tous les membres du personnel dont la responsabilité principale est la sécurité des établissements autorisés devront réussir le nouveau cours dans les 90 jours qui suivent leur embauche pour les nouveaux membres du personnel ou au plus tard le 31 mars 2008 pour les membres du personnel existant.



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 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

- La Société a également poursuivi ses efforts d'amélioration du service à ses clients commerciaux. Les droits versés aux vendeurs de bière pour la manutention des contenants remboursables vides se sont accrus de 26 % le 1^{er} mai 2006.

AMÉNAGEMENT DES MAGASINS 'ALCOOLS

Le magasin d'alcools de Southdale a été agrandi et rénové pour rouvrir ses portes en avril 2007.

Le magasin d'alcools de Selkirk a été déménagé et le nouveau magasin a ouvert ses portes en octobre 2006.

Le magasin d'alcools du centre commercial cityplace à Winnipeg a été déménagé à un autre endroit à l'intérieur du centre commercial.

CIBLE		COTE RÉELLE
• Cote de satisfaction du service offert par les vendeurs d'alcools	87 %	87,5 %
• Accroissement des ventes : magasins d'alcools rénovés en 2005-2006	10 %	Garden City Square – 30 % Brandon (Victoria et 10 ^e Rue) – 19 %
• Ventes des vendeurs d'alcools	0,2 %	Croissance des magasins d'alcools ruraux – 8,1, %
	de moins que les magasins d'alcools ruraux	Croissance des vendeurs d'alcools – 8,4 %
• Cote de satisfaction de la clientèle de détail	90 %	98 %
• Cote de satisfaction du service offert par les magasins d'alcools	90 %	Winnipeg – 88,8 %; régions rurales et autres villes – 92,6 %
• Cote de responsabilité sociale pour l'identité des clients des magasins d'alcools	100 %	Winnipeg – 91,5 %* régions rurales et autres villes – 88,1 %*

* La Société des alcools du Manitoba procède à un examen de la responsabilité sociale des magasins qui n'ont pas atteint leurs cibles. Elle offre des possibilités de recyclage et d'accompagnement professionnel aux employés pour traiter les questions de responsabilité sociale.



- **PLANIFICATION D'ENTREPRISE EN MATIÈRE D'ASSORTIMENT DE PRODUITS**

En 2006-2007, la Société a procédé à un exercice de « regroupement » qui rassemblait les magasins affichant des chiffres d'affaires semblables afin de déterminer la quantité et la catégorie des articles qu'ils devraient vendre. L'exercice visait à assurer que chaque magasin vend les produits que ses clients préfèrent. Idéalement, le processus permettra que les bons produits soient au bon endroit au bon moment. La Société poursuivra de tels exercices en 2007-2008 et elle rajustera les listes de produits offerts et les niveaux des stocks, au besoin.

La Société a poursuivi son programme de gestion des numéros de référence d'article, qui permet d'indiquer mensuellement le nombre d'articles afin de veiller à ce que la capacité courante du Centre de distribution ne soit pas dépassée avant la mise en oeuvre du projet d'expansion.

On a tenu des réunions mensuelles pour examiner les demandes d'inscription de produits sur les listes générales et les listes de produits de spécialité en tenant compte de l'intégration des produits de marque dans l'assortiment général des produits. Les réunions portant sur les produits de spécialité ont tenu compte de l'apport des gérants de magasin et des conseillers en produits pour assurer l'offre d'un vaste assortiment de produits à la clientèle.

Le choix annuel des boissons rafraîchissantes (panachés) a été complété en janvier et les livraisons devraient commencer au printemps.

Les magasins d'alcools du Manitoba ont continué d'aider des collectivités à organiser des festivals du vin en soutien aux organismes communautaires et de bienfaisance. Ces événements offrent aussi à la Société la possibilité de rehausser la connaissance des produits des consommateurs. Le festival le plus important est le Festival du vin de Winnipeg (du 30 avril au 6 mai) qui soutient les Jeux Olympiques spéciaux du Manitoba. En 2006-2007, il a permis de recueillir 225 000 \$ pour l'organisme. Parmi les autres festivals du vin, on compte les suivants :

la deuxième dégustation annuelle de vin à Portage la Prairie, qui a permis de recueillir plus de 2 100 \$ pour soutenir le Glesby Centre;

la deuxième dégustation annuelle de vin à Thompson, qui a permis de recueillir plus de 3 300 \$ pour soutenir la Thompson Community Foundation;

le quatrième Westman Wine Festival annuel a eu lieu en octobre à Brandon et a permis de recueillir 10 537 \$ pour soutenir le Club Rotary et l'Elspeth Reid Family Resource Centre;

le quatrième Flatlanders Beer Festival annuel a lieu à Winnipeg et a permis de recueillir 31 940 \$ pour soutenir la Manitoba Moose Yearling Foundation.

- La Société soutient également près d'une centaine d'organismes de bienfaisance actifs dans les secteurs de la santé, des services communautaires, des arts et du sport par le biais de commandites, d'un programme de boîtes de dons dans les magasins et de programmes « Donnez un dollar ».



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 productivité, ainsi que la rentabilité 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 le Service des achats, les Services de détail et le Centre de distribution. On mesure la productivité tous les trimestres pendant l'exercice.

MAGASINS D'ALCOOLS

ÉLÉMENTS MESURÉS	CIBLE	RÉSULTAT
• Niveau de service des stocks	94 %	97,5 %
• Productivité (unités par heure travaillée)	Winnipeg – 35 Régions rurales – 30	34* 30
• Rotation des stocks	Winnipeg – 13,0 Régions rurales – 10,5	13.5 10.5
• Pertes (en pourcentage)	0,15 %	0,12 %
• Frais généraux et administratifs des magasins (en pourcentage des ventes)	9,75 %	9,1 %

*La cible n'a pas été atteinte en raison d'une sous-estimation des heures travaillées.

SERVICE DES ACHATS ET CENTRE DE DISTRIBUTION

ÉLÉMENTS MESURÉS	CIBLE	RÉSULTAT
Nombre de caisses manipulées par heure travaillée	26,5	28
Rotation des stocks	8,54	7,95*
Niveau de service des stocks (produits sur les listes générales)	97 %	96 %*

*Les cibles n'ont pas été atteintes en raison de la suspension de l'expédition des produits du St. Albert Distribution Centre aux régies d'alcool.



- **PLANIFICATION DES MESURES D'URGENCE**

La Société a élaboré des plans d'urgence pour tous ses services et a procédé à des essais sur table pour les Services de détail et les Services de technologie de l'information. Elle a également procédé avec succès à un test de reprise après sinistre afin d'assurer un accès aux systèmes informatiques dans les cinq jours qui suivent un sinistre.

- **CONSERVATION DES DOSSIERS**

Le programme de gestion des documents de la Société a été mis en oeuvre au cours des années 1980 dans le contexte d'un système fondé sur le papier. Le programme ne comprend pas les documents électroniques (courriels, documents Word et chiffriers). Afin de se conformer aux normes de conservation des documents et les prescriptions des lois, la Société a recruté un consultant externe en 2006-2007 pour qu'il examine le programme courant de la Société et les procédures de sécurité et qu'il prépare un dossier de décision pour un nouveau programme de conservation des documents.

- **RÉSULTATS EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE**

En octobre 2006, en collaboration avec la Corporation manitobaine des loteries, la Société d'assurance publique du Manitoba et Manitoba Hydro, la Société des alcools du Manitoba a parrainé un séminaire qui affichait le thème « Pensez vert ». Le séminaire a offert des présentations de divers organismes de certification environnementale et de divers programmes de réduction à l'intention des fournisseurs des sociétés d'État et des spécialistes de la passation des marchés. Il avait pour objectif d'offrir de l'information sur l'industrie de l'environnement, ainsi que sur les spécifications et la certification environnementales.

La Société a continué d'intégrer une disposition relative au développement durable dans tous ses appels d'offres et demandes de propositions. La disposition exige que les soumissionnaires se conforment à la *Loi sur le développement durable*, aux règlements sur l'environnement et aux modes d'élimination des déchets. Aux termes de la disposition, la Société peut accorder sa préférence aux fournisseurs

qui ont mis en oeuvre des programmes de gestion de l'environnement et qui se conforment à une certification. De plus, des points d'évaluation peuvent être accordés pour la conformité au développement durable et les initiatives de l'entreprise.

La Société a poursuivi ses activités d'achat de carburant à l'éthanol pour les véhicules de son parc et de modernisation de l'éclairage des magasins d'alcools en passant à l'éclairage fluorescent T8. Depuis le début du projet d'éclairage en 2005-2006, la Société a modernisé 40 magasins sur 46. Les autres magasins seront modernisés avant la fin de l'exercice 2007-2008. La Société a également entrepris de moderniser les unités de réfrigération utilisées dans les magasins d'alcools afin de réduire la consommation d'électricité et de profiter des rabais offerts par les programmes Éconergiques de Manitoba Hydro.

- **ANALYSE DES DANGERS AU TRAVAIL**

La Société a continué de traiter les dangers au travail et de prendre note des améliorations apportées aux termes des mesures législatives visant la santé et la sécurité au travail. En 2006-2007, la Société a collaboré avec un consultant externe pour procéder à des analyses des dangers au travail pour les Services d'entretien, le Service des inspections et les Services de détail. Des mesures d'amélioration recommandées ont été mises en oeuvre pour les Services d'entretien et d'autres sont en voie d'application pour le Service des inspections et les Services de détail.

- **GESTION DES RISQUES DE L'ENTREPRISE**

La Société 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.

En 2006-2007, la Société a recruté des consultants externes pour élaborer une stratégie et un programme de formation qui devraient être mis en oeuvre au cours de l'exercice 2007-2008.



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

• CULTURE D'INCLUSION

La Société a offert à tous ses employés la possibilité de formuler des commentaires sur le nouveau plan stratégique à des fins de discussion lors de la conférence d'automne annuelle des gestionnaires. On a résumé les suggestions, qui ont été transmises à la direction et au Conseil des commissaires afin qu'ils en tiennent compte dans l'élaboration du plan. Au début de l'exercice 2007-2008, la Société communiquera les éléments du plan stratégique en organisant des ateliers pour tous les employés.

• MAIN-D'OEUVRE BIEN FORMÉE

La Société a continué de mettre en oeuvre son programme primé de planification de la relève. Plusieurs gestionnaires ont reçu une promotion au cours de l'exercice et tous les gestionnaires ont suivi un programme de rétroaction tous azimuts, y compris l'offre d'une planification en développement individualisée.

En 2006-2007, la Société a mis à jour le Programme de perfectionnement en gestion de magasin, qui offre une formation et une orientation aux employés en vue de combler les futurs postes de gestionnaire de magasin. La Société a ciblé douze candidats pour la formation du Programme en 2006-2007, dont neuf ont finalement suivi la formation.

La Société a continué de mettre en oeuvre son programme 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. Le programme a été offert à la plupart des gestionnaires adjoints au cours de l'exercice 2006-2007.

Concentrée sur le service à la clientèle, la Société a maintenu que la formation des employés était une priorité importante. Elle a dépensé environ 600 \$ par employé pour la formation en 2006-2007. Le personnel a participé à trois cours de formation de base sur les vins à Winnipeg et à un cours dans les régions rurales du Manitoba. La Société a aussi organisé des cours menant à un certificat supérieur qui ont atteint ou dépassé les cibles de la Société pour l'exercice.





- **DIVERSITÉ**

La Société a maintenu son engagement en faveur de la diversité de son effectif. Pour célébrer la diversité ethnique du Manitoba, la Société a participé à la Journée du multiculturalisme le 27 juin 2006 en proposant un barbecue pour les employés et un spectacle de l'ensemble Fubuki Daiko Japanese Drummers. Les employés des magasins d'alcools ont célébré la journée en participant à un repas collectif.

Pour veiller à ce que sa main-d'oeuvre reflète la population de la province, la Société a continué à mettre en oeuvre son initiative d'emploi des Autochtones. En 2006-2007, elle a organisé dix-neuf séances de formation et de sensibilisation des Autochtones, embauché deux conseillers en produits autochtones et accepté trois stages d'Autochtones dans le cadre du programme Transition jeunesse.

- **ÉQUILIBRE TRAVAIL-VIE SAIN**

La Société a créé un comité du mieux-être qui est responsable de la supervision des initiatives en matière de mieux-être des employés. Le comité a élaboré un questionnaire d'évaluation des risques pour la santé qui doit être administré à tous les employés de la Société au début de l'exercice 2007-2008.

Pour veiller à ce que les employés aient un équilibre travail-vie sain, la direction a continué de déplacer et d'ajouter des ressources en vue d'améliorer l'équité de la charge de travail dans divers services.

La Société a offert un nouveau programme d'avantages sociaux adaptés aux besoins des employés à tous les employés syndiqués. Le nouveau programme permet à chacun de personnaliser son ensemble d'avantages sociaux.

La Société a négocié une nouvelle convention collective avec le MGEU, qui a été

ratifiée en novembre 2006. La convention a été signée en février 2007.

- **TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION**

La direction de la Société a amélioré des processus afin de veiller à ce qu'elle continue de bénéficier de ses importants investissements dans la mise à niveau des systèmes informatiques au cours des dernières années. Les Services de technologie de l'information ont également amélioré leurs processus et mis en oeuvre l'accès informatique à distance pour les employés.

La Société a également parachevé une version Internet du système d'information sur les agents et les fournisseurs et elle l'a mise en oeuvre au cours du dernier trimestre de l'exercice 2006-2007.

La Société a élaboré un dossier de décision pour un nouveau système de terminaux de point de vente pour la vente, l'inventaire et la caisse pour les Services de détail de la Société, qui a été approuvé par le Conseil des commissaires en 2006-2007. Le nouveau système permettra à la Société de suivre l'évolution de la technologie, tout en satisfaisant aux exigences croissantes de la clientèle. La mise en oeuvre complète du nouveau système devrait exiger environ trois ans de travail.

- **INSTALLATIONS**

La Société a fait un investissement important dans son avenir en faisant approuver par le Conseil des commissaires une expansion de 43 000 pieds carrés de la superficie du Centre de distribution, ainsi qu'un réaménagement de son siège social. Il s'agit de la première expansion du Centre de distribution en quarante ans et elle permettra à la Société de satisfaire aux exigences croissantes de la clientèle en matière de variété des produits. Un entrepreneur a été choisi et la construction a commencé au cours du quatrième trimestre de l'exercice 2006-2007.



FINANCIAL STATEMENTS

07

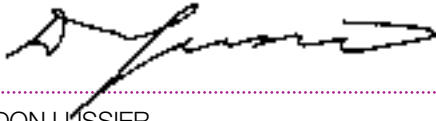


MANAGEMENT REPORT

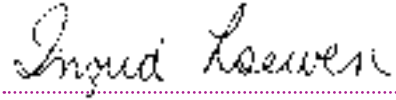
MARCH 31, 2007

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

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



DON LUSSIER
President & Chief Executive Officer



INGRID LOEWEN
Chief Financial Officer

AUDITOR'S REPORT

MARCH 31, 2007

To the Board of Commissioners
The Liquor Control Commission

We have audited the balance sheet of **The Liquor Control Commission** [an Agency of the Government of the Province of Manitoba] as at March 31, 2007 and the statements of income and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of The Liquor Control Commission's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

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

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of The Liquor Control Commission as at March 31, 2007 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Chartered Accountants

Winnipeg, Canada
May 11, 2007

STATEMENT OF INCOME [000'S]

YEAR ENDED MARCH 31

	2007	2006
	\$	\$
Sales <i>[see Schedule of Sales, Cost of Sales and Gross Profit]</i>	521,380	486,734
Cost of sales <i>[see Schedule of Sales, Cost of Sales and Gross Profit]</i>	261,558	243,208
Gross profit	259,822	243,526
Other income <i>[note 4]</i>	4,639	5,439
	264,461	248,965
General and administrative expenses <i>[note 5]</i>	53,934	50,279
Depreciation <i>[note 2]</i>	2,583	2,448
Net profit paid or payable to the Province of Manitoba	207,944	196,238

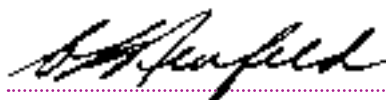
See accompanying notes to the financial statements.

BALANCE SHEET [000'S]

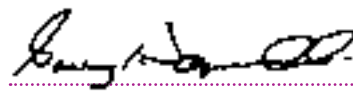
AS AT MARCH 31

	2007	2006
	\$	\$
ASSETS		
Current		
Cash	7,143	7,177
Accounts receivable	19,722	18,415
Inventory <i>[note 3]</i>	26,953	23,825
Prepaid expenses and supplies	999	907
Total current assets	54,817	50,324
Property and equipment <i>[note 6]</i>	14,643	12,616
Long-term loan receivable – Province of Manitoba <i>[notes 7 and 8]</i>	45,271	45,271
	114,731	108,211
LIABILITIES		
Current		
Accounts payable – trade and other	32,900	31,395
Goods and Services Tax payable	2,179	1,308
Manitoba Retail Sales Tax payable	1,304	1,192
Net profit payable to the Province of Manitoba	24,644	22,438
Environmental Protection Tax payable	133	129
Deferred licence fees	352	606
Total current liabilities	61,512	57,068
Provision for employee pension benefits <i>[note 7]</i>	48,844	47,025
Provision for retirement allowances <i>[note 8]</i>	4,375	4,118
	114,731	108,211

See accompanying notes to the financial statements.

On behalf of the Commission:


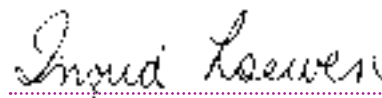
Chair of the Board



Chair of the Audit Committee



President and Chief Executive Officer



Chief Financial Officer

STATEMENT OF CASH FLOWS [000'S]

YEAR ENDED MARCH 31

	2007	2006
	\$	\$
OPERATING ACTIVITIES		
Cash receipts		
Sales – spirits, wine, coolers/ciders and beer	520,561	479,380
Annual and supplementary licence fees and other	4,194	5,516
Goods and Services Tax	33,044	34,616
Manitoba Retail Sales Tax	17,063	15,839
Manitoba Waste Reduction and Prevention Levy	467	450
Environmental Protection Tax	1,868	1,796
	577,197	537,597
Cash disbursements		
Purchases – merchandise, federal duty, excise and sales taxes, etc.	264,706	238,261
General and administrative expenses	50,754	52,719
Goods and Services Tax	32,173	34,594
Manitoba Retail Sales Tax	16,950	15,743
Manitoba Waste Reduction and Prevention Levy	467	449
Environmental Protection Tax	1,864	1,792
	366,914	343,558
Net cash available from operating activities	210,283	194,039
INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of property and equipment	(4,579)	(3,398)
Net cash available for transfer	205,704	190,641
TRANSFERS TO PROVINCE OF MANITOBA		
Current year's net profit	183,300	173,800
Prior year's net profit	22,438	18,187
	205,738	191,987
Deficiency of cash receipts over disbursements and transfers	(34)	(1,346)
Cash and cash equivalents, beginning of year	7,177	8,523
Cash and cash equivalents, end of year	7,143	7,177

See accompanying notes to the financial statements.

SCHEDULE OF SALES, COST OF SALES AND GROSS PROFIT [000'S]

YEAR ENDED MARCH 31

	Spirits \$	Wine \$	Coolers/ Ciders \$	Beer \$	Total \$
SALES					
Stores	128,085	71,055	10,477	34,075	243,692
Liquor vendors	32,129	8,349	3,460	5,154	49,092
Licensees	18,671	4,831	2,110	190,439	216,051
Specialty wine stores	44	12,436	65	—	12,545
Total sales for 2007	178,929	96,671	16,112	229,668	521,380
Total sales for 2006	169,697	86,817	15,344	214,876	486,734
COST OF SALES					
Total cost of sales for 2007	70,157	43,540	7,529	140,332	261,558
Total cost of sales for 2006	66,646	39,463	7,224	129,875	243,208
Gross profit for 2007	108,772	53,131	8,583	89,336	259,822
Gross profit for 2006	103,051	47,354	8,120	85,001	243,526

See accompanying notes to the financial statements.

NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS [000'S]

MARCH 31, 2007

1. NATURE OF ORGANIZATION

The Liquor Control Commission [the "MLCC"] was formed in 1923 as an agency of the Government 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 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 includes cash on hand, balances with banks and outstanding electronic fund transactions forwarded to banks.
- [b] Accounts receivable includes electronic fund transactions to be forwarded to banks after March 31.
- [c] Inventories of goods for resale are valued at average cost.
- [d] Revenue is recognized at the time the product is shipped, title passes, the sales price is fixed and determinable, and collectibility is reasonably assured.
- [e] The 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% |
| Systems development | 30% |
- Leasehold improvements are depreciated on a straight-line basis over the remaining term of the lease or a minimum of five years.
- [f] 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 a formula provided by the actuary as detailed in note 7. Actuarial gains and losses are recognized in income immediately as detailed in note 7.
- [g] The MLCC's financial instruments consist of cash, accounts receivable, long-term loan receivable – Province of Manitoba, net profit payable to the Province of Manitoba, accounts payable, other taxes payable and non-interest bearing working capital advance provided by the Province of Manitoba. It is management's opinion that the MLCC is not exposed to significant interest, currency, or credit risks arising from these financial instruments. The fair value of these financial instruments approximate their carrying values.
- [h] 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.

3. INVENTORY

	2007 \$	2006 \$
Warehouse inventory	17,919	15,768
Stores inventory	9,034	8,057
	26,953	23,825

The amount of unpaid and unrecorded Customs and Excise duties on owned merchandise held in bond is approximately \$3,385 at March 31, 2007 [2006 – \$3,293].

4. OTHER INCOME

	2007 \$	2006 \$
Supplementary licence fees	788	743
Advertising revenue – other	733	505
AIR MILES® revenue	663	578
Annual licence fees and licence application fees	599	598
Occasional permit additional fees	581	579
Miscellaneous	569	1,885
Occasional permit fees	240	243
Administration charges	222	206
Border point fees	221	79
Specialty wine store fees	23	23
	4,639	5,439

5. GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

	2007 \$	2006 \$
Salaries, benefits and pension costs	33,824	30,850
Leased premises – rentals [note 9]	5,415	5,086
Maintenance and repairs	2,106	2,271
Delivery charges	1,504	1,376
Bank charges	1,356	1,216
Utilities	1,291	1,262
Equipment rentals [note 9]	1,113	1,121
AIR MILES® program	991	867
Printing, postage and supplies	789	759
Professional fees	608	603
Grants in lieu of taxes	603	603
Alcohol education	563	536
Health and Post Secondary Education Tax levy	551	511
Miscellaneous	507	504
Protective services	500	472
Sponsorships	480	663
Advertising and promotions	463	386
Staff training	457	439
Travel	325	269
Vehicle expenses	205	192
Communications	122	138
Crown Corporations Council levy	84	82
Product analysis	77	73
	53,934	50,279

6. ACCUMULATED DEPRECIATION/PROPERTY AND EQUIPMENT

	2007		Net book value
	Cost	Accumulated depreciation	
	\$	\$	
Leasehold improvements	12,203	3,720	8,483
Systems development	9,706	7,043	2,663
Equipment and furnishings	7,108	4,128	2,980
Automobiles	635	338	297
Paving	338	118	220
	29,990	15,347	14,643

	2006		Net book value
	Cost	Accumulated depreciation	
	\$	\$	
Leasehold improvements	9,426	2,891	6,535
Systems development	9,076	6,036	3,040
Equipment and furnishings	6,084	3,536	2,548
Automobiles	589	296	293
Paving	300	100	200
	25,475	12,859	12,616

7. PROVISION FOR EMPLOYEE PENSION BENEFITS

The MLCC maintains a defined benefit pension plan in accordance with the provision 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 at December 31, 2004. The service to date projected benefit method was used and the liabilities have been extrapolated to March 31, 2007 using a formula provided by the actuary.

	2007	2006
	\$	\$
Accrued benefit liability, beginning of year	47,025	45,044
Actual gain based on 2004 actuarial report	—	(150)
Benefits accrued	1,434	1,341
Interest accrued on benefits	3,289	3,140
Benefits paid	(2,765)	(2,276)
Manitoba Finance matching pension contributions	(139)	(74)
Accrued benefit liability, end of year	48,844	47,025
Pension expense	4,723	4,481
Employee contributions	1,326	1,240
Employer contributions	2,904	2,350

The pension expense consists of benefits accrued of \$1,434 [2006 – \$1,341] and interest accrued on benefits of \$3,289 [2006 – \$3,140].

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	
	2007	2006
	%	%
Rate of return	6.50	6.50
Inflation	2.50	2.50
Salary rate increases	4.25	4.25

In addition, post retirement indexing is at two-thirds of the inflation rate.

The amount of the long-term provision for employee pension benefits of \$40,731 as at March 31, 2003, is included as part of long-term loan receivable – Province of Manitoba. There are no conditions or terms for collection of this non-interest bearing loan receivable.

8. PROVISION FOR RETIREMENT ALLOWANCES

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

The amount of the opening provision for retirement allowances as at April 1, 1998 of \$3,165 is included as part of the loan-term loan receivable – Province of Manitoba. There are no conditions or terms for collection of this non-interest bearing loan receivable.

9. FUTURE COMMITMENTS

- [a] The MLCC leases its Head Office and nine other buildings from the Government of the Province of Manitoba for the nominal sum of two dollars effective August 1, 1985, for a period of 99 years.
- [b] The MLCC leases another 39 buildings. Leases have expiry dates ranging from 2008 to 2024.

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

Year ending March 31	\$
2008	3,893
2009	3,793
2010	3,547
2011	2,984
2012	2,627
Thereafter	13,035
	29,879

- [c] The MLCC leases computer equipment. Leases on this computer equipment have expiry dates ranging from 2008 to 2011.

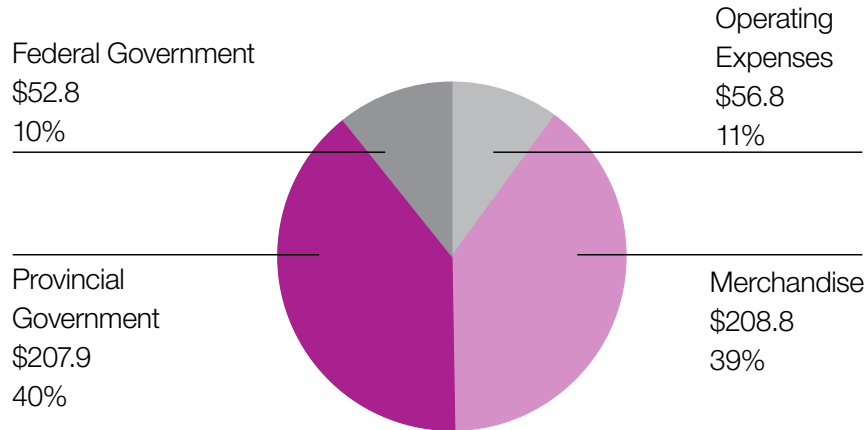
The future minimum lease payments for each of the years to the expiry of the lease contracts are as follows:

Year ending March 31	\$
2008	899
2009	661
2010	344
2011	229
	2,133

- [d] The MLCC entered into a contract for expansion of the Distribution Centre. The balance of the contractual obligation to be paid in 2008 is \$6,798.

CHARTS AND GRAPHS

\$207.9 MILLION FOR MANITOBANS



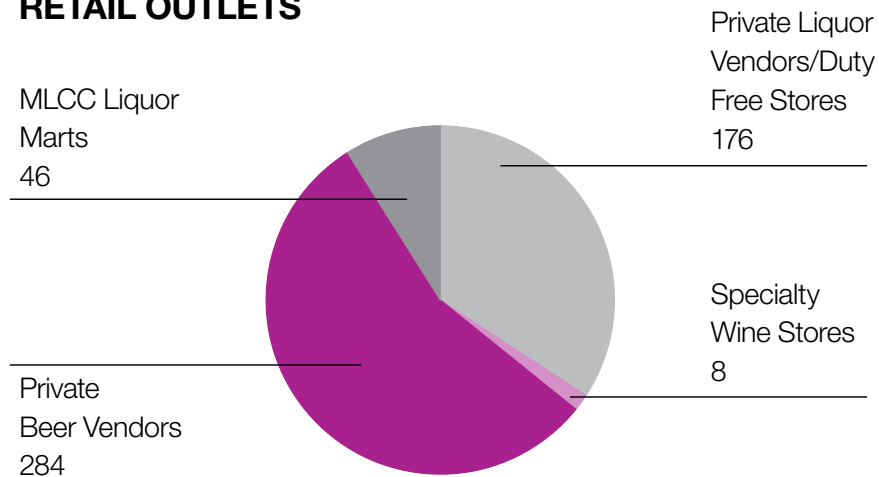
Additional payments to the Province (in millions)

- Retail Sales Tax – \$17.1
- Environmental Protection Tax – \$1.9
- Waste Reduction & Prevention Tax – \$0.5

Additional payments to the Federal Government (in millions)

- Good and Services Tax – \$33.0

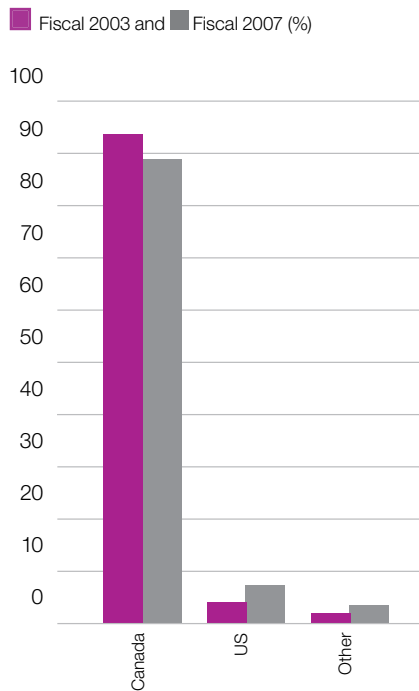
RETAIL OUTLETS



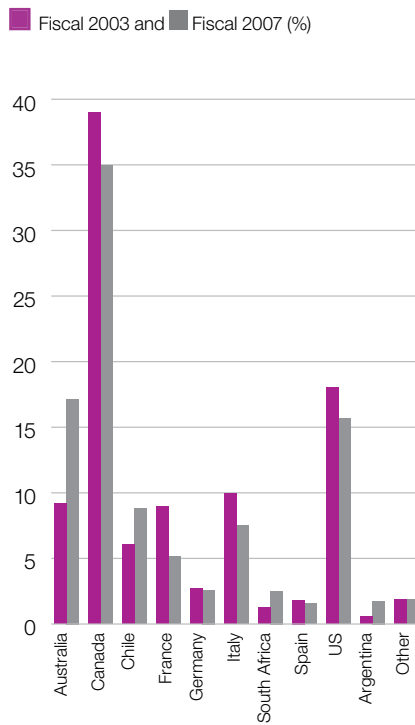
PROFIT AND EXPENSE RATIOS (IN THOUSANDS)

	2003	2004	2005	2006	2007
Sales	434,980	459,199	472,134	486,734	521,380
Gross Profit	205,448	218,191	229,842	243,526	259,822
Net Profit	166,347	174,066	185,273	196,238	207,944
General and Administrative Expenses	44,127	45,850	46,706	50,279	53,934
Depreciation	2,107	2,432	2,449	2,448	2,583
Gross Profit as % of Sales	47.2%	47.5%	48.7%	50.0%	49.8%
Net Profit as % of Sales	38.2%	37.9%	39.2%	40.3%	39.9%
General and Administrative Expenses as % of Sales	10.1%	10.0%	9.9%	10.3%	10.3%

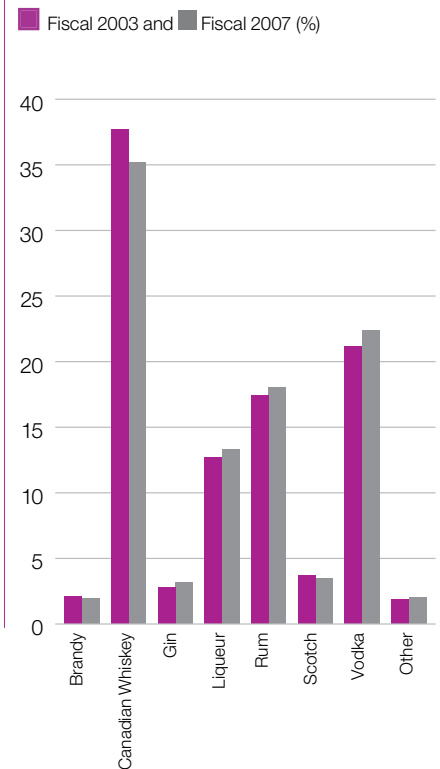
BEER SALES BY COUNTRY



WINE SALES BY COUNTRY



SPIRIT SALES BY TYPE



VOLUME SALES (MILLIONS OF LITRES)

	Beer	Spirits	Wine	Coolers/Ciders
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
2006	74.2	6.4	7.7	2.6
2007	78.0	6.5	8.2	2.6

PRODUCT \$ SALES (IN MILLIONS)

	Beer	Spirits	Wine	Coolers/Ciders
2003	199	154	67	15
2004	212	159	72	16
2005	215	164	78	16
2006	215	170	87	15
2007	229	179	97	16

PER CAPITA CONSUMPTION (IN LITRES)

	Beer	Spirits	Wine	Coolers/Ciders
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
2006	83.5	7.2	8.7	2.9
2007	87.1	7.3	9.2	2.9

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

NUMBER OF HOTEL REGISTRATIONS & LICENCES

Class of Licence	2003	2004	2005	2006	2007
Hotel Registration	323	327	322	318	312
Retail Beer Vendor	296	297	293	288	284
Brewer's Retail	2	1	1	1	2
Sacramental Wine	3	3	3	2	2
Winery				1	1
Beverage Room	277	276	271	267	262
Dining Room	1,116	1,124	1,138	1,148	1,143
Transportation	11	11	11	11	9
Cocktail Lounge	455	450	466	475	471
Cabaret	20	20	24	26	26
Spectator Activities	41	41	38	40	42
Private Club	266	263	263	262	260
Military Canteen	18	18	15	15	15
Sports Facility	154	156	151	152	147
Manufacturer's	35	37	37	21	22
Totals	3,017	3,024	3,033	3,027	2,998

INSPECTIONS, INVESTIGATIONS AND EDUCATIONAL SEMINARS

	2003	2004	2005	2006	2007
Licensed Premises					
Licensee visits	27,613	27,338	25,858	23,550*	25,097
Investigations/final inspection of premises	984	915	438	518	385
Education of licensees/their staff	145	142	84	111	146
Total	28,742	28,395	26,380	24,179	25,628
Occasional Permits					
Inspections while in progress	1,695	1,707	1,576	1,664	1,783
Investigations prior to issue	1,029	1,208	1,415	1,617	1,844
Education of hall owners/ permittees/public	134	93	62	88	73
Inspection of new banquet halls	103	93	55	191**	241**
Total	2,961	3,101	3,108	3,560	3,941
General and Public Concern					
Investigations	1,309	1,162	1,326	975***	902***

* Fewer inspections in F06 due to vacancies in inspector positions, and a move to risk-based inspections.

** Effective F06, includes free-standing banquet halls and those located within licensed premises.

*** Effective F06, applications for Photo ID are pre-screened by licensing advisor, resulting in fewer investigations.

OCCASIONAL PERMITS ISSUED

Class of Licence	2003	2004	2005	2006	2007
Liquor Sold	8,056	7,569	7,468	7,102	7,020
Liquor Complimentary	4,641	4,425	4,356	4,360	4,316
	12,697	11,994	11,824	11,462	11,336

DISCIPLINARY ACTION

	2003	2004	2005	2006	2007
Licensees:					
Administrative					
– warning letters	229	121	80	214	259
– meetings with Manager, Inspection Services	30	11	19	14	41
Total	259	132	99	228	300
Board:					
– disciplinary hearings	41	35	29	33	49
– appeal hearings	6	3	3	8	11
Board Action:					
– warnings	5	7	5	4	3
– suspensions	29	26	20	26	42
– cancellations	0	3	0	2	1
– other	10	0	1	2	4
Total	44	36	26	34	50
Total days suspended	121	433*	119**	67	106
Permittees/Hall Owners:					
Administrative:					
– warnings	30	11	12	13	6
– suspension of privileges	7	4	1	2	1
Total	37	15	13	15	7

* 365 days suspended attributed to one licensee (suspension began in F03 and extended into F05).

** 85 days suspended attributed to one licensee (suspension began in F03 and terminated in F05).

Breaches of *The Liquor Control Act* can be handled administratively or through a hearing before the Licensing Board. Where there is no previous record, the inspector may handle the matter through education of the licensee and staff.

Where there is a record of operation and the breach is of a less serious nature, administration may issue a letter of warning or meet with the licensee to discuss solutions to the problem. These letters/meetings form part of the licensee's record of operation. Where there is a record of operation and the breach is of a serious nature, the matter is referred to the Licensing Board for a hearing. Appeals are heard by the Board of Commissioners.

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^e Rue et avenue Victoria
Brandon Shoppers Mall

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

76, 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 Nord-Ouest

Russell

202, avenue Shell River Nord

Selkirk

377, rue Main

Swan River

716, rue Main

The Pas

333, avenue Edwards

Thompson

131, avenue Selkirk

Virden

197, 3^e Avenue

WINNIPEG

Charleswood Square

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 23

Fort Garry

1235, chemin Pembina

Fort Richmond Plaza

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 Park Shopping Centre

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 présentement 172 vendeurs d'alcools.



Alexander Stahl's Food Mart	Boissevain Hazlewood Enterprises	Elm Creek Elm Creek Co-operative Oil & Supplies Ltd.
Alonsa Fashway Café & Confectionery	Bruxelles Marginet's Grocery & Hardware	Elma Elma Country Store
Altona Altona Cleaners Ltd.	Camperville McKay Grocery	Emerson Emerson Bigway
Anola Anola Lucky Dollar	CFB Shilo Canex Super Mart	Erickson Mountain Park Pharmacy
Arborg Arborg Pharmacy	Carberry Spud City Food Mart Ltd.	Eriksdale Eriksdale Shop Easy
Argyle Meridian Trail General Store	Cartwright Cartwright Health Centre	Ethelbert Bird's Corner Store
Ashern Ashern Pharmacy	Clandeboye Clandeboye Store	Falcon Lake Lumber One Building Supplies
Austin J & J Grocery	Clearwater Lake Wally's Place	Fisher Branch Fisher Branch Health Centre
Baldur Baldur Variety Store	Cowan Kolisnyk's General Store	Fraserwood J & J Store
Belmont Belmont Hardware	Cranberry Portage Streamer Hardware	Garson Garson Grocery Ltd.
Benito Benito Pharmasave	Cypress River Cypress River Lucky Dollar	Gilbert Plains Gilbert Plains Pharmacy
BFC Shilo Bx Shopping Centre	Deloraine Myrna's Fabric Boutique	Gillam Trappers Shack
Big Whiteshell Lake Big Whiteshell Lodge (2000) Inc.	Dominion City Dominion City Food Town	Gladstone Gladstone Pharmacy
Birch River Birchwood Convenience	Dugald Dugald Convenience Store	Glenboro Glenboro Pharmacy Ltd.
Bird River Tall Timber Lodge Ltd.	Elgin Mack & Sydney's	Glenella Preisntanz's General Store
Birds Hill Birds Hill Store	Elie Elie Grocery Store	Glenora Glenora Mall
Birtle Birtle Pharmacy	Elkhorn Twin Valley Co-op Ltd.	Grand Marais Grand Marais Village Store

Grand Rapids Grand Rapids Esso	Langruth Farncombe's Food Centre	Newdale Strathclair Co-Op (succursale de Newdale)
Grandview Grandview Home Hardware	Laurier Molgat Shopping Centre	Ninette The Grocery Box
Great Falls Great Falls Foods	Leaf Rapids Kings Health & Variety	Niverville Niverville Bigway Foods
Grindstone Grindstone General Store	Letellier Gallant's Lucky Dollar	Notre Dame Notre Dame Shopping Centre
Gull Lake Sherwood Grocery	Lockport Lockport Grocery	Nutimik Lake Nutimik Lodge
Gypsumville Rawluk's Grocery & Pro Hardware	Lorette Dawson Trail Country Store Inc.	Oak Lake Valleyview Oak Lake Co-op
Hadashville Kiedyk's Convenience Store	Lundar Lundar Pharmacy Ltd.	Oakbank Family Fare
Hamiota Rawlings Home Hardware	Lynn Lake Clarke's Health & Variety	Oakburn Oakburn Foodtown
Hartney Hartney Variety Store	MacGregor MacGregor Lo-Cost (2004)	Oakville Oakville Super Market
Hecla Hecla Island General Store	Mafeking Doan's General Store	Onanole B & D Hardware Inc.
Hodgson Buckskin Trading Post	Manitou Manitou Pharmacy	Pierson Edward Consumers Co-Operative Ltd.
Holland Holland Home Hardware	Mariapolis Pouteau Foods	Pilot Mound Dobson's Foods Ltd.
Île-des-Chênes Ile des Chênes Country Store	McAuley McAuley Country Grocery Co-op Ltd.	Pinawa The North West Company LP
Inglis Jordie's Food Mart	McCreary Reischek's Pharmacy	Pine River Semeniuk's Groceteria
Inwood Inwood Food Town	Melita Liquid World	Pipestone Pipestone Main Street Market
Kelwood Kelwood Store	Miami Westaway's Pharmacy	Plum Coulee Tri-Coulee Investments
Kenton Houston's	Miniota Miniota C-Store	Plumas Plumas Stop & Shop
Komarno Komarno Quality Store	Minitonas Nemetchek Enterprises (1992)	Pointe du Bois Pam's Place
La Broquerie Le Bon Ami	Minto Minto Community Market	Poplarfield King Buck Inn ((bière seulement) Poplarfield Groceteria
La Salle Jeni's Food & Hardware	Moosehorn Moosehorn Consumers Co-op Ltd.	Rapid City Rapid City Insurance Agencies Ltd.
Lake of the Prairies Kilman Resort	Morris Morris Super Variety	Rathwell Rathwell Solo & Hardware
Lake Metigoshe Turtle Mountain All Season Resort	Narrows The Narrows General Store	

Rennie	Sainte-Agathe	Swan Lake
Rennie General Store (2005)	Dépanneur Cheyenne	B & B Store
Reston	Convenience Store	Teulon
Reston Drugs	Sainte-Anne	Teulon Pharmacy
Richer	Ste. Anne Sundries Ltd.	Tolstoi
Burnells Food Plus	Sainte-Rose-du-Lac	Tolstoi Super Mart
Ridgeville	Ste. Rose Variety Shop (2001)	Traverse Bay
Ridgeville Cooperative	Sandy Lake	Traverse Bay Corner Store
Community Club (bière	Sandy Lake Hardware	Treherne
seulement)	Sanford	Treherne Pharmacy
Rivers	Sanford Lumber &	Vassar
Rivers Super Thrifty Drug	Building Supplies	Vassar Corner Store
Mart Ltd.	Sarto	Vita
Riverton	Sarto General Store	Sumthing Special Florist
The Other Place	Seven Sisters	& Gift Shop
Roland	Seven Sisters General Store	Wabowden
Roland General Store	Shoal Lake	Dwyer's General Store
Rorketon	Shoal Lake Pharmacy	Wanless
Tracy's Insurance Services	Sifton	WE STE General Store
Rosburn	Boguski Grocery	Warren
L.P.K. Enterprises	Snow Lake	Pete's General Store
Saint-Adolphe	Cornerview Enterprises Ltd.	Waskada
St. Adolphe Esso	Somerset	Wilbro Enterprises Inc.
Saint-Ambroise	Somerset Lucky Dollar	Waterhen
Ducharme's General Store	Souris	Waterhen General Store
Saint-Claude	Souris Valley Foods	Wawanesa
Phillipot's Shop Easy Foods	Sprague	Gullett Pro Hardware
Saint-Eustache	Carl's Solo Store	West Hawk Lake
Magasin Beaudin Store	Springfield	West Hawk Lake Resort
Saint-François Xavier	Garven Convenience Store	Whitemouth
S.F.X. Country Store	Starbuck	Whitemouth Sundries
Saint-Jean Baptiste	Dawn 'Til Dusk	Winnipeg Beach
St. Jean Home Centre	Convenience Store	Beach Convenience
Saint-Laurent	Stonewall	Winnipegosis
Dépanneur Entre-Lacs	Stonewall Pharmacy Ltd.	Winnipegosis Meat Market
Saint-Lazare	Stony Mountain	Woodlands
B's Place	Pick 'N Play	Studler's Enterprises Inc.
Saint-Malo	Strathclair	Woodridge
St. Malo Co-operative Ltd.	Strathclair Consumers	Woodridge General Store
Saint-Pierre-Jolys	Co-op Ltd.	
St. Pierre IGA		

For more information about the MLCC, or to request printed copies of this Annual Report, please contact the Communications Department:

Telephone: **(204) 474-5656**

The 2006 Annual Report is also available online at **www.mlcc.mb.ca**



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