

EXERCICE 2011-2012  
SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU MANITOBA  
**89<sup>e</sup> RAPPORT ANNUEL**



DU 1<sup>er</sup> AVRIL 2011 AU 31 MARS 2012



## Vision

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

## Mission

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

## Valeurs

### Importance du personnel

Ouvrir à l'établissement d'un milieu de travail positif en favorisant le travail d'équipe pour atteindre nos objectifs communs.

### Responsabilité sociale

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

### Intégrité et équité

Établir des relations respectueuses et éthiques et répondre entièrement de nos actions, décisions et comportements.

### Excellence du service

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

### Innovation

Encourager nos employés à être innovateurs.

## Table des matières

<b>Gouvernance, Conseil et Commission</b> . . . . .	<b>2</b>
Fusion de la Société des alcools du Manitoba et de la Manitoba Lotteries Fusion des Services réglementaires de la Société des alcools du Manitoba et de la Commission de régulation du jeu du Manitoba . . . . .	2
<b>Message de la présidente du Conseil des commissaires</b> . . . . .	<b>3</b>
<b>Message du président-directeur général</b> . . . . .	<b>4</b>
À la mémoire de Ken Hildahl . . . . .	5
<b>Faits saillants de l'exercice 2011-2012</b> . . . . .	<b>6</b>
<b>Nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil</b> . . . . .	<b>7</b>
<b>Examen du plan d'activités de l'exercice 2011-2012</b> . . . . .	<b>9</b>
Responsabilité financière . . . . .	10
Responsabilité sociale . . . . .	11
Service à la clientèle . . . . .	16
Efficacité commerciale . . . . .	18
Qualité du milieu de travail . . . . .	19
<b>États financier</b> . . . . .	<b>21</b>
<b>Tableaux et graphiques</b> . . . . .	<b>42</b>
<b>Magasins d'alcools</b> . . . . .	<b>46</b>
<b>Vendeurs d'alcools</b> . . . . .	<b>47</b>
<b>Magasins de vins de spécialité</b> . . . . .	<b>49</b>

## GOUVERNANCE, CONSEIL ET COMMISSION

Le **Conseil des commissaires** (le « Conseil ») est l'organe directeur qui encadre les activités de la Société des alcools du Manitoba (la « Société »). La présidente du Conseil 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.

En 2011-2012, le Conseil comptait dix membres, tous nommés par le gouvernement du Manitoba. Une personne est nommée à la présidence du Conseil et une autre 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 suivi du rendement en fonction des plans;
- approbation des plans d'immobilisations et d'exploitation annuels et suivi 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;
- présentation au ministre responsable de recommandations relatives à la nomination ou à la cessation d'emploi du président-directeur général;
- planification de la relève, évaluation du rendement et développement du leadership pour le président-directeur général et les cadres supérieurs;
- approbation de la structure de rémunération normale et de l'ensemble des avantages sociaux de tous les employés de la Société;
- approbation de la politique en matière de communications de la Société.

Le Conseil bénéficie du travail de plusieurs comités :

- Comité de la gouvernance;
- Comité de la planification stratégique et du budget;
- Comité d'audit;
- 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 oriente également les actions du Conseil et de tous les employés de la Société.

La **Commission des licences** (la « Commission ») est responsable de l'approbation des licences et de l'imposition des mesures disciplinaires associées aux infractions à la *Loi sur la réglementation des alcools* et à ses règlements d'application. Ses décisions peuvent faire l'objet d'un appel.

La Commission compte 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.



Commission des licences (*debout, de g. à dr.*) Dale Neal (vice-président), Vic Wonnacott (président), Les Barrett; (*assis, de g. à dr.*) Lorraine Sigurdson, Cliff Bernhardt.

## Fusion de la Société des alcools du Manitoba et de la Manitoba Lotteries ainsi que des Services réglementaires de la Société des alcools du Manitoba et de la Commission de régie du jeu du Manitoban

Peu après la fin de l'exercice 2011-2012 et dans le cadre du budget provincial, le gouvernement manitobain a annoncé la fusion de la Société des alcools du Manitoba et de la Manitoba Lotteries pour créer une nouvelle entité. Le gouvernement a également annoncé la fusion des Services réglementaires de la Société des alcools du Manitoba et de la Commission de régie du jeu du Manitoba. Le 3 mai 2012, David Chomiak, ministre de l'Innovation, de l'Énergie et des Mines du Manitoba et ministre responsable des jeux de hasard, a annoncé la

composition du nouveau conseil chargé de superviser la Société et la Manitoba Lotteries. Il a également nommé Winston Hodgins, président-directeur général de la Manitoba Lotteries, au poste de président-directeur général de la nouvelle société. Jusqu'à ce que la fusion soit achevée et que les mesures législatives aient été modifiées, la Société continuera de fonctionner comme une entité distincte.

## MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL DES COMMISSAIRES

Au nom du Conseil des commissaires, je suis heureuse de présenter le 89<sup>e</sup> rapport annuel de la Société des alcools du Manitoba pour l'exercice 2011-2012. L'exercice a été remarquable sous plusieurs aspects, notamment pour le versement de 254,3 millions de dollars au Trésor provincial et aux Manitobains.

La réussite financière de la Société est particulièrement significative pour plusieurs raisons. La Société a non seulement dépassé le résultat net de l'exercice antérieur, mais elle l'a fait dans le contexte des modifications les plus étendues jamais apportées à la *Loi sur la réglementation des alcools* et à ses règlements d'application au cours de l'histoire récente et malgré la perte de son président-directeur général, Ken Hildahl.

La nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil, annoncée par le gouvernement provincial au premier trimestre de l'exercice, s'est révélée l'une des initiatives les plus importantes qu'ait entreprises la Société. Il faut féliciter cette dernière pour les efforts qu'elle a déployés en vue d'apporter plus de 40 modifications à la loi, aux règlements et aux politiques qui profitent aux secteurs de l'accueil et du tourisme, améliorent la sécurité dans les établissements visés par une licence, proposent davantage de mesures de dissuasion de la consommation d'alcool chez les mineurs et réduisent les formalités administratives.

Un bon nombre des modifications proposées par la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil de même que les réussites des dernières années sont dues au leadership du président-directeur général Ken Hildahl. Son décès soudain et inattendu a été dévastateur. Par contre, la vision qu'il a su intégrer au plan stratégique triennal a continué d'offrir une orientation et une

direction pendant le reste de l'exercice. Au nom du Conseil des commissaires, j'aimerais remercier Roman Zubach, directeur de l'exploitation, pour avoir pris la relève à titre de président-directeur général par intérim, ainsi que l'équipe de la haute direction pour son leadership durant cette période exigeante et difficile.

Au cours de l'exercice, la Société a maintenu son engagement à l'égard du mandat de responsabilité sociale, et ses efforts ont été acceptés et entièrement soutenus par le Conseil. En particulier, la nouvelle campagne « Seniors Behaving Badly » (comportement irresponsable des aînés) dans le cadre du programme *Soyez sobre* a permis de rappeler encore une fois aux jeunes adultes que la consommation occasionnelle excessive d'alcool est un comportement ridicule à tout âge. Le programme *Enceinte sans alcool* a continué d'étendre sa portée et son accessibilité aux femmes et à leurs partenaires dans toutes les régions de la province, tandis que d'autres programmes, tels que *Soyez l'influence* et *Déclarez votre âge*, ont aidé à renforcer les mesures législatives aux termes de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil pour prévenir la consommation d'alcool par des mineurs.

L'exercice 2011-2012 a été ma dernière année à titre de présidente du Conseil des commissaires, et j'aimerais profiter de l'occasion pour remercier tous les membres du Conseil de leur soutien au cours des ans. Je remercie également l'équipe de la haute direction pour son engagement indéfectible à l'égard de la réussite de la Société, ainsi que tous les membres du personnel pour leur dévouement inlassable en vue d'assurer l'excellence du service à la clientèle. Cela aura été pour moi un plaisir et un honneur de faire partie de la Société des alcools du Manitoba.

CARMEN NEUFELD  
*Présidente du Conseil des commissaires*

Conseil des commissaires  
(debout, de g. à dr.)  
Les Crisostomo,  
Garry Hammerback,  
Janine Ballingall Scotten,  
Ed Azure, Aidan O'Brien,  
Eugene Kostyra; (assis, de g.  
à dr.) Fran Frederickson (vice-  
présidente), Carmen Neufeld  
(présidente), Myrna Phillips,  
(absente) Maria Moore.



## MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

J'ai le plaisir d'annoncer que pour l'exercice 2011-2012, la Société des alcools du Manitoba a versé un montant sans précédent de 254,3 millions de dollars au gouvernement provincial. Je suis également très fier de savoir que ces fonds serviront à soutenir les programmes de soins de santé, d'éducation et de services sociaux qui profiteront à tous les Manitobains.

L'exercice écoulé a été marqué par de nombreux enjeux. En mai 2011, le gouvernement a annoncé une nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil conçue pour moderniser les lois sur les boissons alcoolisées et comportant une révision étendue de la *Loi sur la réglementation des alcools* (la « Loi »), qui s'est traduite par plus de 40 modifications différentes à la Loi. Une telle initiative ne peut être mise en œuvre sans les efforts soutenus d'un grand nombre de personnes, et je tiens à exprimer mes sincères remerciements et ma gratitude à tous ceux qui y ont participé.

En août 2011, la Société a subi un choc à la suite du décès soudain de Ken Hildahl, notre président-directeur général. Ken était un atout important pour notre organisation, et sa perte a été ressentie à tous les

niveaux de la Société. Depuis son départ, l'équipe de la haute direction est restée fidèle à la vision et au plan stratégique établis par Ken. J'aimerais remercier tous les employés de leur soutien pendant cette période difficile. C'est dans les pires moments que nous sommes découvrons ce qu'il y a de mieux chez les gens, et une telle situation n'a pas fait exception.

L'exercice 2011-2012 a aussi été marqué par la poursuite d'une multitude de projets. La mise en œuvre du projet de marchandisage centralisé s'est poursuivie à plein régime. Le projet vise à centraliser les activités de sélection et de réapprovisionnement des produits des magasins d'alcools pour faire en sorte que la Société gère encore plus efficacement sa chaîne d'approvisionnement afin que les bons produits soient au bon endroit au bon moment. Le projet permet aussi de réorienter les efforts et l'expertise des magasins vers des activités qui rehausseront le rendement des magasins et le service à la clientèle.

L'élaboration d'un nouveau site Web public s'est également poursuivie pendant l'exercice 2011-2012; le site devrait être lancé en 2012-2013. Il aura une apparence moderne et présentera des descriptions de produit améliorées, des renseignements sur les accords des aliments et des boissons alcoolisées, des données sur les produits en stock par magasin et des capacités de recherche étendues. Conçu à l'aide des toutes dernières technologies, le nouveau site Web accroîtra grandement la présence de la Société sur le Web.



Équipe de haute direction  
(de g. à dr.) Tracy Crawford, directrice des achats et de la logistique; Corrine Scott, directrice des services réglementaires; Diana Soroka, directrice des communications et de la responsabilité sociale; Al Roney, directeur des opérations de vente au détail; Roman Zubach, président-directeur général par intérim et directeur de l'exploitation; Signy Shaw, directrice de la vérification interne et de la gestion du risque; Ingrid Loewen, directrice des affaires financières et stratégiques; Gerry Sul, directeur des services généraux.

## MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL (SUITE)

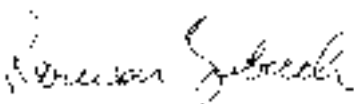
Dans le cadre de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil et de nos efforts continus pour offrir aux Manitobains une commodité accrue, nous avons procédé à l'ouverture du premier magasin-boutique express au niveau des arrivées de l'Aéroport international James Armstrong Richardson de Winnipeg. Le nouveau concept de vente au détail propose une liste des vins, spiritueux et bières les plus populaires, y compris des produits uniques au Manitoba. Il s'agit du premier établissement d'un projet pilote qui pourra en compter jusqu'à dix, tous situés dans des zones de circulation intense, dont jusqu'à cinq seront installés dans des épicerie en région urbaine.

Aux termes d'une des initiatives de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil, nous avons collaboré avec nos partenaires de l'industrie pour permettre aux vendeurs de bière des hôtels d'offrir des panachés et du cidre. Je suis heureux de signaler que 72 % des hôtels admissibles ont soumis une demande et ont été acceptés pour cette nouvelle possibilité commerciale.

En 2011-2012, la Société a par ailleurs modifié la présentation de ses données financières en adoptant les Normes internationales d'information financière (« IFRS ») en avril 2011 sur une base rétrospective.

Je suis également heureux de mentionner que pour la sixième année consécutive, la Société a été nommée un des vingt-cinq meilleurs employeurs au Manitoba dans le cadre du concours des cent meilleurs employeurs au Canada.

J'aimerais remercier les membres du Conseil des commissaires pour leur soutien au cours d'une année qui a connu ses moments difficiles. Je voudrais aussi saluer et remercier les membres de l'équipe de la haute direction pour les longues heures qu'ils ont consacrées à la réalisation de tous nos engagements. Votre confiance et votre soutien sont très précieux. Enfin, j'aimerais transmettre mes remerciements et mon appréciation à tous les employés de la Société. Vous êtes sans conteste le cœur de notre organisation, et nous sommes privilégiés de pouvoir compter sur un personnel aussi dévoué et dont l'excellence du service offert aux Manitobains ne se dément pas.



ROMAN ZUBACH  
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL PAR INTÉRIM



## À LA MÉMOIRE DE KEN HILDAHL

C'est avec une immense tristesse que le Conseil des commissaires et les employés de la Société des alcools du Manitoba ont appris le décès soudain et prématuré du président-directeur général Ken Hildahl le 26 août 2011.

Ken est entré au service de la Société en 2009 après des carrières réussies à la Croix-Bleue du Manitoba et à la Manitoba Government Employees Union. Durant son séjour à la Société, Ken s'est révélé un dirigeant visionnaire et a aidé à mettre en œuvre la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil, qui comprend plus de 40 modifications à la *Loi sur la réglementation des alcools*. Il a aussi été un dirigeant communautaire respecté, maintenant des liens étroits avec des organismes tels que le Winnipeg Football Club, Action cancer Manitoba, le Camp Manitou et la Fondation du Centre des sciences de la santé.

Bien que son passage à la Société ait été beaucoup trop court, son influence sur les gens avec lesquels il a travaillé est incommensurable. Ken se faisait un point d'honneur d'être accessible à tous les employés, et on se souviendra affectueusement de lui pour son grand cœur et son amabilité. Il nous manque déjà et il continuera de nous manquer grandement.



## FAITS SAILLANTS DE L'EXERCICE 2011-2012

*La Société des alcools du Manitoba a versé un montant de 254,3 millions de dollars au Trésor provincial pour soutenir les programmes de soins de santé, d'éducation et de services sociaux au bénéfice de tous les Manitobains.*

- Conçue pour moderniser les lois sur les boissons alcoolisées dans un cadre de responsabilité sociale, la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil a reçu la sanction royale le 16 juin 2011. Elle compte plus de 40 initiatives réparties en quatre volets : création d'activités commerciales, renforcement de la sécurité et du bien-être publics, lutte contre la consommation d'alcool par des mineurs et allègement des formalités administratives. Elle comprend des modifications à la *Loi sur la réglementation des alcools*, à ses règlements d'application et aux politiques de la Société.
- Le premier magasin-boutique express a ouvert ses portes au niveau des arrivées de l'Aéroport international James A. Richardson de Winnipeg. Le nouveau concept de vente au détail propose une liste des vins, spiritueux et bières les plus populaires, y compris des produits uniques au Manitoba. Un deuxième magasin-boutique express devrait ouvrir au cours de l'exercice 2012-2013. Aux termes de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil et dans le cadre d'un projet pilote, la Société établira jusqu'à dix magasins-boutiques express dans des zones de circulation intense, dont jusqu'à cinq dans des épiceries en région urbaine.
- La mise en œuvre du projet de marchandisage centralisé s'est poursuivie à plein régime en 2011-2012. Le projet vise à centraliser les activités de sélection et de réapprovisionnement des produits des magasins d'alcools pour faire en sorte que la Société gère encore plus efficacement sa chaîne d'approvisionnement afin que les bons produits soient au bon endroit au bon moment. Le projet permet aussi de réorienter les efforts et l'expertise des magasins vers des activités qui rehausseront le rendement des magasins et le service à la clientèle.
- L'élaboration d'un nouveau site Web public s'est également poursuivie pendant l'exercice 2011-2012; le site devrait être lancé en 2012-2013. Il aura une apparence moderne et présentera des descriptions de produit améliorées, des renseignements sur les accords des aliments et des boissons alcoolisées, des données sur les produits en stock par magasin et des capacités de recherche étendues.
- Pour la sixième année consécutive, la Société a été nommée un des vingt-cinq meilleurs employeurs au Manitoba dans le cadre du concours des cent meilleurs employeurs au Canada.
- Le 1<sup>er</sup> avril 2011, la Société a adopté les Normes internationales d'information financière sur une base rétrospective, tel qu'exigé. Les données comparatives ont été redressées en conséquence.



# NOUVELLE STRATÉGIE VISANT L'INDUSTRIE DE L'ACCUEIL

Le 19 mai 2011 à La Fourche (Winnipeg), Gord Mackintosh, ministre responsable de la *Loi sur la réglementation des alcools*, a annoncé une nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil. La stratégie s'appuie sur quatre piliers : création d'activités commerciales, renforcement de la sécurité et du bien-être publics, lutte contre la consommation d'alcool par des mineurs et allègement des formalités administratives. Elle compte plus de 40 initiatives et sert à moderniser la Loi. Voici quelques-unes des initiatives entreprises dans le cadre de la nouvelle stratégie.

## CRÉATION D'ACTIVITÉS COMMERCIALES

Voici des initiatives qui répondent à l'évolution du paysage social au Manitoba et au Canada :

- par les microbrasseries de produits sur place et dans les magasins d'alcools de la Société afin de favoriser leur viabilité commerciale;
- dans le cadre d'un projet pilote, création d'au plus dix magasins-boutiques express de la Société proposant un choix limité de produits, dont jusqu'à cinq dans des épiceries en région urbaine;
- programme facultatif « Apportez votre vin » destiné aux restaurants;
- vente de panachés et de cidre par les vendeurs de bière admissibles;
- mesures incitatives afin d'aider les microbrasseries, les entreprises vinicoles et les microdistilleries, comme la réduction des majorations des prix et l'aide promotionnelle;
- élaboration de mesures favorisant l'établissement de centres destinés au public par les producteurs de boissons alcoolisées, notamment la possibilité d'exploiter un tel centre dans un immeuble indépendant, la réduction des majorations des prix et le recours à la publicité extérieure pour promouvoir ces centres;
- prolongation des heures de services, sur une base volontaire, jusqu'à 2 h à l'occasion de réceptions, d'activités de financement et de mariages, afin d'uniformiser les règles avec celles qui s'appliquent aux établissements visés par une licence;
- uniformisation, à 2 h le dimanche, de l'heure de fermeture des cabarets et des débits de boisson et à 2 h 30, celle des établissements vendant de la bière, sauf indication contraire dans les règlements municipaux;
- autorisation d'exceptions par la Société afin de tenir compte de situations uniques dans l'industrie de l'accueil qui n'entrent dans aucune des onze catégories de licence actuelles, par la modification du *Règlement sur la proportion de nourriture et de boissons alcoolisées*;
- vente par les magasins d'alcools d'articles de bar, de publications sur les boissons alcoolisées et d'articles promotionnels à l'occasion d'événements sportifs et culturels d'envergure;
- amélioration de l'information sur les produits et des échanges avec le public par la modernisation du site Web de la Société.



Le 19 mai 2011 à La Fourche (Winnipeg), le ministre Gord Mackintosh annonce la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil à une conférence de presse.

# NOUVELLE STRATÉGIE VISANT L'INDUSTRIE DE L'ACCUEIL (SUITE)

## RENFORCEMENT DE LA SÉCURITÉ ET DU BIEN-ÊTRE PUBLICS

L'industrie de l'accueil reposant essentiellement sur la création d'environnements sûrs, la sécurité dans les locaux visés par une licence est renforcée par les initiatives suivantes :

- embauche de trois nouveaux inspecteurs dans le centre-ville de Winnipeg, ce qui accroît le nombre d'inspecteurs par locaux visés par une licence, qui est le plus élevé au Canada, et ouverture d'un nouveau bureau des inspections auxiliaire dans la rue Main;
- imposer d'amendes parmi les plus élevées au Canada aux personnes ayant une conduite répréhensible;
- accentuation de la responsabilité qui incombe aux propriétaires de bar en ce qui concerne l'inconduite des clients à l'extérieur de leurs locaux, y compris dans le voisinage immédiat;
- permission aux inspecteurs et aux agents de police de fermer immédiatement les locaux visés par une licence, pendant une période maximale de douze heures, s'il existe des risques imminents pour le public;
- insertion dans la loi de l'obligation de suivre la formation sur le service axé sur la consommation responsable pour les propriétaires de bar, les exploitants, les barmans et les serveurs;
- mandat légal confié à la Société de promouvoir la consommation responsable d'alcool;
- intensification de la campagne de sensibilisation du public à l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation foetale;
- obligation pour la Société de procéder à une analyse des répercussions de la consommation de mélanges de boissons énergisantes avec de l'alcool;
- permission aux magasins d'alcools de vendre des produits qui favorisent la responsabilité sociale, comme des boissons contenant 0,5 % d'alcool et des bons de taxi;
- installation de défibrillateurs portatifs et formation du personnel de tous les magasins d'alcools.

## LUTTE CONTRE LA CONSOMMATION D'ALCOOL PAR DES MINEURS

Les initiatives suivantes ont été mises en oeuvre pour lutter contre la consommation d'alcool par des mineurs :

- répression de l'utilisation de fausses pièces d'identité :
  - les jeunes adultes devront présenter un passeport valide, un permis de conduire ou une carte d'identité de la Société d'assurance publique du Manitoba ou encore deux autres pièces d'identité, dont une avec photo;
  - la Société collaborera avec les titulaires de licence afin de mettre en place des outils technologiques permettant de détecter les fausses pièces d'identité, comme des scanners;
  - la remise de pièces d'identité à une personne mineure constitue désormais une infraction en vertu de la *Loi sur la réglementation des alcools*;
- interdiction non seulement de la consommation, mais aussi de la possession de boissons alcoolisées par un mineur dans des locaux visés par une licence et au cours d'événements visés par un permis de circonstance;
- audience obligatoire de la Commission des licences pour toute infraction à la loi liée à la consommation d'alcool par des mineurs dans des locaux visés par une licence;
- enregistrement de tous les tonneaux de bière afin de retrouver facilement les acheteurs en cas de consommation par des mineurs;
- adoption progressive par la Société d'une stratégie visant les boissons à très forte teneur en alcool;
- accroissement de la visibilité de la campagne *Soyez l'influence*, campagne de pointe du Manitoba portant sur l'engagement et la responsabilité des parents.

## ALLÈGEMENT DES FORMALITÉS ADMINISTRATIVES

La modernisation de la Loi se traduira par l'élimination de formalités administratives superflues, comme suit :

- mise en place d'ici 2012 d'un processus en ligne et pratique pour les demandes de permis pour soirée sociale;
- délivrance de licences pluriannuelles;
- droits de licence établis au prorata prévus dans la loi;
- simplification du processus de demande de licence;
- amélioration des règles pour tenir compte du déplacement des établissements exploités par le propriétaire vers les franchises et les commerces de détail;
- modification du *Règlement sur la proportion de nourriture et de boissons alcoolisées*, comme suit :
  - possibilité d'exemption lorsque la proportion ne correspond pas au volume de boissons alcoolisées vendues;
  - remplacement de l'obligation pour les titulaires de licence de soumettre des rapports trimestriels sur la nourriture et les boissons alcoolisées par des vérifications ponctuelles, des enquêtes à la suite de plaintes et la tenue de registres par les titulaires de licence;
- transfert du Cabinet à la Société de la responsabilité relative à la délivrance des licences des magasins d'alcools et des locaux visés par une licence dans les régions qui ne sont pas régies par une administration municipale, comme les collectivités du Nord et les parcs;
- modification de la réglementation sur la publicité afin d'accorder des exceptions aux règles sur la publicité extérieure dans le but de répondre aux besoins des titulaires de licence;
- création d'un portail Internet de la Société destiné aux partenaires commerciaux afin de simplifier les activités commerciales.

## EXAMEN DU PLAN D'ACTIVITÉS DE L'EXERCICE 2011-2012

Le plan stratégique de la Société est divisé en cinq groupes d'objectifs qui servent de plan directeur à l'intégration de la vision, de la mission et des valeurs dans les activités quotidiennes.

Les cinq groupes d'objectifs sont les suivants :

- la responsabilité financière
- la responsabilité sociale
- le service à la clientèle
- l'efficacité commerciale
- la qualité du milieu de travail.

*Les pages qui suivent présentent un bref examen des activités de la Société en 2011-2012.*

# RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE

## But

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

## Objectif

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

## Résultats des activités

### Bénéfice net :

Cible :	\$254,8 millions de dollars
<b>Réel :</b>	<b>\$254,3 millions de dollars</b>

Le bénéfice net de l'exercice est inférieur de 0,5 million de dollars (M\$) au montant prévu dans le budget, soit un écart de moins de 1%, même si les ventes et les volumes ont dépassé les prévisions. Les ventes se sont chiffrées à 4,2 M\$ ou 0,7 % de plus que le budget. Les volumes ont été supérieurs aux chiffres du budget dans toutes les catégories, sauf le vin. Les consommateurs ont dépensé moins que prévu pour tous les produits, à l'exception des bières.

Le bénéfice brut s'est inscrit à 0,7 M\$, ou moins de 1%, en deçà du budget.

Les charges administratives ont été supérieures de 1 M\$, ou 1,4 %, au budget. Les charges liées au régime de retraite ont dépassé le budget de 5,5 M\$ en raison d'un rajustement actuariel de 2,7 M\$, tandis que les gains sur les actifs du régime ont été de 3,5 M\$ inférieurs au budget. Les autres dépenses ont fait l'objet d'une gestion minutieuse pour se chiffrer à 4,5 M\$ sous le budget. Les salaires et avantages sociaux ont compté pour 1,9 M\$ ou 42 % de l'écart par rapport au budget. Le report de projets d'immobilisations s'est traduit par une baisse de 0,9 M\$ au titre de l'amortissement.

Le 1<sup>er</sup> avril 2011, la Société a adopté les Normes internationales d'information financière sur une base rétrospective, tel qu'exigé. Les données comparatives ont été redressées en conséquence.

Dans le cadre de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil, les majorations sur les prix des produits des entreprises vinicoles et des microbrasseries ont été réduites en novembre 2011. En 2011-2012, on a aussi commencé à appliquer une recommandation visant la réduction des majorations sur les prix des produits des microdistilleries et on a entrepris une analyse des majorations sur les prix des vins de qualité supérieure.

La Société continue de surveiller les prix en vigueur ailleurs au Canada afin de demeurer concurrentielle avec la Saskatchewan et l'Ontario. Les prix pratiqués par la Société sont quelque peu supérieurs à ceux de l'Ontario et de la Saskatchewan pour les spiritueux, le vin et les boissons rafraîchissantes (cidre et panachés). En 2011-2012, les prix des marques de bières populaires sont demeurés plus faibles en Ontario qu'au Manitoba. Les prix de la bière continuent d'être plus élevés en Saskatchewan qu'au Manitoba.

### Part de marché pour les produits de luxe ou de qualité supérieure

En 2011-2012, la Société a continué de concentrer ses efforts de commercialisation sur la promotion des produits de qualité supérieure (« premiumisation »). Les résultats de fin d'exercice pour les spiritueux laissent entendre que le déplacement des achats vers les produits de qualité supérieure se poursuit.

Cible :	68 %
<b>Réel :</b>	<b>69,2 %</b>



# RESPONSABILITÉ SOCIALE

## But

Promouvoir la responsabilité en matière de vente et de consommation de boissons alcoolisées, le développement durable et l'engagement dans la collectivité.

## Objectifs

1. Appuyer les programmes qui font la promotion de la consommation socialement responsable des boissons alcoolisées en consacrant un minimum de 0,20 % du bénéfice brut estimatif au financement de ces programmes.
2. Optimiser la conformité à la *Loi sur la réglementation des alcools* par le biais de l'éducation et de la réglementation.
3. Agir comme une entreprise socialement responsable en veillant à ce que nos actions visent le bien-être social, économique et environnemental de la province.

## Résultats des activités

### Programmes de responsabilité sociale

**Soyez sobre** – Le programme de sensibilisation à la consommation occasionnelle excessive d'alcool chez les jeunes adultes âgés de 18 à 25 ans a lancé une nouvelle campagne intitulée « Seniors Behaving Badly » (comportement irresponsable des aînés). S'appuyant sur la popularité de personnes du troisième âge comme la comédienne Betty White, la campagne place des personnes âgées dans des situations humoristiques pendant une réception pour montrer aux jeunes adultes tout le ridicule des comportements liés à la consommation occasionnelle excessive d'alcool. La campagne s'est faite par des annonces radiophoniques non traditionnelles utilisant le « jock talk » (personnalités qui bavardent en ondes). On a aussi eu recours à d'autres médias comme des annonces dans Facebook, des affiches pour les magasins d'alcools et les établissements visés par une licence, ainsi que la distribution gratuite d'articles promotionnels dans le cadre de promotions à la radio et chez les titulaires de licence.

**Enceinte sans alcool** – Le programme sur la grossesse et la consommation d'alcool a continué d'utiliser divers médias publicitaires, y compris des affiches sur le côté bus, des « Johnny ads » (annonces axées sur les jeunes branchés), des publicités imprimées dans des publications ciblées et des bannières déroulantes sur le canal météo d'Environnement Canada. On a également procédé à des interrogations au passage par téléphone et dans les centres commerciaux en 2011-2012, dont les résultats seront utilisés pour circonscrire les plans de 2012-2013.

**Soyez sobre et en sécurité** – En 2011-2012, le programme *Faites partie du changement : Je hais la conduite avec facultés affaiblies* a changé de nom pour devenir *Soyez sobre et en sécurité*. Le nouveau programme a fait l'objet d'une promotion étendue au cours de la saison de hockey des Jets avec l'installation d'un grand panneau à l'entrée du Centre MTS, sur les ondes de CJOB pendant les matchs des Jets à domicile, dans les programmes des Jets et sur le « Power Ring » du Centre MTS. En décembre, comme façon de remercier les conducteurs sobres pendant la période des Fêtes, la Société s'est encore une fois associée à Opération Nez rouge et aux contrôles routiers des services de police de Winnipeg et de Brandon pour promouvoir la campagne *Pris en flagrant « délit » de sécurité et de sobriété* et offrir aux conducteurs sobres la possibilité de gagner une escapade d'une fin de semaine.

**Soyez l'influence** – Dans le cadre de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil, la Société a continué de promouvoir le programme *Soyez l'influence*, un programme manitobain de pointe qui soutient l'influence parentale sur les attitudes des enfants à l'égard de l'alcool. En 2011-2012, le programme a continué de faire l'objet d'annonces télévisées et d'annonces imprimées dans des publications ciblées, ainsi que sur de nombreux panneaux affichés dans des centres communautaires et des stades de toute la province. Des livrets du programme ont été distribués à environ 300 parents qui participaient à une conférence des conseils consultatifs de parents en mai 2011.

**Signalez les conducteurs en état d'ébriété : composez le 911** – La Société s'est associée à la Société d'assurance publique du Manitoba, MADD Canada et le Service de police de Brandon pour mettre en œuvre à Brandon un programme pilote qui encourageait les conducteurs à signaler les conducteurs en état d'ébriété.

**Opération Nez rouge** – La Société est commanditaire provincial du programme annuel d'accompagnement offert pendant la période des fêtes de fin d'année et elle participe à celui-ci.



It's Not About  
Appearances...

It's the Law!

Ce n'est pas une  
question d'apparence.

C'est la loi.

Valid Photo ID may be requested

Une carte-photo d'identité valide peut être exigée



# RESPONSABILITÉ SOCIALE

## Éducation et réglementation

La Société maintient un équilibre entre l'éducation et l'application de la loi en ce qui concerne les locaux visés par une licence et les événements faisant l'objet d'un permis de circonstance afin de veiller au respect de la *Loi sur la réglementation des alcools*. Le Service des inspections a recours à un programme d'inspection fondé sur le risque en fonction du genre de licence des établissements et leurs antécédents d'exploitation. Les établissements où la vente de boissons alcoolisées est la principale activité, tels que les vendeurs de bière et les bars-salons, font l'objet d'inspections plus fréquentes que ceux où le service des aliments est la principale activité commerciale.

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

### NOMBRE D'INSPECTIONS:

#### Établissements visés par une licence

Cible :	25 500
<b>Réel :</b>	<b>28 778</b>

#### Événements visés par un permis de vente

Cible :	25 %
<b>Réel :</b>	<b>26,7 %</b>

#### Pourcentage des inspections sans violation

Cible :	97 %
<b>Réel :</b>	<b>97,7 %</b>

### NOMBRE DE SÉMINAIRES ÉDUCATIFS

#### Établissements visés par une licence

Cible :	160
<b>Réel :</b>	<b>262</b>

#### Salles de banquet et titulaires de permis

Cible :	75
<b>Réel :</b>	<b>82</b>

En 2011-2012, aux termes de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil, la Société a entrepris le processus d'aménagement d'un nouveau bureau des inspections auxiliaire au centre-ville de Winnipeg. Dans le cadre de ce processus, trois nouveaux inspecteurs seront embauchés pour le centre-ville. Cela permettra d'accroître ce qui est déjà le meilleur ratio entre le nombre d'inspecteurs et le nombre d'établissements visés par une licence au Canada.

## Responsabilité sociale dans les magasins d'alcools

Pour lutter contre la consommation d'alcool par des mineurs, les employés des magasins d'alcools demandent une preuve d'identité aux clients qui semblent âgés de moins de 25 ans. On s'attend des employés qu'ils demandent une carte-photo d'identité chaque fois que cela est nécessaire. Pour s'en assurer, la Société a recours à des acheteurs professionnels qui fréquentent les magasins. Si un magasin d'alcools n'obtient pas une note de 100 %, des mesures correctives, qui comprennent des séances de formation du personnel, sont adoptées.

Cible :	Note de 100 % par magasin
<b>Réel :</b>	<b>Note générale de 95 %</b>

Pour réaliser l'engagement de la Société d'offrir des solutions de rechange socialement responsables dans le cadre de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil, les magasins d'alcools ont commencé à stocker des boissons non alcoolisées en octobre 2011. Il s'agit notamment des boissons de MADD Canada (Mères contre l'alcool au volant) pour lesquels un montant de un dollar par produit acheté est versé en soutien aux efforts de réduction des incidences de la conduite avec facultés affaiblies. De plus, la Société a commencé à mettre en œuvre progressivement une stratégie visant les boissons ayant une très forte teneur en alcool.

## Vérifications et refus de service

En plus de demander une preuve d'âge aux clients, les employés des magasins d'alcools refusent également de servir les mineurs et les clients intoxiqués.

### DEMANDES DE PREUVE D'ÂGE:

<b>Exercice 2011-2012</b>	<b>385 779</b>
Exercice 2010-2011	362 690

### REFUS DE SERVICE – MINEURS:

<b>Exercice 2011-2012</b>	<b>12 135</b>
Exercice 2010-2011	12 210

### REFUS DE SERVICE – PERSONNES INTOXIQUÉES:

<b>Exercice 2011-2012</b>	<b>15 314</b>
Exercice 2010-2011	13 274

Dans le cadre de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil, des mesures de prévention sont entrées en vigueur pour lutter contre la consommation d'alcool par des mineurs. Le 1<sup>er</sup> janvier 2012, la Société a mis en œuvre de nouvelles exigences en matière de cartes-photos d'identité afin de dissuader les mineurs d'acheter des boissons alcoolisées ou d'avoir accès aux établissements affichant une limite d'âge. Des modifications apportées à la Loi ont fait en sorte que la remise par un adulte de pièces d'identité à un mineur afin qu'il achète des boissons alcoolisées ou entre dans un établissement affichant une limite d'âge est devenue une infraction.

# RESPONSABILITÉ SOCIALE

## Modifications législatives

### LOI SUR LA RÉGLEMENTATION DES ALCOOLS

Le projet de loi 41, Loi modifiant la *Loi sur la réglementation des alcools*, a reçu la sanction royale le 16 juin 2011 et a modifié comme suit la *Loi sur la réglementation des alcools* :

- La Société est désormais légalement tenue de mettre en œuvre des initiatives et des programmes ayant pour but de promouvoir la consommation responsable des boissons alcoolisées.
- L'exigence relative à l'approbation de l'établissement de magasin d'alcools dans les territoires non organisés par le lieutenant-gouverneur en conseil est annulée et la Société a désormais autorité en la matière.
- La Société peut établir, maintenir et exploiter des magasins-boutiques express dans des épiceries et d'autres endroits.
- Les magasins d'alcools sont désormais autorisés à vendre des produits connexes aux boissons alcoolisées, des articles visant à promouvoir la consommation responsable de boissons alcoolisées et du matériel promotionnel qui soutient des événements provinciaux importants.
- La Société peut étendre la période de validité des licences et délivrer des licences en fonction de la date d'anniversaire et pour des périodes prolongées (jusqu'à trois ans).
- L'exigence que le permis de circonstance soit signé par le demandeur est éliminée.
- La Loi ajoute une restriction pour empêcher que des mineurs soient en possession de boissons alcoolisées dans des événements visés par un permis de circonstance. Elle ajoute aussi la responsabilité pour les titulaires d'un permis de circonstance de veiller à ce qu'aucun mineur n'ait de boissons alcoolisées en sa possession dans un événement visé par un permis de circonstance.
- Une nouvelle catégorie de licence est créée pour les microbrasseries.
- L'exigence de conserver 90 % des bénéfices provenant de la vente de boissons alcoolisées est réduite à 80 %.
- La Loi élimine l'exigence pour les demandeurs de nouvelles licences de publier un avis dans la *Gazette du Manitoba*.
- L'exploitant d'une salle à manger peut désormais permettre à ses clients d'apporter leur propre vin de fabrication commerciale afin de le consommer avec les repas qui y sont servis. Les clients peuvent reboucher les bouteilles qui ne sont pas complètement vides.
- Les heures de fermeture des établissements visés par une licence sont normalisées.
- La Loi précise l'exigence de formation de toutes les personnes qui gèrent des locaux visés par une licence, qui y servent des boissons alcoolisées ou qui y assurent la sécurité.
- La Loi étend la responsabilité des titulaires de licence en ce qui concerne le comportement des clients dans le voisinage immédiat de leurs locaux, que ce soit sur une propriété publique ou privée.
- Les policiers et les inspecteurs de la Société sont désormais autorisés à fermer un établissement visé par une licence pendant une période de douze heures s'il existe un risque grave pour la sécurité publique dans les locaux de l'établissement.
- La Loi accorde la souplesse nécessaire à la Société pour autoriser l'importation de vin par avion.

- Les règles portant sur la présence de mineurs dans un établissement visé par une licence sont resserrées. Il est clairement interdit aux mineurs d'être en possession de boissons alcoolisées dans un établissement visé par une licence. (Nota. Un mineur peut être en possession de boissons alcoolisées ou en consommer en présence de son parent ou tuteur dans certains établissements visés par une licence (p. ex. salle à manger, établissement sportif), pourvu que les boissons alcoolisées soient achetées ou fournies par un parent, un conjoint légal ou de fait ou un tuteur âgé d'au moins 18 ans et qu'elles soient consommées avec un repas pris en la présence de cette personne.)

## RÈGLEMENTS

- Le Règlement du Manitoba n° 176/93 (*Règlement sur la proportion de nourriture et de boissons alcoolisées*) a été modifié par le Règlement n° 90/2011, qui est entré en vigueur le 9 juillet 2011. Les nouvelles dispositions autorisent des exceptions qui ne sont pas prévues par les catégories de licence courantes, traitent des exemptions où le ratio prescrit ne reflète pas le volume des boissons alcoolisées vendues et remplacent l'exigence de rapports trimestriels sur la nourriture et les boissons alcoolisées par des vérifications ponctuelles, des enquêtes à la suite de plaintes et la tenue de registres par les titulaires de licence.
- Le Règlement du Manitoba n° 48/99 (*Règlement sur les droits établis par la Société des alcools*) a été modifié par le Règlement n° 103/2011, qui est entré en vigueur le 16 juillet 2011. Les nouvelles dispositions autorisent la Société à calculer les droits de licence au prorata et à rembourser de tels droits en fonction du nombre de mois pendant lesquels la licence a été valide avant d'être annulée ou d'expirer.
- Le Règlement du Manitoba n° 125/95 (*Règlement sur les règles de conduite en matière de publicité sur les boissons alcoolisées*) a été modifié par le Règlement n° 102/2011, qui est entré en vigueur le 16 juillet 2011. Les nouvelles dispositions autorisent la publicité extérieure par les fabricants qui exploitent un centre d'accueil des visiteurs et autorisent les titulaires de licence à annoncer des prix et des marques dans leur stationnement ou sur une signalisation extérieure.
- Le Règlement du Manitoba n° 48/99 (*Règlement sur les droits établis par la Société des alcools*) a été modifié par le Règlement n° 157/2011, qui est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2011. Les nouvelles dispositions ajoutent une catégorie de licence, la licence pour microbrasserie (aucun droit). Elles prolongent le délai de renouvellement d'une licence d'un an à un maximum de trois ans et éliminent la date de renouvellement prescrite pour autoriser des dates de renouvellement variables.
- Le Règlement du Manitoba n° 177/94 (*Liquor Licensing Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 164/2011, qui est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> novembre 2011. Les nouvelles dispositions précisent les exigences de la licence pour microbrasserie, font référence à la disposition qui permet aux vendeurs au détail (autorisés par la Société) de vendre du cidre et des panachés à des prix établis par la Société, éliminent l'exigence pour les exploitants de cabaret de soumettre des rapports trimestriels sur la proportion de nourriture et de boissons alcoolisées, établissent les exigences du programme qui permet aux clients d'apporter leur propre vin et exigent

# RESPONSABILITÉ SOCIALE

des jeunes adultes qu'ils présentent une carte-photo d'identité délivrée par la Société d'assurance publique du Manitoba ou deux pièces d'identité gouvernementales, dont une avec photo, afin de freiner la consommation d'alcool par des mineurs.

- Le Règlement du Manitoba n° 200/94 (*Liquor Control (Miscellaneous Provisions) Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 165/2011, qui est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> novembre 2011. Les nouvelles dispositions exigent d'un titulaire de licence pour microbrasserie que ses agents de commercialisation soient enregistrés auprès de la Société.
- Le Règlement du Manitoba n° 177/94 (*Liquor Licensing Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 193/2011, qui est entré en vigueur le 3 décembre 2011. Les nouvelles dispositions donnent à la Société le pouvoir d'autoriser des bénévoles à servir des boissons alcoolisées dans un établissement visé par une licence, mais ces bénévoles sont assujettis aux mêmes conditions que les employés de l'établissement, y compris l'exigence de suivre une formation du programme *Serving It Safe*.
- Le Règlement du Manitoba n° 177/94 (*Liquor Licensing Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 5/2012, qui est entré en vigueur le 21 janvier 2012. Les nouvelles dispositions établissent les conditions de l'octroi d'une licence aux complexes de salles de cinéma.
- Le Règlement du Manitoba n° 177/94 (*Liquor Licensing Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 8/2012, qui est entré en vigueur le 11 février 2012. Les nouvelles dispositions ajoutent le passeport valide aux pièces d'identité acceptables.

## Développement durable

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

### Bâtiment écologique

La Société s'est engagée à poursuivre l'élaboration d'une stratégie pour des bâtiments écologiques afin de minimiser son impact sur l'environnement et de créer un environnement de travail plus sain pour les employés et la clientèle. Les cinq priorités de la stratégie sont les suivantes : recours à une approche de conception intégrée, économie des ressources en eau, efficacité énergétique, qualité de l'air intérieur et gestion des déchets. La Société s'efforce de soutenir et de respecter l'intention de la politique des bâtiments écologiques du gouvernement manitobain.

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

- utilisation de la lumière naturelle et d'un éclairage écoénergétique;
- installation d'appareils de chauffage, de ventilation et de conditionnement d'air prêts pour l'alimentation par énergie solaire;
- installation de sèche-mains écoénergétiques;
- installation d'appareils économiseurs d'eau;
- détournement des déchets de construction et de rénovation des lieux d'enfouissement en recyclant ou en donnant les matières;
- installation de supports à vélo à l'extérieur du siège social et de nombreux magasins d'alcools pour le personnel et la clientèle;

- amélioration de la qualité de l'air par l'utilisation de peintures et autres enduits pour bâtiment à faible teneur en composés organiques volatils (COV) et atténuation des problèmes potentiels liés à la qualité de l'air intérieur pendant les travaux de construction et de rénovation;
- utilisation de matériaux de construction tels que des carreaux de sol et de plafond et des isolants contenant des matières recyclées.

La Société a été un commanditaire Argent de la Better Building Conference and Exhibition de 2011.

### Gestion des déchets

- La Société s'efforce d'atteindre l'objectif de 80 % de réduction des déchets établi en 2008. Les résultats de la vérification de 2011 ont démontré que la stratégie de détournement des déchets mise en œuvre au siège social de la Société en 2008 a permis de détourner entre 65 % et 70 % des déchets de la mise en décharge par le biais de programmes de compostage et de recyclage.
- La Société a maintenu ses programmes de recyclage dans tous les magasins d'alcools des régions urbaines et dans tous les magasins des régions rurales où le recyclage est offert.
- La Société a mis en œuvre des programmes de recyclage des déchets électroniques, des ampoules électriques, des piles et des téléphones cellulaires.

### Approvisionnement

- La Société a maintenu son association avec Lake Friendly et elle s'est engagée à utiliser des produits de nettoyage certifiés par le programme EcoLogo et l'organisme Green Seal.
- Les critères d'évaluation des fournisseurs comprennent les initiatives écologiques mises en œuvre par les entreprises qui soumettent des offres pour répondre aux demandes de propositions.
- Les critères des demandes de proposition pour des biens et services comprennent des éléments tels que les emballages réduits ou réutilisables, les projets de transport durable et l'achat de marchandises dont la fabrication tient compte de l'efficacité, du contenu recyclable, des attestations vérifiables et de la composition des produits.

### Sensibilisation à l'environnement

- La Société a participé aux activités annuelles du Défi Transport, à la plantation d'arbres avec Diageo et à la présentation d'activités pour les employés lors du Jour de la Terre.
- La Société maintient sur son site Web interne une page contenant des renseignements sur ses initiatives de développement durable et des conseils sur une vie écologique pour les employés.
- La Société continue de participer au programme *Ma Planète AIR MILES*.

### Commerce équitable et produits biologiques

- En 2011-2012, la Société a offert 26 produits équitables et 46 produits alcoolisés biologiques dans ses magasins d'alcools.



# RESPONSABILITÉ SOCIALE

## Commandites

La Société soutient des organismes communautaires et caritatifs pendant toute l'année par le biais de commandites, de dons pour encans silencieux et d'activités de collecte de fonds dans les magasins (p. ex., boîtes de dons, programmes de sollicitation de la clientèle). En 2011-2012, elle a soutenu les organismes suivants :

Action Cancer Manitoba	Fondation de la recherche sur le diabète juvénile	Riverview Health Centre
Alliance Française	Grace Hospital Foundation	SCE Lifeworks
Brandon Folk Festival	Institut national canadien pour les aveugles	Seven Oaks Hospital Foundation
Brandon Wheat Kings	Jeux Olympiques spéciaux Manitoba	Société Alzheimer
Canadian Tour Players Cup	Jocelyn House Hospice	Société de l'hémophilie
Capturing Opportunities (Brandon)	ManitoAabee	Société manitobaine de la S.L.A.
Centraide	Manitoba Opera Association	Society for Manitobans with Disabilities
Children's Rehabilitation Centre	Misericordia Foundation	St. Raphael Wellness Centre
Concordia Hospital Foundation	MTC Fringe Festival	Université de Winnipeg
Dauphin Countryfest	Musée des beaux-arts de Winnipeg	Winnipeg Blue Bombers
Dauphin RIDE Program	Musée du Manitoba	Winnipeg Folk Festival
Festival du Voyageur	Neepawa Lily Festival	Winnipeg Goldeyes
Folklorama	Opération Nez rouge	Winnipeg Harvest
Fondation canadienne des maladies inflammatoires de l'intestin	Reh-Fit Centre	Winnipeg Jets
Fondation de l'Hôpital Saint-Boniface		Winnipeg Symphony Orchestra

## Festivals du vin et séances de dégustation

Les magasins d'alcools aident également les collectivités urbaines et rurales en organisant des festivals du vin qui servent d'activités de financement pour les organismes communautaires et caritatifs. Ces événements donnent aussi à la Société la possibilité de rehausser la connaissance de ses produits. L'événement le plus important est le Festival du vin de Winnipeg qui est organisé au bénéfice de Jeux Olympiques spéciaux Manitoba.

Collectivités	Organismes récipiendaires	Montants recueillis
Brandon	Westman Wine Festival en soutien au Club Rotary de Brandon (Elspeth Reid Family Resource Centre)	15 052 \$
Dauphin	Club Rotary de Dauphin	5 799 \$
Lac du Bonnet	Centre communautaire de Lac du Bonnet	2 240 \$
Portage la Prairie	Centre William Glesby	5 073 \$
Le Pas	The Pas Health Complex Foundation Inc.	6 351 \$
Thompson	Thompson Community Foundation	4 318 \$
Winnipeg	Flatlander's Beer Festival en soutien à Manitoba Moose Yearling Foundation	38 949 \$
Winnipeg	Événement « Savour — The Food and Wine Experience » en soutien à la Health Sciences Centre Foundation	125 000 \$
Winnipeg	Festival du vin de Winnipeg en soutien aux Jeux Olympiques spéciaux Manitoba	278 780 \$

# SERVICE À LA CLIENTÈLE

## But

Offrir un excellent service à nos clients commerciaux et de détail.

## Objectifs

1. Améliorer le service auprès des clients de détail en continuant de hausser les niveaux de service à la clientèle afin de répondre aux attentes accrues.
2. Améliorer le service auprès des clients commerciaux afin de tenir compte de l'environnement commercial courant et de répondre aux attentes accrues de leurs clients.

## Niveau de satisfaction du service à la clientèle des magasins d'alcools

Cible :	90 %
Réel :	93 %

## Aménagement des magasins d'alcools

La Société des alcools du Manitoba s'est engagée à offrir une expérience d'achat pratique et moderne à ses clients et pour ce faire, elle a mis en œuvre un programme continu de rénovation et de modernisation de ses magasins d'alcools. En 2011-2012, les magasins suivants ont été construits, rénovés ou agrandis :

### Winnipeg:

- Centre commercial Tuxedo Park
- Aéroport international James A. Richardson

### Régions rurales :

- Churchill
- Flin Flon

Des rénovations sont en cours aux magasins des centres commerciaux Grant Park, Kenaston et Southglen à Winnipeg. De plus, un nouveau magasin d'alcools est en cours de construction à Stonewall. Des baux ont également été approuvés pour les magasins d'alcools de Fort Richmond et de Gimli.

## Magasin-boutique express

Dans le cadre de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil du gouvernement provincial, les magasins-boutiques express ont été ajoutés à la combinaison de détaillants publics et privés afin de rehausser le service à la clientèle offert aux Manitobains. Ces nouveaux points de vente au détail proposeront une liste des vins, spiritueux et bières les plus populaires, y compris des produits uniques au Manitoba. À titre de projet pilote, la Société établira jusqu'à dix magasins-boutiques express dans des zones de circulation intense, dont jusqu'à cinq dans des épiceries en région urbaine. Pour assurer l'équité du processus, la Société a fait appel à un consultant et a recours à la méthode des demandes de propositions pour choisir des emplacements à l'intérieur des épiceries.

Le premier magasin-boutique express a ouvert ses portes en novembre 2011 au niveau des arrivées de l'Aéroport international James A. Richardson de Winnipeg. L'emplacement d'un magasin-boutique dans une épicerie a été approuvé et ce dernier devrait ouvrir en 2012-2013.

## Répertoire des produits de la Société des alcools

L'offre du bon produit à un bon prix et au bon moment est une des clés de la réussite de la Société en matière de service à la clientèle. Le suivi des tendances en matière de ventes et de produits aide à offrir une vaste sélection de produits aux consommateurs. Pour que la sélection soit appropriée, de nouveaux produits sont ajoutés et des produits peu populaires sont retirés des étagères tout au long de l'année. En 2011-2012, 437 produits ont été retirés de la sélection de la Société, tandis que 699 nouveaux produits ont été ajoutés.

## Répertoire des produits au 31 mars 2012

<b>Spiritueux</b>	Liste générale - 514	Liste des spécialités - 398
<b>Vins</b>	Liste générale - 1,188	Liste des spécialités - 1,458
<b>Bières</b>	Distribuées par la Société - 143	Distribuées par les vendeurs privés - 547
<b>Boissons rafraîchissantes (panachés et cidres)</b>	Liste générale - 81	Liste des spécialités - 12
<b>Total</b>	<b>4 341 produits actifs -</b>	

**Nota:** Les produits de la liste générale sont habituellement des produits ayant un volume de ventes important. Les produits de la liste des spécialités affichent un volume de ventes plus faible. Il s'agit de produits uniques qui complètent la sélection générale des produits de la Société.

Intérieur du premier magasin-boutique express à l'Aéroport James A. Richardson



# SERVICE À LA CLIENTÈLE

## Formation sur les produits

Les ambassadeurs de produits de la Société ont animé environ 118 séances publiques et privées de dégustation et de formation sur les produits auprès de plus de 3 500 participants au cours de l'exercice. Les cours comprennent des séances d'appréciation du vin, des séminaires sur le scotch et des séances sur l'accord des boissons et des aliments. À Winnipeg, les cours ont été offerts dans les centres de formation des magasins des centres commerciaux Grant Park et Madison Square, ainsi que dans la salle de dégustation du siège social de la Société. Dans les régions rurales, les cours sont donnés à divers endroits.

La Société s'est également engagée à faire en sorte que le personnel des magasins d'alcools soit bien informé sur toutes les catégories de produits. Durant l'exercice, elle a donné 32 séances de formation aux conseillers en produits et au personnel des magasins d'alcools et du siège social, notamment le cours sur la connaissance de base des produits et le cours supérieur sanctionné par un certificat.

Lorsqu'ils n'animaient pas des séances de formation, les ambassadeurs de produits ont également participé à diverses rencontres avec les médias (radio et télévision) pour promouvoir les produits nouveaux ou saisonniers.

Les magasins d'alcools de la Société ont continué de soutenir *Great Tastes of Manitoba*, l'émission de cuisine classée en tête au Manitoba. Alun Bowness, directeur du service des achats de produits de spécialité de la Société, et l'ambassadrice de produits Sheila Nash sont les experts à demeure; ils recommandent des vins et des spiritueux qui correspondent aux plats préparés par les cuisiniers durant l'émission.

L'élaboration d'un nouveau site Web public s'est poursuivie pendant l'exercice 2011-2012; le site devrait être lancé en 2012-2013. Il aura une apparence moderne et présentera des descriptions de produit améliorées, des renseignements sur les accords des aliments et des boissons alcoolisées, des données sur les produits en stock par magasin et des capacités de recherche étendues.

Le compte Twitter officiel des magasins d'alcools de la Société (@LiquorMarts) a continué d'étendre sa portée dans les médias sociaux. À la fin de l'exercice 2011-2012, il attirait près de 1 000 visiteurs réguliers. Les gazouillis portent principalement sur des renseignements sur les produits et les magasins. Ils constituent un moyen facile et populaire d'échanger des nouvelles avec les utilisateurs et rehaussent ainsi les efforts de service à la clientèle. Au cours de l'exercice, on a élaboré une stratégie pour le lancement d'un deuxième compte Twitter axé sur des renseignements sur la Société, des nouvelles, les programmes et les initiatives communautaires. Le deuxième compte Twitter de la Société (@theMLCC) devrait être lancé au début de l'exercice 2012-2013.



# EFFICACITÉ COMMERCIALE

## But

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

## Objectifs

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

## Résultats des activités

### Charges administratives (depuis le début de l'exercice)

Cible :	75,8 millions de dollars
Réel :	<b>76,9 millions de dollars</b>

**Nota.** On trouvera une explication complète des résultats des activités dans la section financière de l'examen du plan d'activités.

## Productivité et rapport coût-efficacité

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

## Magasins d'alcools:

### ÉLÉMENT MESURÉ

Productivité (unités par heure travaillée)

#### Winnipeg

Cible :	34,0
Réel :	<b>35,2</b>

#### Régions rurales

Cible :	31,0
Réel :	<b>32,2</b>

## Centre de distribution

### ÉLÉMENTS MESURÉS

#### Nombre de caisses manipulées par heure travaillée

Cible :	26,1
Réel :	<b>30,2</b>

#### Rotation des stocks (moyenne mobile sur 12 mois)

Cible :	7,0
Réel :	<b>6,4*</b>

#### Niveau de service des stocks

Cible :	97 %
Réel :	<b>98,6 %</b>

\*Une accumulation de panachés et de cidres devant être distribués aux vendeurs de bière a été la raison principale d'une rotation des stocks inférieure à la cible établie dans le budget.

## Nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil

Plusieurs initiatives découlant de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil ont été mises en œuvre pour améliorer les relations avec les partenaires commerciaux de la Société. Les règlements ont été modifiés pour permettre à la Société d'autoriser des exceptions afin de tenir compte des possibilités uniques qui ne correspondent pas aux onze catégories de licence courantes. De plus, les exceptions relatives à la publicité extérieure ont été assouplies pour s'adapter aux besoins des titulaires de licence en matière de promotion. En mars 2012, la Société a autorisé les vendeurs de bière admissibles des hôtels à vendre des panachés et du cidre. Environ 72 % des hôtels admissibles ont soumis une demande et ont été acceptés pour cette nouvelle possibilité commerciale.

## Projet de merchandising centralisé

En centralisant ses activités de sélection et de réapprovisionnement des produits, la Société sera en mesure de gérer plus efficacement sa chaîne d'approvisionnement, s'assurant ainsi que les bons produits sont au bon endroit au bon moment, tout en permettant au personnel des magasins de consacrer plus de temps aux activités directement liées à la vente et au service à la clientèle. En 2011-2012, la Société a poursuivi ses plans de mise en œuvre du logiciel de merchandising. La première étape vise la conversion d'un magasin pilote en 2012-2013; la conversion de tous les magasins d'alcools restants devrait avoir lieu au début de l'exercice 2013-2014. Après le début de la conversion du magasin pilote, la Société déploiera des efforts pour mettre en place les éléments de prévision et de veille économique de son plan.



# QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL

## But

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

## Objectifs

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

## Résultats des activités

### ÉLÉMENTS MESURÉS

#### Engagement des employés

Cible : 85 %

Réel : **91 %**

#### Nombre d'employés des collectivités autochtones

Cible : 101

Réel : **98**

#### Nombre d'employés membres des minorités visibles

Cible : 36

Réel : **39**

## Équipe d'innovation (« iTeam »)

Composée d'un échantillon représentatif des employés, l'équipe d'innovation, appelée « iTeam », a continué de se réunir périodiquement pour examiner et mettre en œuvre les idées soumises par les employés. Parmi les idées adoptées en 2011-2012, il y a celles-ci : imperméables pour les employés des magasins d'alcools lorsqu'ils transportent les commandes des clients à l'extérieur, « vendredis décontractés » pour les employés du siège social, renseignements additionnels sur les bulletins de paie des employés, affichage des photos des nouveaux employés sur le site intranet de la Société.

## Diversité

La Société a continué de soutenir la diversité en milieu de travail par le biais de programmes de stages pour les Autochtones et les nouveaux arrivants, de séances de formation à la diversité pour les gestionnaires, du programme de la Language Bank et d'une Journée du multiculturalisme. Les nouvelles initiatives comprennent la création d'un comité de la diversité et l'élaboration d'un programme de stages pour les personnes handicapées.

## Planification de la relève

La Société a commencé à appliquer les recommandations soumises par des consultants qui ont examiné son processus de planification de la relève. Le cadre de travail et la philosophie du programme de planification, ainsi que les compétences organisationnelles, ont été élaborés.

## Programmes de développement du leadership et de perfectionnement des gestionnaires

La Société a participé au programme supérieur de leadership et de stratégie de direction offert par l'Asper School of Business.

Douze employés ont été choisis pour participer au programme de perfectionnement des gérants de magasin de la Société. Deux nouveaux modules ont été offerts, un sur les relations de travail et un autre sur la santé et la sécurité au travail.

## Formation

En plus de ses cours normalisés, qui comprennent des cours sur la connaissance des produits, la santé et la sécurité, la sécurité et la gestion, la Société a commencé à offrir des cours de formation en ligne, dont le premier portait sur l'excellence du service à la clientèle. Tous les employés des magasins d'alcools, y compris les gestionnaires, ont participé au programme qui renforce l'importance du service à la clientèle tout en expliquant les valeurs et les compétences nécessaires pour assurer l'excellence du service. La prestation en ligne permet à la Société de proposer une formation de qualité, cohérente et opportune à tous ses employés dans l'ensemble de la province.

D'autres cours offerts en ligne pendant l'exercice 2011-2012 visaient le contrôle de la qualité, les nouveaux billets de banque canadiens en polymère et les pratiques de levage sécuritaire.

Un nouveau cours, intitulé « Sous l'influence : les incidences de l'abus d'alcool ou d'autres drogues dans le lieu de travail », a été offert à tous les employés du siège social et des magasins d'alcools de Winnipeg. Il avait pour but d'aider les employés à comprendre les signes, les symptômes et les incidences de l'abus d'alcool ou de drogues dans le lieu de travail. Les employés des magasins d'alcools des régions rurales bénéficieront de la formation en 2012-2013. Elle a été offerte en présenciel par un conseiller en éducation et en prévention de la Fondation manitobaine de lutte contre les dépendances.

En 2011-2012, on a lancé le programme de contestation et de refus qui a remplacé un cours de formation antérieur. La séance de trois heures et demie enseigne aux employés les éléments du service responsable et des décisions connexes, les questions liées à l'alcool et les moyens de cerner les problèmes potentiels et de les traiter avec tact. Par le biais de séminaires, de cahiers d'exercices et de vidéos pédagogiques, les employés apprennent à composer avec les clients qui semblent intoxiqués ou mineurs, les personnes qui achètent des boissons alcoolisées pour quelqu'un qui n'est pas légalement autorisé à faire un tel achat et les situations difficiles de refus à la caisse.

# QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL

## Prix de distinction

Les prix de distinction soulignent les contributions exceptionnelles des employés à la Société et à la collectivité dans plusieurs catégories, comme le service communautaire, l'innovation en affaires et l'excellence du leadership et du service à la clientèle. Ils comprennent aussi une catégorie « réalisation suprême » pour souligner les réalisations professionnelles et personnelles. En 2011-2012, la Société a remis un prix de service communautaire à l'employé Steven Roznowsky. L'ancien président-directeur général, feu Ken Hildahl, a été honoré à titre posthume par le prix de l'innovation en affaires pour avoir parrainé l'équipe d'innovation (« iTeam »). La conjointe et le fils de Ken étaient présents pour accepter le prix en sa mémoire. En honneur de Ken, le prix de l'innovation en affaires a été renommé le prix de l'innovation Ken Hildahl.

## Programme de bourses d'études

Le programme de bourses d'études de la Société offre une aide financière aux enfants des employés de la Société qui poursuivent des études postsecondaires au niveau universitaire ou collégial. La Société distribue un maximum de six bourses (quatre bourses universitaires de 1000 \$ et deux bourses de 500 \$ pour des études dans un collège ou une école de formation professionnelle). En 2011-2012, la Société a accordé quatre bourses d'études universitaires.

## Prix de reconnaissance

En 2011-2012 et pour la sixième année consécutive, la Société a été nommée un des vingt-cinq meilleurs employeurs au Manitoba dans le cadre du concours des cent meilleurs employeurs au Canada.

## Santé et sécurité

La santé et la sécurité ont continué d'être une priorité pour la Société par le biais des activités suivantes :

- En raison de la croissance du siège social, les Services réglementaires ont déménagé dans des locaux loués au 1146 de la rue Waverley (unité 10). C'est pourquoi un nouveau comité de la sécurité et de la santé au travail a été établi pour ces bureaux. Un autre comité a également été créé pour le Service des ventes au détail afin d'assurer la représentation du plus important groupe d'employés de la Société.

- Dans le cadre de la nouvelle stratégie visant l'industrie de l'accueil, la Société a parachevé l'installation de défibrillateurs externes automatisés (DEA) au siège social, dans tous les magasins d'alcools de la province, ainsi que dans les bureaux des inspections de Brandon et de Thompson. Les employés ont reçu une formation sur l'utilisation des DEA qui correspond aux lignes directrices de la formation établies par la Fondation des maladies du coeur du Canada ou qui les dépasse.
- La Société a poursuivi les inspections de sécurité trimestrielles au siège social et dans les magasins d'alcools. Au siège social, les inspections sont effectuées par les membres du comité de la sécurité et de la santé au travail, tandis que dans les magasins d'alcools, elles sont menées par les gestionnaires et le personnel.

## Bien-être

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

- organisation de la quatrième journée annuelle du mieux-être, assortie d'éléments d'exposition sur la collectivité et les modes de vie sains ainsi que de conseils nutritionnels, de séances de réflexologie, d'évaluations de naturopathie et d'analyses de la glycémie et proposant des aliments et des goûters sains;
- organisation d'une clinique de vaccination antigrippale pour les employés du siège social afin de les préparer à la période de la grippe;
- participation des employés à l'activité « Walk Across Canada 2 : Liquor Marts contest », conçue pour promouvoir l'activité physique; plus de vingt équipes composées de trois à cinq employés ont participé à l'activité;
- deux bicyclettes ont été achetées pour les employés du siège social afin qu'ils les utilisent pendant la pause du repas du midi pour explorer le voisinage et faire de l'exercice.

## Divulgence d'actes répréhensibles

La Société n'a aucune divulgation à signaler pour l'exercice 2011-2012.



### À l'extrême gauche :

Le lauréat du prix de distinction, Steven Roznowsky (au centre), avec Carmen Neufeld, présidente du Conseil des commissaires, et Gerry Sul, directeur des services généraux.

À gauche : Le prix de l'innovation en affaires, renommé le prix de l'innovation Ken Hildahl, a été remis à titre posthume à Ken Hildahl, ancien président-directeur général de la Société. Il a été présenté à sa conjointe Judy et à son fils Jeff par Carmen Neufeld, présidente du Conseil des commissaires, et Gerry Sul, directeur des services généraux.

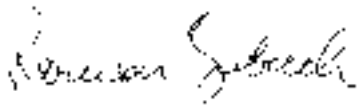


# RAPPORT DE LA DIRECTION

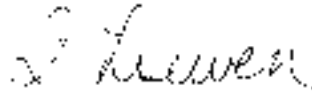
## LE 31 MARS

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

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



ROMAN ZUBACH.  
Président-directeur général par intérim



INGRID LOEWEN  
Directrice des affaires financiers et stratégiques



# AUDITORS' REPORT

## INDEPENDENT AUDITORS' REPORT

To the Board of Commissioners of  
**The Liquor Control Commission**

We have audited the accompanying financial statements of The Liquor Control Commission, which comprise the balance sheets as at March 31, 2012 and 2011 and April 1, 2010 and the statements of income and comprehensive income, profit payable to the Province of Manitoba and cash flows and for the years ended March 31, 2012 and 2011, and a summary of significant accounting policies and other explanatory information.

### Management's responsibility for the financial statements

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

### Auditors' responsibility

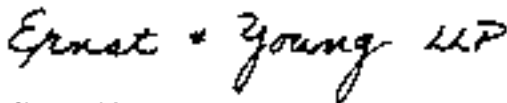
Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audits. We conducted our audits in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we comply with ethical requirements and plan and perform the audit to obtain reasonable assurance about whether the financial statements are free from material misstatement.

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

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

### Opinion

In our opinion, the financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of **The Liquor Control Commission** as at March 31, 2012 and 2011 and April 1, 2010 and the results of its operations, profit payable to the Province of Manitoba and its cash flows for the years ended March 31, 2012 and 2011 in accordance with International Financial Reporting Standards.



Chartered Accountants  
Winnipeg, Canada,  
June 1, 2012

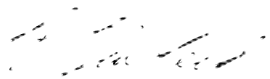
# BALANCE SHEETS

(in thousands of Canadian dollars)

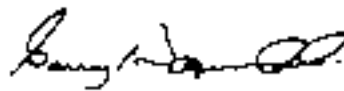
	As at March 31, 2012	As at March 31, 2011	As at April 1, 2010
	\$	\$	\$
<b>ASSETS</b>			
<b>Current</b>			
Cash and cash equivalents	9,904	8,399	9,190
Accounts receivable	22,121	20,308	20,726
Inventory [note 7]	41,183	38,311	35,690
Prepaid expenses	1,442	1,328	1,256
<b>Total current assets</b>	<b>74,650</b>	<b>68,346</b>	<b>66,862</b>
Cash and cash equivalents [restricted]	—	—	46,360
Property and equipment, net [note 8]	31,050	28,773	27,122
Intangible assets, net [note 9]	7,378	6,424	7,298
	<b>113,078</b>	<b>103,543</b>	<b>147,642</b>
<b>LIABILITIES</b>			
<b>Current</b>			
Accounts payable - trade and other	44,323	40,140	35,982
Goods and Services Tax payable	1,955	708	1,096
Manitoba Retail Sales Tax payable	1,707	1,522	1,471
Profit payable to the Province of Manitoba	39,048	39,529	39,988
Environmental Protection Tax payable	147	140	141
Deferred licence fees	862	342	327
<b>Total current liabilities</b>	<b>88,042</b>	<b>82,381</b>	<b>79,005</b>
Provision for employee pension benefits [note 10]	20,804	17,551	64,964
Provision for retirement allowances [note 11]	4,232	3,611	3,673
	<b>113,078</b>	<b>103,543</b>	<b>147,642</b>

See accompanying notes

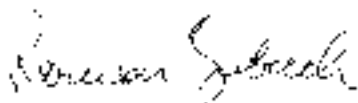
On behalf of the Commission:



Chair of the Board



Chair of the Audit Committee



Acting/President & Chief Executive Officer



Chief Financial & Strategy Officer

# STATEMENTS OF INCOME AND COMPREHENSIVE INCOME

(in thousands of Canadian dollars)

Years ended March 31

	2012	2011
	\$	\$
<b>Sales</b> [schedule]	<b>652,622</b>	621,880
Cost of sales [schedule]	<b>325,236</b>	307,762
<b>Gross profit</b> [schedule]	<b>327,386</b>	314,118
Other income [note 12]	<b>3,748</b>	3,687
	<b>331,134</b>	317,805
General and administrative expenses [note 13]	<b>76,864</b>	67,687
<b>Net profit and comprehensive income for the year</b>	<b>254,270</b>	250,118

See accompanying notes

## STATEMENTS OF PROFIT PAYABLE TO THE PROVINCE OF MANITOBA

(in thousands of Canadian dollars)

	\$
<b>Balance at April 1, 2010</b>	39,988
Net profit and comprehensive income for the year	250,118
Transfers to Province of Manitoba - current year's profit	(202,800)
Transfers to Province of Manitoba - prior year's profit	(47,777)
<b>Balance at March 31, 2011</b>	39,529
Net profit and comprehensive income for the year	254,270
Transfers to Province of Manitoba - current year's profit	(203,200)
Transfers to Province of Manitoba - prior year's profit	(51,551)
<b>Balance at March 31, 2012</b>	39,048

See accompanying notes

# STATEMENTS OF CASH FLOWS

(in thousands of Canadian dollars)

Years ended March 31

	2012	2011
	\$	\$
<b>OPERATING ACTIVITIES</b>		
Cash receipts		
Sales - spirits, wine, refreshment beverages, and beer	650,673	622,044
Annual licence fees and other	5,994	5,248
Goods and Services Tax	33,206	31,639
Manitoba Retail Sales Tax	22,581	21,437
Environmental Protection Tax	2,088	2,020
	<b>714,542</b>	<b>682,388</b>
Cash disbursements		
Purchases - merchandise, federal duty, excise and sales taxes, and other costs	326,180	305,894
General and administrative expenses	68,585	66,392
Goods and Services Tax	31,960	32,027
Manitoba Retail Sales Tax	22,396	21,386
Manitoba Waste Reduction and Prevention Levy	—	34
Environmental Protection Tax	2,081	2,021
	<b>451,202</b>	<b>427,754</b>
<b>Cash provided by operating activities</b>	<b>263,340</b>	<b>254,634</b>
<b>INVESTING ACTIVITIES</b>		
Acquisition of property and equipment	(7,084)	(4,848)
<b>Cash used in investing activities</b>	<b>(7,084)</b>	<b>(4,848)</b>
<b>FINANCING ACTIVITIES</b>		
Transfers to Province of Manitoba - current year's profit	(203,200)	(202,800)
Transfers to Province of Manitoba - prior year's profit	(51,551)	(47,777)
<b>Cash used in financing activities</b>	<b>(254,751)</b>	<b>(250,577)</b>
<b>Net increase (decrease) in cash during the year</b>	<b>1,505</b>	<b>(791)</b>
Cash and cash equivalents, beginning of year	8,399	9,190
<b>Cash and cash equivalents, end of year</b>	<b>9,904</b>	<b>8,399</b>

See accompanying notes

## SCHEDULE OF SALES, COST OF SALES AND GROSS PROFIT

(in thousands of Canadian dollars)

Years ended March 31

	Spirits \$	Wine \$	Refreshment beverages \$	Beer \$	Total \$
<b>Sales</b>					
Stores	156,513	98,942	14,833	50,635	320,923
Liquor vendors	35,042	9,787	3,712	7,657	56,198
Licensees	20,108	5,017	1,766	234,233	261,124
Specialty wine stores	28	14,256	93	—	14,377
<b>Total sales for 2012</b>	<b>211,691</b>	<b>128,002</b>	<b>20,404</b>	<b>292,525</b>	<b>652,622</b>
Total sales for 2011	205,545	122,176	19,172	274,987	621,880
<b>Cost of sales</b>					
<b>Total cost of sales for 2012</b>	<b>83,676</b>	<b>59,327</b>	<b>9,303</b>	<b>172,930</b>	<b>325,236</b>
Total cost of sales for 2011	81,320	56,229	8,714	161,499	307,762
<b>Gross profit for 2012</b>	<b>128,015</b>	<b>68,675</b>	<b>11,101</b>	<b>119,595</b>	<b>327,386</b>
Gross profit for 2011	124,225	65,947	10,458	113,488	314,118

See accompanying notes

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

## 1. NATURE OF ORGANIZATION

The financial statements of The Liquor Control Commission [the "MLCC"] for the year ended March 31, 2012 were authorized for issue in accordance with a resolution of the Board of Commissioners on June 1, 2012. The MLCC was formed in 1923 as an agency of the Government of Manitoba under *The Liquor Control Act*. The registered office is located at 1555 Buffalo Place, Winnipeg, Manitoba. The MLCC's mandate is to purchase, sell and regulate alcoholic beverages; to determine locations for retail liquor outlets; to licence and regulate facilities used by the consuming public; to provide revenue to the Province of Manitoba from the activities of the MLCC; and to do all such things necessary to effect the provisions of *The Liquor Control Act*. All net profit earned from the sale of liquor, or from licence and permit fees, or otherwise arising in the administration of *The Liquor Control Act*, shall be paid to the Province of Manitoba.

## 2. BASIS OF PRESENTATION

The financial statements of the MLCC have been prepared on a historical cost basis except for certain financial instruments which are reported at fair value. The financial statements are presented in Canadian dollars, which is the functional currency of the MLCC, and all values are rounded to the nearest thousand dollars (\$000) except when otherwise indicated.

The financial statements of the MLCC have been prepared in accordance with International Financial Reporting Standards ["IFRS"] as issued by the International Accounting Standards Board. The first date at which IFRS was applied was April 1, 2010 [the "Transition Date"]. The effects of the transition from Canadian generally accepted accounting principles ["GAAP"] to IFRS as of the Transition Date on the balance sheet, statements of income and comprehensive income, and statement of cash flows can be found in note 17.

## 3. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

- [a] Cash and cash equivalents in the balance sheet includes cash on hand, current balances with banks and outstanding electronic fund transactions forwarded to banks. Cash and cash equivalents [restricted] consist of cash balances held in a trust account which were advanced by the Province of Manitoba to fund retiring benefits. In September 2010, the balance in this trust account [\$46,408] was transferred to the Civil Service Superannuation Board ["CSSB"] who maintain a separate fund for the MLCC pension assets.
- [b] Accounts receivable include electronic fund transactions to be forwarded to banks after March 31.
- [c] Inventories of goods for resale are valued at the lower of average cost and net realizable value. Cost comprises purchase price, import duties and freight. Net realizable value is the estimated selling price in the ordinary course of business less estimated costs necessary to make the sale.

Inventory write-downs are reversed if the estimated calculations of the recoverable amount change. Write-downs are reversed only to the extent that the carrying value does not exceed the carrying value that would have been determined if no write-down had been recognized.

- [d] Revenue is recognized to the extent that it is probable that the economic benefits will flow to the MLCC and the revenue can be reliably measured. For the sale of products, revenue is recognized when the significant rewards of ownership of the products have passed to the buyer, usually on delivery of the products. Other operating income from licence and permit fees, merchandising program fees and administration and other fees is recognized when the MLCC's right to receive the payment is established and MLCC has no further obligation to provide goods or services or on a straight-line basis over the licence term. Revenue is measured at the fair value of the consideration received, excluding sales taxes.

The MLCC assesses its revenue arrangements in order to determine if it is acting as principal or agent. The MLCC has concluded that it is acting as a principal in all of its revenue arrangements, except for the third-party AIR MILES® program in which MLCC participates. The AIR MILES® program allows customers to earn AIR MILES® points when they purchase products in the MLCC's retail stores. The redemption of points by customers is the responsibility of the third-party AIR MILES® program. Consideration received and the related expense is recorded net in other income as MLCC is acting as an agent for the AIR MILES® program.

- [e] Revenues, expenses and assets are recognized net of the amount of sales and goods and services tax, and environmental protection tax, except:
  - [i] Where the sales and goods and services tax incurred on a purchase of assets or services is not recoverable from the taxation authority, in which case the sales and goods and services tax is recognized as part of the cost of acquisition of the asset or as part of the expense item, as applicable; and,
  - [ii] Receivables and payables that are stated with the amount of sales and goods and services tax included.

The net amount of sales and goods and services tax recoverable from, or payable to, the taxation authority is included as part of receivables or payables in the balance sheet.

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

[f] Transactions in foreign currencies are initially recorded by the MLCC at the MLCC's Canadian dollar functional currency exchange rate prevailing at the date of the transaction. Monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies are retranslated at the functional currency spot rate of exchange at the reporting date. All differences are taken to the statement of income and comprehensive income. Non-monetary items that are measured in terms of historical cost in a foreign currency are translated using the exchange rate as at the date of the initial transactions. Non-monetary items measured at fair value in a foreign currency are translated using the exchange rate at the date the fair value is determined.

[g] Property and equipment is stated at cost, net of accumulated amortization and any accumulated impairment losses, if any. Costs include directly attributable costs. Repair and maintenance costs are recognized in the statement of income and comprehensive income as incurred. Amortization is calculated on a straight-line basis over the useful life of the asset as follows:

Buildings	15 to 40 years
Leasehold improvements	Straight-line basis over the remaining term of the lease
Paving	25 years
Equipment and furniture	5 to 40 years
Vehicles	5 years

An item of property and equipment and any significant part initially recognized is derecognized upon disposal or when no future economic benefits are expected from its use or disposal. Any gain or loss arising on derecognition of the asset is included in the statements of income and comprehensive income when the asset is derecognized.

The assets' residual values, useful lives and methods of amortization are reviewed at each financial year-end, and adjusted prospectively, if appropriate.

[h] Leases in which substantially all the risks and rewards of ownership are retained by the lessor are classified as operating leases. Operating lease payments are recognized as an expense in the statements of income and comprehensive income on a straight-line basis over the lease term. Leases that contain pre-determined, fixed rental increases are recognized over the life of the lease. Property leases are analyzed into separate components for land and buildings and tested to establish whether the components are operating leases or finance leases. Premiums paid for land are treated as a prepayment of an operating lease rental and recognized on a straight-line basis over the life of the lease.

[i] Intangible assets acquired separately are measured on initial recognition at cost. Following initial recognition, intangible assets are carried at cost less any accumulated amortization and accumulated impairment losses, if any. Internally generated intangible assets, excluding capitalized development costs, are not capitalized and the expenditure is reflected in the statements of income and comprehensive income in the year in which the expenditure is incurred.

Intangible assets with finite lives are amortized on a straight-line basis over the useful economic life of the asset. Intangible assets with finite lives are assessed for impairment whenever there is an indication that the intangible asset may be impaired. The amortization period and the amortization method are reviewed at the end of each reporting period and are treated as changes in estimates. The amortization expense is recognized in the statement of income and comprehensive income in the expense category consistent with the function of the intangible assets.

Gains and losses arising from the derecognition of an intangible asset are measured as the difference between the net disposal proceeds and the carrying amount of the asset and are recognized in the statements of income and comprehensive income when the asset is derecognized.

A summary of the amortization policies applied to the MLCC's intangible assets is as follows:

Computer software	3 - 15 years
-------------------	--------------

[j] The MLCC assesses at each reporting date whether there is an indication that a non-financial asset may be impaired. If any indication exists, a test is performed on the affected asset to assess its recoverable amount against carrying value. An impaired asset is written down to its recoverable amount, which is the higher of its value in use or its fair value less costs to sell. If there is an indication of an increase in fair value of an asset that had previously been impaired, then it is recognized by reversing the impairment, but only to the extent that the recoverable amount does not exceed the carrying amount that would have been determined if no impairment loss had been recognized for the asset.

[k] Financial instruments are assessed and recognized in accordance with IAS 39. Financial instruments are recognized in the balance sheet when the MLCC becomes a party to the contractual terms of the instrument, which represents the trade date. Financial assets are removed from the balance sheet when the contractual rights to the cash flows from the asset cease. Financial liabilities are removed from the balance sheet when the obligation is met, cancelled or ends.

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

The classification of the MLCC's financial assets and financial liabilities is performed at initial recognition and are measured as follows:

- [i] Cash and cash equivalents are classified as fair value through profit and loss and measured at fair value. The gains or losses arising on the revaluation to fair value at the end of the year are recorded in net profit.
- [ii] Accounts receivable are classified as loans and receivables and recorded at cost, which upon initial recognition is equal to their fair value. Subsequent measurements are recorded at amortized cost using the effective interest method.
- [iii] Accounts payable, profit payable to the Province of Manitoba and other taxes payable are classified as loans and borrowings and are initially measured at their fair value. Subsequent measurements are recorded at amortized cost using the effective interest method.

The MLCC assesses at each reporting date whether there is any objective evidence that a financial asset or a group of financial assets is impaired. The carrying amount of financial assets carried at amortized cost is reduced through the use of an allowance account and the amount of the loss is recognized in the statements of income and comprehensive income.

The fair value of financial instruments traded in an active market is determined by quoted market prices. Financial instruments not traded in an active market are valued using an appropriate valuation technique. An analysis of fair values of financial instruments and further details as to how they are measured is provided in note 14.

- [j] Provisions are recognized when the MLCC has a present obligation [legal or constructive] as a result of a past event, it is probable that an outflow of resources embodying economic benefits will be required to settle the obligation and a reliable estimate can be made of the amount of the obligation. If the effect of the time value of money is material, provisions are discounted using a current rate that reflects, where appropriate, the risks specific to the liability. Where discounting is used, the increase in the provision due to the passage of time is recognized as a finance cost.
- [m] 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. 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 provided the highest earnings. The cost of providing benefits under the defined benefit plan is actuarially determined using the projected unit credit method. The liability is determined actuarially every three years with the balances for the intervening years being determined by a formula provided by the actuary. Actuarial gains and losses are recognized in income immediately.

The defined benefit asset or liability comprises the present value of the defined benefit obligation [using a discount rate based on high quality corporate bonds] less the fair value of plan assets out of which the obligations are to be settled. Plan assets are assets that are held by a long-term employee benefit fund. Plan assets are not available to the creditors of the MLCC nor can they be paid directly to the MLCC. Fair value is based on market price information and, in the case of quoted securities, it is the published bid price.

The MLCC has also agreed to provide certain additional post-retirement healthcare benefits, which are unfunded.

## 4. SIGNIFICANT ACCOUNTING JUDGMENTS, ESTIMATES AND ASSUMPTIONS

The preparation of the MLCC's financial statements requires management to make judgments, estimates and assumptions that affect the reported amounts of revenue, expenses, assets and liabilities, at the end of the reporting period. However, uncertainty about these assumptions and estimates could result in outcomes that require a material adjustment to the carrying amount of the asset or liability affected in future periods.

The key assumptions concerning the future and other key sources of estimation uncertainty at the reporting date, that have a significant risk of causing a material adjustment to the carrying amounts of assets and liabilities within the next financial year, are discussed below.

The cost of defined pension plan and other post employment healthcare benefits and the present value of the pension obligation are determined using actuarial valuations. In addition, the provision for retirement allowances is actuarially determined and is recorded based on a formula provided by the Province of Manitoba. An actuarial valuation involves making various assumptions which may differ from actual developments in the future. These include the determination of the discount rate, future salary increases, mortality rates, retirement rates and future pension increases. Due to the complexity of the valuations, the underlying assumptions and its long-term nature, a defined benefit obligation and provision for retirement allowances are highly sensitive to changes in these assumptions. All assumptions are reviewed at each reporting date.



# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

In determining the appropriate discount rate, management considers the interest rate of corporate bonds in the respective currency with at least an AA rating, with extrapolated maturities corresponding to the expected duration of the defined benefit obligation. The underlying bonds are further reviewed for quality, and those having excessive credit spreads are removed from the populations of bonds on which the discount rate is based, on the basis that they do not represent high quality bonds.

The mortality rate is based on publicly available mortality tables for Canada. Future salary increases and pension increases are based on expected future inflation rates for Manitoba.

Further details about the assumptions are outlined in notes 10 and 11.

## 5. CHANGES IN ACCOUNTING POLICIES

The MLCC chose to adopt the following standards:

- [a] IFRS 7 – *Financial Instruments: Disclosures* and the related amendment to IFRS 1 – *First-time Adoption of International Financial Reporting Standards* were incorporated into Part 1 of the Canadian Institute of Chartered Accountants Handbook. These amendments were made to Part 1 in January 2011 and are effective for annual periods beginning on or after July 1, 2011. Earlier adoption is permitted. The amendments relate to required disclosures for transfers of financial assets to help users of the financial statements evaluate the risk exposures relating to such transfers and the effect of those risks on an entity's financial position. The adoption of IFRS 7 did not have any impact on the MLCC's disclosures.
- [b] IAS 24 [revised] – *Related-party Disclosures* supercedes IAS 24 – *Related-party Disclosures*. IAS 24 [revised] is mandatory for annual periods beginning on or after January 1, 2011 with earlier application permitted. The revised standard clarifies and simplifies the definition of a related party and removes the requirement for government-related entities to disclose details of all transactions with the government and other government-related entities. The adoption of IAS 24 [revised] by the MLCC resulted in minor modifications to the related-party disclosures in note 16.

## 6. STANDARDS ISSUED BUT NOT YET EFFECTIVE

Standards issued but not yet effective up to the date of issuance of the MLCC's financial statements are listed below. The listing only includes standards and interpretations issued which the MLCC reasonably expects to be applicable at a future date. The MLCC intends to adopt these standards when they become effective.

- [a] IAS 1 - *Presentation of Financial Statements* was amended on June 16, 2011. The amendments enhance the presentation of other comprehensive income ["OCI"] in the financial statements, primarily by requiring the components of OCI for items that may be reclassified to the statements of income and comprehensive income to be presented separately from those that remain in equity. The amendments are effective for annual periods beginning on or after January 1, 2012. The MLCC is currently assessing the impact of the amendments on its financial statements.
- [b] IFRS 9 – *Financial Instruments* reflects the first phase of the IASB's work on replacing the existing standards for financial instruments [IAS 39] and applies to classification and measurement of financial instruments as defined in IAS 39. The standard is effective for annual periods beginning on or after January 1, 2013. In subsequent phases, the IASB will address classification and measurement of financial liabilities, hedge accounting and derecognition. The adoption of the first phase of IFRS 9 will have an effect on the classification and measurement of the MLCC's financial assets. The MLCC will quantify the effect in conjunction with the other phases when issued, to present a comprehensive picture.
- [c] IFRS 13 – *Fair Value Measurement* does not change the circumstances under which an entity is required to use fair value, but rather provides guidance on how to measure the fair value of financial or non-financial assets and liabilities when required or permitted by IFRS. While many of the concepts in IFRS 13 are consistent with current practice, certain principles could have a significant effect. The disclosure requirements are substantial and could present additional challenges. IFRS 13 is effective for annual periods commencing on or after January 1, 2013, and will be applied prospectively. The MLCC is currently evaluating the implications of the new standard.
- [d] IAS 19 [revised] – *Employee Benefits* was amended in June 2011. The amendments include eliminating the option to defer the recognition of gains and losses, streamlining the presentation of changes to assets and liabilities with all changes from re-measurement to be recognized in other comprehensive income and enhancing the disclosure of the characteristics of defined benefit plans and the risks that companies are exposed to through participation in these plans. The amended version of IAS 19 is effective for annual periods beginning on or after January 1, 2013, with earlier adoption permitted. The MLCC is currently evaluating the impact of these revised standards.

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

## 7. INVENTORY

Inventory consists of the following:

	March 31, 2012	March 31, 2011	April 1, 2010
	\$	\$	\$
Warehouse	28,386	26,029	23,802
Stores	12,797	12,282	11,888
	<b>41,183</b>	38,311	35,690

The amount of unpaid and unrecorded Customs and Excise duties on owned merchandise held in bond is approximately \$4,361 at March 31, 2012 [2011 - \$3,806].

## 8. PROPERTY AND EQUIPMENT

	Land	Buildings	Leasehold improvements	Paving	Equipment and Furnishings	Vehicles	Total
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
<b>COST:</b>							
<b>At April 1, 2010</b>	120	17,472	11,198	496	12,967	639	42,892
Additions	—	925	2,325	24	1,204	197	4,675
Disposals	—	—	(84)	—	(222)	(180)	(486)
<b>At March 31, 2011</b>	120	18,397	13,439	520	13,949	656	47,081
Additions	—	542	3,159	—	2,196	118	6,015
Disposals	—	—	—	—	(66)	(73)	(139)
<b>At March 31, 2012</b>	<b>120</b>	<b>18,939</b>	<b>16,598</b>	<b>520</b>	<b>16,079</b>	<b>701</b>	<b>52,957</b>
<b>AMORTIZATION:</b>							
<b>At April 1, 2010</b>	—	5,027	5,544	122	4,738	339	15,770
Amortization	—	386	845	27	1,589	91	2,938
Disposals	—	—	(71)	—	(193)	(136)	(400)
<b>At March 31, 2011</b>	—	5,413	6,318	149	6,134	294	18,308
Amortization	—	547	1,010	20	2,027	116	3,720
Disposals	—	—	—	—	(55)	(66)	(121)
<b>At March 31, 2012</b>	<b>—</b>	<b>5,960</b>	<b>7,328</b>	<b>169</b>	<b>8,106</b>	<b>344</b>	<b>21,907</b>
<b>NET BOOK VALUE:</b>							
<b>At April 1, 2010</b>	120	12,445	5,654	374	8,229	300	27,122
<b>At March 31, 2011</b>	120	12,984	7,121	371	7,815	362	28,773
<b>At March 31, 2012</b>	<b>120</b>	<b>12,979</b>	<b>9,270</b>	<b>351</b>	<b>7,973</b>	<b>357</b>	<b>31,050</b>

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

## 9. INTANGIBLE ASSETS

	Computer Software - acquired
	\$
<b>COST:</b>	
<b>At April 1, 2010</b>	11,577
Additions	—
Disposals	(475)
<b>At March 31, 2011</b>	11,102
Additions	1,291
Disposals	—
<b>At March 31, 2012</b>	<b>12,393</b>
<b>AMORTIZATION:</b>	
At April 1, 2010	4,279
Amortization	913
Disposals	(514)
<b>At March 31, 2011</b>	4,678
Amortization	337
Disposals	—
<b>At March 31, 2012</b>	<b>5,015</b>
<b>NET BOOK VALUE:</b>	
At April 1, 2010	7,298
At March 31, 2011	6,424
<b>At March 31, 2012</b>	<b>7,378</b>

## 10. 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 CSSB.

Net benefit expense is comprised of:

	2012	2011
	\$	\$
Current service cost	2,011	1,804
Interest cost	3,574	3,573
Actuarial loss recognized in the year	2,222	4,068
Manitoba Finance matching pension contributions	—	(1,255)
Administration and management fees	187	144
Return on plan assets	(801)	(5,762)
<b>Net benefit expense</b>	<b>7,193</b>	<b>2,572</b>

Accrued benefit liability is comprised of:

	2012	2011
	\$	\$
Defined benefit obligation	76,243	71,489
Fair value of plan assets	55,439	53,938
<b>Accrued benefit liability</b>	<b>20,804</b>	17,551

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

March 31, 2012 and 2011

Changes in the present value of the defined benefit obligation are as follows:

	2012	2011
	\$	\$
<b>Defined benefit obligation, beginning of year</b>	<b>71,489</b>	64,964
Actuarial loss (gain) on obligation	<b>2,222</b>	4,068
Current service cost	<b>2,011</b>	1,804
Interest cost	<b>3,574</b>	3,573
Benefits paid	<b>(3,053)</b>	(2,920)
<b>Defined benefit obligation, end of year</b>	<b>76,243</b>	71,489

Changes in the fair value of the plan assets are as follows:

	2012	2011
	\$	\$
<b>Fair value of plan assets, beginning of year</b>	<b>53,938</b>	—
Transfer of restricted cash	—	46,360
Return on plan assets	<b>801</b>	5,762
Contributions by employer	<b>700</b>	561
Manitoba Finance matching pension contributions	—	1,255
<b>Fair value of plan assets, end of year</b>	<b>55,439</b>	53,938

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

	2012	2011
	%	%
Cash and cash equivalents	<b>2.3</b>	5.3
Bonds and debentures	<b>26.2</b>	25.2
Canadian equities	<b>25.8</b>	27.0
United States equities	<b>20.0</b>	17.8
International equities	<b>25.7</b>	24.7

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

	2012	2011
	%	%
Discount Rate	<b>4.50</b>	5.00
Inflation	<b>2.00</b>	2.50
Rate of future compensation increases	<b>3.75</b>	4.25
Post retirement indexing	<b>1.67</b>	1.67

Expected contributions to the defined benefit pension plan for the year ending March 31, 2013 are as follows:

	\$
Employee contributions	2,154
MLCC contributions	712

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

## 11. 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 actuary.

Net benefit expense is comprised of:

	2012	2011
	\$	\$
Current service cost	137	127
Interest cost	253	255
Actuarial loss (gain) recognized in the year	522	—
Benefits paid	108	170
<b>Net benefit expense</b>	<b>1,020</b>	<b>552</b>

Changes in the present value of the provision are as follows:

	2012	2011
	\$	\$
<b>Beginning of year</b>	<b>3,611</b>	<b>3,673</b>
Actuarial loss (gain) on provision	522	—
Current service cost	137	127
Interest cost	253	255
Retirement allowance paid	(291)	(444)
<b>End of year</b>	<b>4,232</b>	<b>3,611</b>

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

	2012	2011
	%	%
Discount Rate	4.00	4.00
Inflation	2.00	2.00
Rate of future compensation increases	3.75	3.75

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

## 12. OTHER INCOME

Other income consists of the following:

	2012	2011
	\$	\$
Licence and permit fees		
Annual licence fees and licence application fees	1,073	1,091
Occasional permit fees	602	640
Monetary penalty	21	98
	<b>1,696</b>	<b>1,829</b>
Merchandising program fees		
Impact fees	708	695
AIR MILES®	205	13
Advertising revenue - other	276	217
	<b>1,189</b>	<b>925</b>
Administration and other		
Service charges and mark-up on non sale items	441	268
Border point fees	177	158
Specialty wine store fees	28	26
Foreign exchange	—	137
Miscellaneous	217	344
	<b>863</b>	<b>933</b>
Other income	<b>3,748</b>	<b>3,687</b>

## 13. GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

General and administrative expenses consist of the following:

	2012	2011
	\$	\$
Salaries and short-term benefits	39,252	36,074
Pension [net of return on asset of \$801, 2011 - \$5,762]	7,193	2,572
Retirement allowance	1,020	552
Leased premises - rentals	7,662	7,209
Amortization	4,058	3,849
Maintenance and repairs	3,332	3,401
Bank charges	2,547	2,402
Delivery charges	2,010	1,845
Utilities	1,417	1,316
Protective services	948	816
Printing, postage and supplies	814	804
Community support	769	717
Health and Post Secondary Education Tax levy	767	714
Alcohol education	758	837
Grants in lieu of taxes	691	701
Advertising and promotions	637	614

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

	2012	2011
	\$	\$
Staff training	575	584
Professional fees	524	499
Travel	377	316
Miscellaneous	342	312
Communications	269	227
Vehicle expenses	259	203
Corporation capital tax	141	111
Association membership	132	114
Crown Corporations Council levy	117	100
Equipment rentals	112	580
Product analysis	69	73
Insurance	66	68
Bad debt expense	6	77
	<b>76,864</b>	67,687

## 14. FINANCIAL INSTRUMENTS AND RISK MANAGEMENT

### [a] Fair value

The MLCC applies the market approach for recurring fair value measurements. Three levels of inputs may be used to measure fair value.

Level 1 - Unadjusted, quoted prices in active markets for identical assets or liabilities. An active market for the asset or liability is a market in which transactions for the asset or liability occur with sufficient frequency and volume to provide pricing information on an ongoing basis.

Level 2 - Observable inputs other than level 1 prices, such as quoted prices for similar assets or liabilities; quoted prices in markets that are not active; or other inputs that are observable or can be corroborated by observable market data for substantially the full term of the assets or liabilities.

Level 3 - Unobservable inputs that are supported by little or no market activity and that are significant to the fair value of the assets or liabilities.

The fair value of MLCC's cash and cash equivalents and cash and cash equivalents [restricted], is determined using level 1 inputs and is equivalent to its carrying value.

As at March 31, 2012 and 2011, and April 1, 2010, the carrying values of the MLCC's financial assets and liabilities including accounts receivable, accounts payable – trade and other, Goods and Services Tax payable, Manitoba Retail Sales Tax payable, profit payable to the Province of Manitoba and Environmental Protection Tax payable approximate their value. These short-term financial instruments approximate the fair value due to the relatively short period to maturity.

### [b] Risk management policies

The MLCC manages risk and risk exposure through a combination of a system of internal and disclosure controls, effective cash management strategies and sound business practices. The MLCC is exposed to credit, currency and liquidity risks. The MLCC's management oversees the management of these risks in accordance with policies approved by the Board of Commissioners. The Board of Commissioners reviews and agrees on policies for managing each of these risks.

### [c] Credit risk

Credit risk is the risk that a customer will fail to perform an obligation or fail to pay amounts due, causing a financial loss. MLCC's maximum exposure to credit risk is the carrying value of accounts receivable. Accounts receivable are all due within 30 days at year-end and were fully collected subsequent to year-end. Therefore no allowance for uncollectible accounts was accrued by management. Trade receivables are non-interest bearing and generally have 30-day terms. Accounts receivable are written off when management determines that they cannot be collected or they have been outstanding for greater than 120 days.

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

## [d] Currency risk

The MLCC is exposed to currency risk through inventory purchase transactions that require settlement in foreign currencies. Exposure to fluctuations in exchange rates is mitigated by the policy of adjusting purchase or selling prices to maintain the profit margin approved by the Board of Commissioners. Purchases denominated in foreign currencies during the year ended March 31, 2012 were \$8,134. Accordingly, a 10% increase or decrease in the exchange rate between Canadian and U.S. dollars would result in a total increase or decrease of \$474 assuming the inventory purchased had been sold by the end of the year.

## [e] Liquidity risk

Liquidity risk is the risk that the MLCC will encounter difficulties in meeting its financial liability obligations. The MLCC manages its liquidity risk through effective cash management. Liquidity risk is mitigated by collection terms on accounts receivable being set at less than or equal to the payment terms of accounts payable. All trade payables are due within 30 days of year-end. Trade payables are non-interest bearing and generally have 30-day terms.

## [f] Capital disclosures

As an agency of the Government of Manitoba, the MLCC does not maintain capital balances. Rather, in managing capital, the MLCC focuses on cash available for operations. The MLCC's objectives are to have sufficient cash available for operations, to provide flexibility to take advantage of opportunities that will advance its purposes and to meet its obligation to transfer its net profit to the Province of Manitoba annually. The need for liquid resources is considered in the preparation of an annual budget and in the monitoring of cash flows and actual operating results compared to budget. The MLCC has met its objective of having sufficient liquid resources to meet its current obligations.

## 15. COMMITMENTS AND CONTINGENCIES

The MLCC leases 49 buildings. Leases have expiry dates ranging from 2013 to 2029.

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

	\$
2013	5,559
2014	5,308
2015	5,074
2016	4,656
2017	4,136
Thereafter	25,514
	50,247

## 16. RELATED PARTY DISCLOSURES

The MLCC is an agency of the Government of Manitoba under *The Liquor Control Act* [the "Act"]. The Act requires the MLCC to transfer the net profit for the year annually to the Province. The net profit payable to the Province on the balance sheet represents the balance of unpaid profits as of the year-end reporting date.

Key management includes the roles of Chief Executive Officer/President and Senior Executive Management.

The compensation paid or payable to key management of the MLCC is as follows:

	2012	2011
	\$	\$
Short-term employee benefits	806	683
Post-employment pension and medical benefits	115	102
Termination benefits	8	7
<b>Total compensation paid to key management personnel</b>	<b>929</b>	<b>792</b>



# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

## 17. FIRST-TIME ADOPTION OF IFRS

For all periods up to and including the year ended March 31, 2011, the MLCC prepared its financial statements in accordance with Canadian GAAP. These financial statements, for the year ended March 31, 2012, are the first annual financial statements that the MLCC has prepared in accordance with IFRS with the 2011 comparatives restated accordingly.

Accordingly, the MLCC has prepared financial statements which comply with IFRS applicable for periods beginning on or after April 1, 2010 as described in the significant accounting policies in note 3. In preparing these financial statements, the MLCC's opening balance sheet was prepared as at April 1, 2010, the MLCC's Transition Date to IFRS. This note explains the principal adjustments made by the MLCC in restating its Canadian GAAP balance sheet as at April 1, 2010 and its previously reported Canadian GAAP financial statements for the year ended March 31, 2011.

IFRS 1 – *First-time Adoption of International Financial Reporting Standards* allows first-time adopters certain exemptions from the retrospective application of certain standards. IFRS has been applied retrospectively, except for certain optional and mandatory exemptions from full retrospective application, as provided for by IFRS 1 as detailed below:

- The MLCC has elected to disclose the following amounts prospectively from the Transition Date: the present value of the defined benefit pension obligation, the fair value of plan assets, the plan surplus/deficit and the experience adjustments arising on the plan assets or liabilities.
- MLCC has applied the transitional provision in IFRIC 4 - Determining Whether an Arrangement Contains a Lease and has assessed all arrangements as at the transition date.

### Reconciliations

At the date of transition, MLCC's estimates under IFRS are consistent with estimates previously made under Canadian GAAP. Hindsight has not been used to create or revise these estimates.

The analysis below shows the following reconciliations required under IFRS 1.

- A reconciliation of the balance sheet as at April 1, 2010, the Transition Date, from Canadian GAAP, as previously reported, to IFRS.
- A reconciliation of the net profit payable to the Province of Manitoba as reported under Canadian GAAP as at March 31, 2011 and April 1, 2010 to the revised profit payable to the Province of Manitoba under IFRS as reported in these financial statements.
- A reconciliation of net profit paid or payable to the Province of Manitoba under Canadian GAAP to net profit and comprehensive income under IFRS for the year ended March 31, 2011.

As the MLCC is required to pay all net profits annually to the Province of Manitoba, any adjustments to net profit as a result of the adoption of IFRS will increase or decrease profit payable to the Province of Manitoba on the balance sheet.

Reconciliation of balance sheet as at April 1, 2010 is as follows:

	Canadian GAAP <sup>1</sup>	IAS 16 Property and equipment	IAS 19 Employee benefits	IAS 17 Leases	IFRS
	\$	\$	\$	\$	\$
<b>ASSETS</b>					
<b>Current</b>					
Cash and cash equivalents	9,190	—	—	—	9,190
Accounts receivable	20,726	—	—	—	20,726
Inventory	35,690	—	—	—	35,690
Prepaid expenses	1,256	—	—	—	1,256
<b>Total current assets</b>	<b>66,862</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>66,862</b>
Cash [restricted]	46,360	—	—	—	46,360
Property and equipment, net	26,356	766	—	—	27,122
Intangible assets	2,984	4,314	—	—	7,298
	142,562	5,080	—	—	147,642

<sup>1</sup> As previously reported.

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

## LIABILITIES

### Current

Accounts payable - trade and other	34,759	—	—	1,223	35,982
Goods and Services Tax payable	1,096	—	—	—	1,096
Manitoba Retail Sales Tax payable	1,471	—	—	—	1,471
Net profit payable to the Province of Manitoba	47,777	5,080	(11,646)	(1,223)	39,988
Environmental Protection Tax payable	141	—	—	—	141
Deferred licence fees	327	—	—	—	327
<b>Total current liabilities</b>	<b>85,571</b>	<b>5,080</b>	<b>(11,646)</b>	<b>—</b>	<b>79,005</b>
Provision for employee pension benefits	53,318	—	11,646	—	64,964
Provision for retirement allowance	3,673	—	—	—	3,673
	<b>142,562</b>	<b>5,080</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>147,642</b>

<sup>1</sup> As previously reported.

The following represents the reconciliations from Canadian GAAP to IFRS for the respective periods noted for profit payable to the Province of Manitoba and net profit and comprehensive income for the year:

Reconciliation of profit payable to the Province of Manitoba is as follows:

	As at March 31, 2011	As at April 1, 2010
	\$	\$
Profit payable to the Province of Manitoba under Canadian GAAP	<b>47,696</b>	47,777
Differences increasing (decreasing) reported profit payable to the Province of Manitoba:		
[a] Property and equipment	<b>5,080</b>	5,080
[b] Leases	<b>(1,223)</b>	(1,223)
[c] Employee benefits	<b>(12,024)</b>	(11,646)
<b>Profit payable to the Province of Manitoba under IFRS</b>	<b>39,529</b>	39,988

Reconciliation of net profit and comprehensive income is as follows:

	Year ended March 31, 2011
	\$
Net profit paid or payable to the Province of Manitoba under Canadian GAAP	250,496
Differences increasing (decreasing) reported net profit and comprehensive income:	
Employee benefits	(378)
<b>Net profit and comprehensive income under IFRS</b>	<b>250,118</b>

# NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS

(in thousands of Canadian dollars)

## EXPLANATION OF RECONCILING ITEMS BETWEEN CANADIAN GAAP AND IFRS

### [a] Property and equipment

Under IFRS, each component of an item of property and equipment with a cost that is significant in relation to the total cost of the item shall be amortized separately. This is known as the component approach. Compound assets, such as a building, consist of significant parts, and each significant part is amortized separately. Further, under IAS 16, the residual value and the useful life of an asset shall be reviewed on an annual basis and, if expectations differ from the previous estimate, the change is accounted for as a change in accounting estimate.

The MLCC finalized its assessment of the component approach under IFRS and determined that a building's foundation, which typically consists of a combination of concrete and steel, is a separate component from the rest of the building. Accordingly, the MLCC's buildings have been retrospectively assigned a life of 40 years for the structure component and 15 to 40 years for other building components.

Under IFRS, an entity is required to reassess its property and equipment useful-life estimates at the end of each fiscal year. Under Canadian GAAP, the timing of this review is less specific. In accordance with IAS 16, the MLCC reviewed the capital asset useful lives of its various components as at April 1, 2010 and March 31, 2011.

### [b] Leases

Under IFRS, all leases were classified as operating leases under which minimum rent, including scheduled escalations were expensed on a straight-line basis over the term of the lease, including any rent-free periods. Under IFRS, minimum lease payments are allocated between the land and building elements of a lease in proportion to their relative fair values of the leasehold interests in the land and building. Under Canadian GAAP, scheduled rent escalations were expensed in the year of the escalation and minimum lease payments were not required to be separated between land and building.

### [c] Employee benefits

Under IFRS, all economic assumptions should be based on current market conditions. This is particularly relevant to the discount rate. The MLCC revised previous discount rate assumptions and recalculated the resulting employee benefit liability and expense amounts. Accordingly, the March 31, 2011 discount rate was revised from 6.0% to 5.0% and the April 1, 2010 discount rate was revised from 6.5% to 5.5%. In addition, the April 1, 2010 and March 31, 2011 inflation rates were revised from 2.0% to 2.5%.

### [d] Presentation of financial statements

Canadian GAAP requires certain profit or loss categories to be disclosed separately on the statement of net profit and comprehensive income. Under IFRS, a company has a choice of adopting the nature-of-expense method or the function-of-expense method in presenting its analyses of expenses, whichever provides information that is reliable and most relevant.

The MLCC has elected the function-of-expense method which classifies expenses according to their function. Accordingly, amortization, which was previously disclosed separately under Canadian GAAP, has now been allocated to general and administrative expenses.

## 18. SUBSEQUENT EVENTS

On April 17, 2012, the Province announced that The Liquor Control Commission ["MLCC"] and Manitoba Lotteries Corporation would be merged into a single entity and the regulatory oversight for liquor control, currently managed by MLCC would be merged with the Manitoba Gaming Control Commission. Each Crown Corporation operates under a separate Act and will continue to function as a separate legal entity until they are combined under common legislation, which is anticipated to occur in 2013.

## TABLEAUX ET GRAPHIQUES

### BÉNÉFICES ET CHARGES (EN MILLIERS DE DOLLARS)

Pour les exercices terminés le 31 mars

	2008	2009	2010	2011	2012
Ventes	554 769	583 763	610 515	621 880	652 622
Bénéfice brut	275 226	288 241	299 599	314 118	327 386
Bénéfice net	219 210	229 164	233 677	250 118	254 270
Charges administratives	58 328	60 355	66 913	63 838	72 806
Amortissements	2 666	3 313	3 761	3 849	4 058
% du bénéfice brut sur les ventes	49,6 %	49,4 %	49,1 %	50,5 %	50,2 %
% du bénéfice net sur les ventes	39,5 %	39,3 %	38,3 %	40,2 %	39,0 %
% des charges administratives sur les ventes	10,5 %	10,3 %	11,0 %	10,3 %	11,2 %

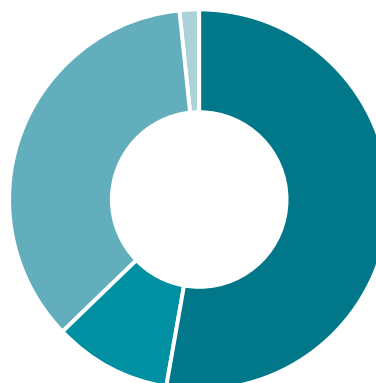
### OÙ VA L'ARGENT?

254,3 M\$ pour les Manitobains



Marchandises	270,0 \$ (41 %)
Frais d'exploitation	76,9 \$ (12 %)
Gouvernement provincial	254,3 \$ (39 %)
Gouvernement fédéral	55,2 \$ (8 %)

Points de vente au détail – 2012



Vendeurs de bière privés	267
Magasins d'alcools de la Société	51
Vendeurs d'alcools privés et boutiques hors taxes	179
Magasins de vins de spécialité	8

### MONTANTS ADDITIONNELS VERSÉS À LA PROVINCE (EN MILLIONS DE DOLLARS)

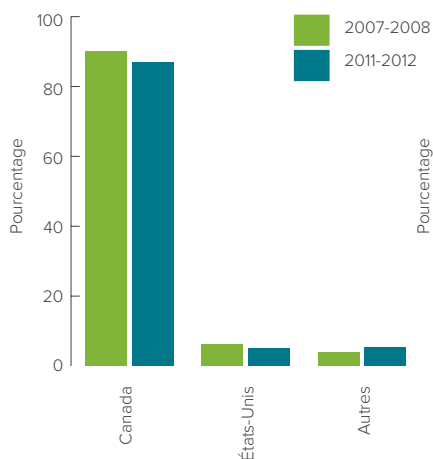
Taxe sur les ventes au détail	22,4 \$
Taxe destinée à la protection de l'environnement	2,1 \$

### MONTANTS ADDITIONNELS VERSÉS AU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL (EN MILLIONS DE DOLLARS)

Taxe sur les produits et services	32,0 \$
-----------------------------------	---------

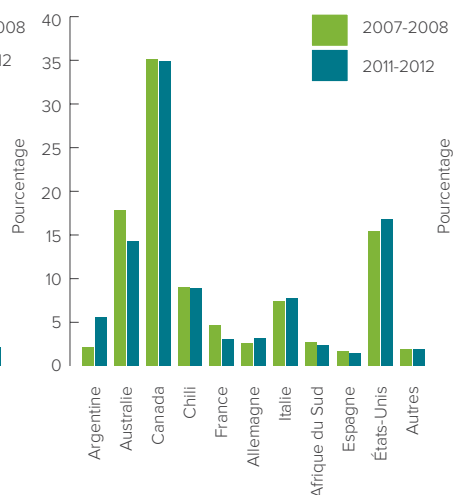
## VENTES DE BIÈRE SELON LE PAYS

Exercices 2007-2008 et 2011-2012



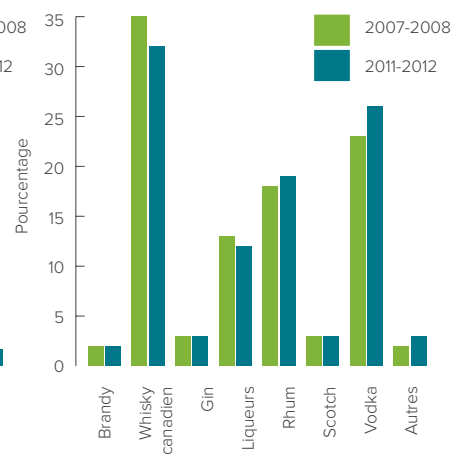
## VENTES DE VIN SELON LE PAYS

Exercices 2007-2008 et 2011-2012



## VENTES DE SPIRITUEUX SELON LE GENRE

Exercices 2007-2008 et 2011-2012



## VOLUMES DES VENTES (EN MILLIONS DE LITRES)

	Bière	Spiritueux	Vin	Panachés et cidres
2008	79,0	6,7	8,7	2,7
2009	80,4	6,9	9,0	2,8
2010	82,0	6,9	9,3	2,9
2011	81,0	6,9	9,7	2,7
<b>2012</b>	<b>83,3</b>	<b>7,0</b>	<b>10,0</b>	<b>2,9</b>

## VENTES SELON LES PRODUITS (EN MILLIONS DE DOLLARS)

	Bière	Spiritueux	Vin	Panachés et cidres
2008	242	190	106	17
2009	255	198	112	19
2010	271	203	117	20
2011	275	206	122	19
<b>2012</b>	<b>293</b>	<b>212</b>	<b>128</b>	<b>20</b>

## CONSOMMATION PAR PERSONNE (EN LITRES)

	Bière	Spiritueux	Vin	Panachés et cidres
2008	87,5	7,4	9,6	3,0
2009	88,0	7,5	9,8	3,1
2010	88,3	7,4	10,0	3,1
2011	85,9	7,3	10,2	2,9
<b>2012</b>	<b>86,7</b>	<b>7,3</b>	<b>10,4</b>	<b>3,0</b>

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

## TABLEAUX ET GRAPHIQUES (SUITE)

### NOMBRE D'INSCRIPTIONS D'HÔTEL ET DE LICENCES

Catégories de licences	2008	2009	2010	2011	2012
Enregistrement d'hôtel	300	301	302	300	301
Vente au détail	275	277	273	275	272
Débit de boisson	252	249	249	246	247
Salle à manger	1132	1116	1125	1135	1161
Transport	8	8	7	6	6
Bar-salon	483	412	403	398	407
Cabaret	29	30	29	25	27
Activités de spectateurs	44	45	45	50	50
Club privé	252	252	249	247	250
Cantine	15	15	13	13	11
Établissement sportif	151	142	144	137	140
Fabricant	22	20	17	17	17
<b>Totals</b>	<b>2 963</b>	<b>2 867</b>	<b>2 856</b>	<b>2 849*</b>	<b>2 889</b>

\* Total redressé.

### NOMBRE DE PERMIS DE CIRCONSTANCE DÉLIVRÉS

	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Permis de vente	6 796	6 607	6 473	6 000	5 872
Permis de distribution gratuite	4 443	4 290	4 289	4 175	3 930
<b>Total</b>	<b>11 239</b>	<b>10 897</b>	<b>10 762</b>	<b>10 175</b>	<b>9 802</b>

### INSPECTIONS, ENQUÊTES ET SÉMINAIRES DE FORMATION

	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
<b>Établissements autorisés</b>					
Visites des inspecteurs	26 110	27 112	25 867	22 784	28 778
Demandes de service par des titulaires de licence	997	1 069	1 144	1 294	1 319
Inspections finales	259	256	224	186	143
Demandes de licence	153	109	126	122	138
Séances de formation des titulaires de licence	100	174	180	195	262
<b>Total</b>	<b>27 619</b>	<b>28 720</b>	<b>27 541</b>	<b>24 581</b>	<b>30 640</b>
<b>Permis de circonstance</b>					
Inspections pendant des événements	1 582	1 501	1 471	1 394	1 571
Enquêtes avant la délivrance du permis	1 838	2 111	2 626	2 900	1 686
Séances de formation des propriétaires de salle, des titulaires de permis et du public	56	76	69	82	82
Inspection des nouvelles salles de banquet	236	233	287	146	145
<b>Total</b>	<b>3 712</b>	<b>3 921</b>	<b>4 453</b>	<b>4 522</b>	<b>3 484</b>
<b>Enquêtes publiques</b>					
Cartes-photos d'identité	880	1 151	277*	0	0
Plaintes du public	384	313	360*	387	391
<b>Total</b>	<b>1 264</b>	<b>1 464</b>	<b>637</b>	<b>387</b>	<b>391</b>

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

## MESURES DISCIPLINAIRES RECOMMANDÉES

	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Titulaires de licence</b>					
<b>Mesures administratives</b>					
- Lettres d'avertissement	248	273	250	261	145
- Rencontres avec le directeur du Service des inspections	40	44	41	56	50
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>317</b>	<b>291</b>	<b>317</b>	<b>195</b>
<b>Commission des licences</b>					
- Audiences disciplinaires	29	29	44	62	48
- Auditions d'appel	1	5	9	7	4
<b>Mesures adoptées par la Commission</b>					
- Avertissements	3	5	7	5	7
- Suspensions	25	21	34	38	14
- Annulations	0	1	1	0	1
- Amendes		2	7	29	20
- Autres	2	0*	1	1	5
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>29</b>	<b>50</b>	<b>73</b>	<b>47</b>
<b>Nombre total de jours de suspension imposés</b>	70	38	91	70	49
<b>Montant total des amendes imposées</b>		2 000 \$	8 200 \$	97 500 \$	21 300 \$

*Nota. Le nombre de mesures adoptées par la Commission peut ne pas correspondre au nombre d'audiences en raison du report de certains appels au prochain exercice ou de l'adoption de plus d'une mesure à une audience.*

	2008	2009	2010	2011	2012
<b>Titulaires de permis de circonstance et propriétaires de salle</b>					
<b>Mesures administratives</b>					
- Avertissements	6	4	5	8	12
- Suspensions des privilèges	1	8	7	6	4
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>16</b>

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

- Mise en garde – Habituellement donnée lorsqu'il n'y a aucun dossier antérieur (comprend l'éducation des titulaires de licence au sujet de l'infraction).
- Lettre d'avertissement – Habituellement envoyée lorsqu'il y a déjà un dossier et que l'infraction est mineure.
- Rencontre avec le directeur du Service des inspections – Pour discuter des solutions au problème.
- Audiences de la Commission des licences – Habituellement imposées en cas d'infractions majeures.

Les appels sont entendus par le Conseil des commissaires.

Les mesures disciplinaires sont versées au dossier d'exploitation du titulaire de licence.

Les infractions à la *Loi sur la réglementation des alcools* commises par les exploitants de salle de banquet et les titulaires de permis de circonstance sont normalement traitées par l'administration de la Commission des licences.

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

# MAGASINS D'ALCOOLS

Les 51 magasins d'alcools de la Société des alcools du Manitoba sont situés dans les collectivités suivantes :

## **BEAUSEJOUR**

619, av. Park

## **BRANDON**

- 1015, av. Victoria
- Centre commercial Brandon Shoppers  
18<sup>e</sup> Rue et av. Richmond
- Centre Corral  
805, 18<sup>e</sup> Rue Nord

## **CARMAN**

3, av. Centre Ouest

## **CHURCHILL**

203, av. Laverendrye

## **DAUPHIN**

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

## **FLIN FLON**

26, rue Hapnot

## **GIMLI**

52, rue Centre

## **KILLARNEY**

516, av. Broadway

## **LAC DU BONNET**

99, 2<sup>e</sup> Avenue

## **LE PAS**

249, av. Fischer

## **MINNEDOSA**

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

## **MORDEN**

331, rue North Railway

## **NEEPAWA**

393, av. Mountain

## **PINE FALLS**

17, rue Pine

## **PORTAGE LA PRAIRIE**

300, av. Saskatchewan

## **ROBLIN**

124, rue Main Ouest

## **RUSSELL**

202, av. Shell River Nord

## **SELKIRK**

377, rue Main

## **STEINBACH**

118, RPGC 12 Nord

## **SWAN RIVER**

716, rue Main

## **THOMPSON**

131, av. Selkirk

## **VIRDEN**

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

## **WINNIPEG**

## **CENTRE COMMERCIAL**

### **BUNN'S CREEK**

2001, chemin Henderson

## **CHARLESWOOD SQUARE**

1D – 3900, av. Grant

## **cityplace**

333, av. St. Mary

## **CENTRE COMMERCIAL**

### **CRESTVIEW**

Unité 170 – 3393, av.

Portage

## **CENTRE COMMERCIAL**

### **DOMINION**

21, rue Marion

## **CENTRE COMMERCIAL**

### **EASTWINDS**

23 – 1530, av. Regent

## **FORT GARRY**

1235, chemin Pembina

## **FORT RICHMOND**

2855, chemin Pembina

## **GARDEN CITY SQUARE**

Unité 12 – 915, av. Leila

## **CENTRE COMMERCIAL**

### **GRANT PARK PLAZA**

1120, av. Grant

## **HARGRAVE ET ELLICE**

325, av. Ellice

## **KENASTON CROSSING**

8 – 1650, boul. Kenaston

## **MADISON SQUARE**

P – 1600, av. Ness

## **MAIN ET JEFFERSON**

1662, rue Main

## **MAIN ET PRITCHARD**

1005, rue Main

## **CENTRE COMMERCIAL**

### **NORTHDALÉ**

965A, chemin Henderson

## **PORTAGE ET AINSLIE**

2549, av. Portage

## **PORTAGE ET BURNELL**

923, av. Portage

## **RIVERGROVE**

2615, rue Main

## **RIVER ET OSBORNE**

469, av. River

## **ST. VITAL SQUARE**

5 – 827, rue Dakota

## **CENTRE COMMERCIAL**

### **SOUTHDALE**

Unité 21 – 67, rue Vermillion

## **SOUTHGLEN**

Unité A – 730, chemin

St. Anne's

## **TRANSCONA SQUARE**

1 – 620, av. Kildare Est

## **TUXEDO**

168 – 2025, av. Corydon

## **TYNDALL MARKET MALL**

Unité 15 – 850, rue Keewatin

## **AÉROPORT**

### **INTERNATIONAL JAMES**

### **A. RICHARDSON DE**

### **WINNIPEG (MAGASIN-**

### **BOUTIQUE EXPRESS)**

Unité 1087 – 1970, av.

Wellington



## VENDEURS D'ALCOOLS

Les vendeurs d'alcools sont des partenaires de la Société. Ces entrepreneurs locaux assurent leur viabilité en combinant les ventes d'alcool à leurs activités commerciales existantes. Au cours de l'exercice 2011-2012, le Manitoba comptait 175 vendeurs d'alcools.

**ALEXANDER**  
Stahl's Food Mart

**ALONSA**  
Zdan's Family Store

**ALTONA**  
Altona Cleaners Ltd.

**ANOLA**  
Anola Fine Foods

**ARBORG**  
Arborg Pharmacy

**ARGYLE**  
Meridian Trail General Store

**ASHERN**  
Ashern Pharmacy

**AUSTIN**  
Kim's Family Mart Ltd.

**BALDUR**  
Baldur Variety Store

**BASE DES FORCES  
CANADIENNES DE SHILO**  
Canex Super Mart

**BELMONT**  
Belmont Hardware

**BENITO**  
Benito Pharmasave

**BIG WHITESHELL LAKE**  
Big Whiteshell Lodge  
(2000) Inc.

**BIRCH RIVER**  
Birchwood Grocery

**BIRD RIVER (RÉGION)**  
Tall Timber Lodge Ltd.

**BIRDS HILL**  
Birds Hill Store

**BIRTLE**  
Birtle Pharmacy

**BOISSEVAIN**  
Hazlewood Enterprises

**BRUNKILD**  
Brunkild Beverage  
& Grocery

**BRUXELLES**  
Marginet's Grocery &  
Hardware

**BUFFALO POINT**  
Buffalo Bay Marina

**CAMPERVILLE**  
McKay Grocery

**CARBERRY**  
Spud City Food Mart Ltd.

**CARTWRIGHT**  
Cartwright Health Centre

**CLANDERBOYE**  
Clandeboye Store

**CLEARWATER LAKE**  
Wally's Place

**COWAN**  
Kolisnyk's General Store

**CRANBERRY PORTAGE**  
Streamer Hardware

**CYPRESS RIVER**  
Cypress River Foods

**DELORAINE**  
Olsen Realty & Insurance

**DOMINION CITY**  
Dominion City Food Town

**DUGALD**  
Dugald Convenience Store

**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 Ltd.

**GILLAM**  
Trappers Shack

**GLADSTONE**  
Gladstone Pharmacy

**GLENBORO**  
Glenboro Pharmacy Ltd.

**GLENELLA**  
Preisenz's General Store

**GLENORA**  
Glenora Mall

**GRAND MARAIS**  
Grand Marais Village Store

**GRAND RAPIDS**  
Grand Rapids Esso

**GRANDVIEW**  
Grandview Home Hardware

**GREAT FALLS**  
Great Falls Foods

**GRINDSTONE**  
Grindstone General Store

**GULL LAKE**  
Sherwood Grocery

**GYPSUMVILLE**  
Rawluk's Grocery  
& Pro Hardware

**HADASHVILLE**  
Saindon's Country Store

**HAMIOTA**  
Rawlings Home Hardware

**HARTNEY**  
Boundary Consumers  
Cooperative Ltd.

**HECLA**  
Hecla Island General Store  
(SAISONNIER)

**HODGSON**  
Buckskin Trading Post

**HOLLAND**  
Holland Home Hardware

**ÎLE-DES-CHÊNES**  
Île-des-Chênes Country  
Store

**INGLIS**  
Jordie's Food Mart

**INWOOD**  
Inwood Food Town

**KELWOOD**  
Kelwood Store

**KENTON**  
Houston's

**KOMARNO**  
Komarno Quality Store

**LA BROQUERIE**  
MacNeil & MacNeil Ltd.

## VENDEURS D'ALCOOLS (SUITE)

### LA SALLE

Jeni's Food & Hardware

### LAKE OF THE PRAIRIES

Kilman Resort

### LAKE METIGOSHE

Turtle Mountain All Season Resort

### LANGRUTH

Farncombe's Food Centre

### LAURIER

Molgat Shopping Centre

### LEAF RAPIDS

Clarke's Pharmacy  
Lynn Lake Ltd.

### LEE RIVER

Osprey Landing General Store

### LETELLIER

Gallant's Lucky Dollar

### LOCKPORT

Lockport Grocery

### LORETTE

Dawson Trail Country Store Inc.

### LUNDAR

Lundar Pharmacy Ltd.

### LYNN LAKE

Clarke's Pharmacy  
Lynn Lake Ltd.

### MacGREGOR

MacGregor Pharmacy

### MANIGOTAGAN

Karas's Convenience

### MANITOU

Manitou Variety & Health

### MARIAPOLIS

Poteau Foods

### McAULEY

McAuley Country Grocery Co-op Ltd.

### McCREARY

Reischek's Pharmacy

### MELITA

Liquid World

### MIAMI

Miami Variety

### MINIOTA

Miniota C-Store

### MINITONAS

Nemetchek Enterprises (1992)

### MINTO

Minto Community Market

### MOOSEHORN

Moosehorn Consumers Co-op Ltd.

### MORRIS

Morris Super Variety

### NARROWS

The Narrows General Store

### NEWDALE

Newdale Food 'N' Stuff

### NINETTE

The Grocery Box

### NIVERVILLE

Niverville Bigway Foods

### NOTRE-DAME-DE-LOURDES

Notre Dame Shopping Centre

### NUTIMIK LAKE

Nutimik Lodge

### OAK LAKE

Valleyview Oak Lake Co-op

### OAKBANK

Oakbank Family Foods

### OAKBURN

Oak-Site Foods

### OAKVILLE

O & K Supermarket

### ONANOLE

B & D Hardware Inc.

### PIERSON

Edward Consumers Co-Operative Ltd.

### PILOT MOUND

Dobson's Foods Ltd.

### PINAWA

Solo Market

### PINE RIVER

Semeniuk's Groceteria

### PIPESTONE

Main Street Market

### PLUM COULEE

Tri-Coulee Investments

### PLUMAS

Plumas Stop & Shop

### POINTE DU BOIS

The Pointe General Store

### POPLARFIELD

King Buck Inn

### RAPID CITY

Rapid City Insurance Services

### RATHWELL

Rathwell Solo & Hardware

### RENNIE

Rennie General Store (2005)

### RESTON

Reston Drugs

### RICHER

Burnells Food Plus

### RIDGEVILLE

Ridgeville Cooperative

### RIVERS

Rivers Super Thrifty Drug Mart Ltd.

### RIVERTON

Bilinski Enterprises Ltd.

### ROCK LAKE BEACH

Rock Lake Beach Store (2008)

### ROLAND

Roland General Store

### RORKETON

Tracy's Insurance Agencies

### ROSSBURN

L.P.K. Enterprises

### SAINT-ADOLPHE

St. Adolphe Esso

### SAINT-AMBROISE

St. Ambroise Convenience Ltd.

### SAINT-CLAUDE

Philippot's Shop Easy Foods

### SAINT-EUSTACHE

Jackson's General Store

### SAINT-FRANÇOIS-XAVIER

S.F.X. Country Store

### SAINT-JEAN-BAPTISTE

Sun Valley Co-op Ltd.

### SAINT-LAURENT

Dépanneur Entre-Lacs

### SAINT-LAZARE

Fafard's Place

### SAINT-MALO

St. Malo Co-operative Ltd.

### SAINT-PIERRE-JOLYS

St. Pierre Bigway

### SAINTE-AGATHE

Dépanneur Cheyenne Convenience Store

### SAINTE-ANNE

Ste. Anne Sundries Ltd.

### SAINTE-ROSE-DU-LAC

Ste. Rose Variety Shop (2001)

### SANDY LAKE

Sandy Lake Hardware

### SANFORD

Sanford Lumber & Building Supplies

### SARTO

Sarto General Store

### SEVEN SISTERS

Tirschman's Esso

### SHOAL LAKE

Shoal Lake Pharmacy

## VENDEURS D'ALCOOLS (SUITE)

### **SIFTON**

Boguski Grocery

### **SNOW LAKE**

Cornerview Enterprises Ltd.

### **SOMERSET**

Crossroads Grocery

### **SOURIS**

Souris Valley Foods

### **SPRAGUE**

Carl's Solo Store

### **SPRINGFIELD**

Garven Convenience Store

### **STARBUCK**

"Dawn Til Dusk"  
Convenience Store

### **STONEWALL**

Stonewall Pharmacy Ltd.

### **STONY MOUNTAIN**

Pick 'N Pay

### **STRATHCLAIR**

Strathclair Consumers  
Co-op Ltd.

### **SWAN LAKE**

B & B Store

### **TEULON**

Teulon Pharmacy

### **TOLSTOI**

Tolstoi Super Mart

### **TRAVERSE BAY**

Traverse Bay Corner Store

### **TREHERNE**

Treherne Pharmacy

### **VASSAR**

Vassar Corner Store

### **VITA**

Sumthing Special Florist

### **WABOWDEN**

Dwyer's General Store

### **WANLESS**

WeSte General Store

### **WARREN**

Pete's General Store

### **WASKADA**

Wilbro Enterprises Inc.

### **WATERHEN**

Waterhen General Store

### **WAWANESA**

Gullett Pro Hardware

### **WEST HAWK LAKE**

West Hawk Lake Resort

### **WESTBOURNE**

Sportsman's Corner  
Campground

### **WHITEMOUTH**

Whitemouth Sundries

### **WINNIPEG BEACH**

Ford's Groceries

### **WINNIPEGOSIS**

Winnipegosis Meat Market

### **WOODLANDS**

C.C.L. Woodlands Ltd.

### **WOODRIDGE**

Vintage Corner Store

## MAGASINS DE VINS DE SPÉCIALITÉ

Pour mieux servir les Manitobains et accroître le choix des vins offerts, la Société a conclu des ententes avec huit magasins de vins de spécialité détenus par des intérêts privés et exploités en entreprise privée. Six magasins sont des boutiques et deux sont exploités comme des magasins d'aliments et de vins.

### **BANVILLE & JONES WINE COMPANY**

1616, chemin St. Mary's

### **CALABRIA MARKET & FINE WINES**

137/139, boul. Scurfield

### **DELUCA'S FINE WINES**

942, av. Portage

### **FENTONS WINE MERCHANTS**

106 – 1, chemin Forks Market

### **G. J. ANDREWS FOOD & WINE SHOPPE**

384, chemin Academy

### **KENASTON WINE MARKET**

1855A, av. Grant

### **LA BOUTIQUE DEL VINO**

1360, av. Taylor

### **THE WINEHOUSE**

110 – 1600, boul. Kenaston



**ADRESSE POSTALE :**

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

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