



SOCIÉTÉ DES ALCOOLS
DU MANITOBA

85^e RAPPORT ANNUEL

08

EXERCICE 2007-2008 Du 1^{er} avril 2007 au 31 mars 2008





NOTRE ÉNONCÉ DE MISSION

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

NOS VALEURS

Responsabilité sociale – Promouvoir la responsabilité en matière de vente et de consommation des boissons alcoolisées.

Importance du personnel – Favoriser l'établissement d'une main-d'oeuvre positive en collaborant comme une équipe à l'atteinte d'objectifs communs.

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

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

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

Direction de la Société en 2007-2008

Don Lussier — Président-directeur général

Roman Zubach — Vice-président,
Ressources humaines et administration

Ingrid Loewen — Directrice des finances

Fred Johnston — Directeur, Vente au détail

Tracy Crawford — Directrice, Achats

Maureen Spier — Directrice, Licences
et inspections

Bill Bodner — Directeur, Technologie
de l'information

Signy Shaw — Directrice, Vérification interne



TABLE DES MATIÈRES

GOUVERNANCE, CONSEIL ET COMMISSION.....	2
MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL DES COMMISSAIRES.....	3
MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL.....	4
EXAMEN DU PLAN D'ACTIVITÉS	5
RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE.....	6
RESPONSABILITÉ SOCIALE	7
SERVICE À LA CLIENTÈLE	9
EFFICACITÉ COMMERCIALE	11
QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL.....	14
MAGASINS D'ALCOOLS	34
VENDEURS D'ALCOOLS	35

GOVERNANCE, CONSEIL ET COMMISSION

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

Le Conseil des commissaires comprend neuf membres qui sont nommés par le gouvernement provincial. Une personne est nommée à la présidence du Conseil et une autre est nommée à la vice-présidence.

Le Conseil se réunit au moins six fois par année et il est responsable des processus de gouvernance généraux suivants :

- adoption d'un processus de planification stratégique, approbation des plans stratégiques et surveillance du rendement en fonction des plans;
- approbation des plans d'investissement et d'exploitation annuels et surveillance du rendement en fonction des plans;
- approbation des politiques et des processus qui veillent à l'intégrité des systèmes de contrôle interne et d'information de gestion de la Société;
- évaluation annuelle de l'apport du Conseil, des comités et de tous les membres du Conseil;
- soumettre des recommandations au ministre responsable en ce qui a trait à la nomination ou au renvoi du président-directeur général;
- planification de la relève, évaluation du rendement et développement du leadership pour le président-directeur général et les cadres supérieurs;
- approbation de la structure de rémunération normale et de l'ensemble des avantages sociaux de tous les employés de la Société;
- approbation de la politique en matière de communications de la Société.

Le Conseil bénéficie du travail de plusieurs comités :

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

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

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



La Commission des licences

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

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

MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL DES COMMISSAIRES

Au nom du Conseil des commissaires, je suis heureuse de présenter le 85^e rapport annuel de la Société des alcools du Manitoba. Le présent rapport présente les réussites de la Société au cours de l'exercice 2007-2008 et les met en évidence dans chacun de ses secteurs d'objectifs stratégiques : responsabilité financière, responsabilité sociale, service à la clientèle, efficacité commerciale et qualité du milieu de travail.

La Société a honoré amplement ses obligations financières à l'égard du gouvernement provincial. Sous la direction du Conseil des commissaires et de l'équipe de direction supérieure, la Société continue d'adopter des pratiques commerciales solides qui mettent fortement l'accent sur le service à la clientèle.

L'exercice qui vient de se terminer a été exceptionnel non seulement pour la croissance des ventes de boissons alcoolisées, mais aussi pour les importants investissements de la Société dans l'avenir de ses activités. Cette dernière a procédé à des dépenses majeures en immobilisations pour une expansion des ventes de détail et des activités de distribution en visant l'offre d'un service à la clientèle de qualité élevée.

Le Conseil demeure fier des initiatives de la Société en matière de responsabilité sociale. Tout en équilibrant ses obligations réglementaires et commerciales, la Société a veillé à ce que la responsabilité sociale demeure la marque de ses pratiques commerciales et organisationnelles.

Au cours du dernier exercice, la Société a dévoilé un nouveau programme de responsabilité sociale pour aborder la question des jeunes et de leur première exposition à l'alcool. Appelé *Soyez l'influence*, le programme soutient que les parents exercent l'influence individuelle la plus importante sur la vie de leurs enfants. Il offre aux parents des outils, tels qu'un livret et des documents en ligne, pour briser la glace et amorcer un dialogue important avec leurs enfants en visant à prévenir les futurs problèmes liés à l'alcool.

La Société a également continué à sensibiliser le public en mettant en oeuvre le programme *Déclarez votre âge*, qui vise à empêcher les personnes mineures d'acheter de l'alcool, le programme *Soyez sobre*, qui vise à limiter la consommation excessive occasionnelle d'alcool par les jeunes adultes, et le programme *Enceinte sans alcool*, qui traite de la consommation d'alcool pendant la grossesse et de ses liens avec l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation foetale (ETCAF).

Au cours de l'exercice 2007-2008, le partenariat de la Société et de la Ville de Thompson a visé la lutte contre commerce clandestin d'alcool et les questions liées à l'abus d'alcool dans la ville et les



Conseil des commissaires

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

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

collectivités avoisinantes. En collaboration avec l'administration municipale, les établissements autorisés, les forces policières et les organismes de santé locaux, la Société a mis en oeuvre des initiatives qui réduisent la vente de boissons alcoolisées et, plus important encore, font une contribution positive au bien-être social de la ville.

Toutes ces initiatives démontrent les valeurs adoptées par la Société dans toutes ses activités commerciales et organisationnelles.

Au nom du Conseil des commissaires, j'aimerais remercier l'équipe de direction supérieure de la persistance de son leadership et de sa vision. Le Conseil demeure confiant dans les capacités de la direction supérieure de tracer la voie du succès pour l'avenir. Je remercie également l'équipe de gestion et tous les employés de leur dévouement et de leur engagement continu à servir les Manitobains et les Manitobaines.

CARMEN NEUFELD
présidente du conseil des commissaires

08

MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

Je suis heureux d'annoncer que la Société des alcools du Manitoba a encore une fois dépassé ses objectifs financiers pour l'exercice 2007-2008 en versant un bénéfice record de **219 MILLIONS DE DOLLARS** au trésor du gouvernement provincial.

Nous ferions une litote si nous disions que l'exercice 2007-2008 a été « une bonne année » pour la Société. Les ventes ont dépassé le montant d'un demi-milliard de dollars pour nous inscrire sur la liste des cent entreprises manitobaines les plus importantes. Bien que nous soyons stimulés par la force de l'économie, notre réussite est le résultat de la prévoyance, de l'engagement et de la détermination manifestés par tous nos administrateurs et employés, des membres du Conseil des commissaires aux caissiers des magasins d'alcools.

INVESTIR DANS L'AVENIR

L'exercice 2007-2008 a été notable pour d'importantes dépenses en immobilisations. Nous avons achevé l'expansion de notre Centre de distribution, qui lui ajoute 43 000 pieds carrés et marque la première fois en quarante ans que nous procédons à un agrandissement majeur de nos installations. Cette expansion assurera notre capacité de répondre à l'évolution des besoins de nos clients pendant de nombreuses années à venir.

Nous avons également entrepris l'installation d'un nouveau système de terminaux de point de vente dans les magasins d'alcools. Le projet d'une durée de deux ans prévoit l'installation d'un nouveau système de caisses, d'un nouveau logiciel de marchandisage pour la gestion des stocks, de la sélection de produits et du réapprovisionnement, et d'un entrepôt de données conçu pour nous aider à mieux stocker et extraire des données sur les produits et les ventes.

NOUS PRÊTONS ATTENTION À NOTRE CLIENTÈLE

Aujourd'hui, la clientèle est bien informée des boissons alcoolisées et elle réclame plus de produits, plus d'information et plus de commodité. Dans le cadre de notre initiative de gestion des produits, nous sommes en mesure de fournir le produit souhaité au bon moment et au bon endroit.

Au cours de l'exercice 2007-2008, la Société a accru le nombre de ses magasins d'alcools en ajoutant deux nouveaux magasins dans la partie nord de la Ville de Winnipeg. Les plans de deux nouveaux magasins à Steinbach et Brandon ont été élaborés et ils devraient ouvrir leurs portes l'an prochain.

Nous avons aussi établi un nouveau palier pour le poste de conseiller en produits, qu'on appelle « ambassadeur de produits ». Affichant des connaissances et une formation interne supérieures, les ambassadeurs nous aideront à élargir notre base de connaissances et à promouvoir nos services en jouant le rôle d'ambassadeurs commerciaux de la Société dans l'ensemble de la province.

NOS EMPLOYÉS FONT TOUTE LA DIFFÉRENCE

Pour la deuxième année consécutive, la Société a été nommée un des cent meilleurs employeurs au Canada et un des quinze meilleurs employeurs au Manitoba. Nous sommes très fiers d'une telle reconnaissance et nous croyons avoir découvert une combinaison gagnante en alliant un milieu de travail agréable, des carrières stimulantes et des avantages sociaux généreux.

Nous avons été particulièrement heureux des résultats d'un questionnaire sur l'engagement des employés qui indique que 73 % des employés interrogés recommanderaient la Société à titre de bon milieu de travail, que 81 % d'entre eux comprennent leur rôle dans l'organisme et que 88 % d'entre eux comprennent comment leur service contribue à la réussite de la Société. Il est particulièrement gratifiant de voir que ces réponses dépassent les normes canadiennes.

Je tiens à remercier tous les employés de leur engagement et de leur contribution aux réussites de l'an dernier. Je remercie également l'équipe de direction supérieure et l'ensemble de l'équipe de gestion d'avoir dirigé les divers services de la Société avec passion et détermination à réussir. Finalement, j'aimerais remercier le Conseil des commissaires de son soutien inébranlable au cours de l'exercice. Ensemble, nous avons bâti une équipe forte qui jette les bases d'un avenir éclatant.



DON LUSSIER
président-directeur général



EXAMEN DU PLAN D'ACTIVITÉS

LE PLAN STRATÉGIQUE DE LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU MANITOBA précise cinq groupes d'objectifs qui servent de plan directeur à l'intégration de notre énoncé de mission et de nos valeurs dans nos activités quotidiennes et qui fondent le plan d'activités de la Société. Les cinq groupes d'objectifs visent ce qui suit :



LA RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE;

LA RESPONSABILITÉ SOCIALE;

LE SERVICE À LA CLIENTÈLE;

L'EFFICACITÉ COMMERCIALE;

LA QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL.



Les pages qui suivent présentent un examen du plan d'activités et des réussites de la Société des alcools au cours de l'exercice 2007-2008.

CROÎTRE POUR L'AVENIR

RENDEMENT FINANCIER — 219 MILLIONS DE DOLLARS!

Tous les vendredis, la Société des alcools du Manitoba fait un dépôt dans le trésor provincial pour soutenir des programmes et des services au Manitoba. En 2007-2008, nous avons versé un bénéfice record de 219 millions de dollars, qui servira à soutenir les programmes provinciaux actuels et futurs dans les secteurs des soins de santé, de l'éducation, des services sociaux et des projets communautaires.

RESPONSABILITÉ SOCIALE :

La Société croit qu'il faut tenir compte de la responsabilité sociale dans toutes ses activités, qu'il s'agisse de l'éducation en matière d'alcool, de l'application de la *Loi sur la réglementation des alcools* ou de la sensibilisation du public à la consommation raisonnable des boissons alcoolisées. Nos efforts se concentrent sur les programmes et les initiatives qui visent les questions liées à l'alcool, tels que notre nouveau programme d'information publique *Soyez l'influence*, qui est conçu pour aider les parents à discuter de la consommation d'alcool avec leurs enfants.

SERVICE À LA CLIENTÈLE :

Comme toujours, nous continuons de nous concentrer sur l'excellence du service à la clientèle

en offrant une formation continue à nos employés et en veillant à offrir une gamme étendue de produits dans des magasins bien situés. Au cours de l'exercice, nous avons ajouté deux magasins d'alcools à Winnipeg et approuvé l'établissement de deux nouveaux magasins à Steinbach et Brandon. Nous sommes proches d'une cinquantaine de magasins dans l'ensemble de la province — notre service est en pleine croissance!

EFFICACITÉ COMMERCIALE :

Grâce à l'expansion de notre Centre de distribution, la Société est en mesure de répondre à la demande croissante de produits exprimée par nos clients commerciaux et de détail. Nous modernisons aussi notre système de vente, d'inventaire et de caisse dans les magasins d'alcools afin de combler nos besoins technologiques et les attentes croissantes de la clientèle. Ces investissements importants aideront la Société à satisfaire à ses obligations opérationnelles pendant de nombreuses années à venir.

QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL :

Pour veiller à ce que nous puissions répondre aux attentes croissantes de la clientèle, nous nous sommes engagés à établir un milieu de travail stimulant et inclusif, qui permet aux employés de développer leur potentiel au moyen de la formation et du soutien. Pour nos efforts, nous sommes fiers d'avoir été nommés un des cent meilleurs employeurs au Canada et un des quinze meilleurs employeurs au Manitoba en 2008 pour la deuxième année consécutive.



RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE

BUT :

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

OBJECTIFS :

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

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS :

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

Bénéfice net ciblé : 213 millions de dollars
Bénéfice net réel : 219 millions de dollars

Le bénéfice net a dépassé le montant prévu au budget de 3 %.

Les ventes et le bénéfice brut ont dépassé respectivement de 15 et de 4,5 millions de dollars les montants prévus. Ces hausses sont attribuables à plusieurs facteurs, y compris le faible taux de chômage, la force de l'économie, un été chaud et le succès des programmes de promotion.

Le volume des ventes a également dépassé les prévisions dans toutes les catégories de produits, mais plus particulièrement dans la catégorie des bières, où le bénéfice brut a surpassé de 5,5 millions de dollars le montant prévu au budget. L'accroissement du bénéfice a été compensé par un écart sur prix de 2,8 millions de dollars provenant d'une hausse plus faible que prévu du prix de la

bière par les fournisseurs. Étant donné la tendance continue en faveur des produits de qualité supérieure, les clients ont payé leurs spiritueux plus cher que prévu. Ils ont également payé leurs vins moins cher que prévu, mais plus cher que l'an dernier.

Spiritueux : catégorie des produits de luxe ou de qualité supérieure (part du marché)

Cible annuelle : 61,5 %

Part actuelle depuis le début de l'exercice : 61,5 %

Les dépenses ont été inférieures d'environ un million de dollars au montant prévu au budget, en particulier en ce qui a trait à la dépréciation des acquisitions d'immobilisations qui a été reportée à l'exercice 2008-2009. La Société a fait un don important d'un million de dollars au Musée canadien des droits de la personne. Le passif des futures indemnités de retraite a été réduit d'un million de dollars afin de refléter les valeurs actuarielles.

La Société continue de surveiller les prix appliqués par les autres provinces en vue de devenir concurrentielle avec la Saskatchewan et l'Ontario. En 2007-2008, les prix pratiqués par la Société étaient quelque peu supérieurs aux prix ontariens, mais la plupart des prix sont demeurés plus faibles que ceux de la Saskatchewan. La Société affichait les prix les plus faibles au pays pour les bières canadiennes.

BÉNÉFICE NET : 219 MILLIONS DE DOLLARS DE RECETTES POUR LES MANITOBAINS!

RESPONSABILITÉ SOCIALE



BUT :

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

OBJECTIFS :

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

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS :

- Au cours de l'automne 2007, la Société a lancé un nouveau programme de responsabilité sociale appelé *Soyez l'influence*. Le programme vise à aider les parents à discuter de la consommation d'alcool avec leurs enfants en utilisant un livret gratuit distribué dans les magasins d'alcools et un site Web interactif. Le programme est soutenu par une publicité télévisée, des annonces imprimées et des panneaux publicitaires dans les salles de bain.
- Deux nouvelles publicités télévisées ont été lancées au cours de l'automne 2007 pour le programme *Soyez sobre*. Les nouvelles annonces continuent de mettre l'accent sur les conséquences de la consommation excessive occasionnelle d'alcool chez les jeunes adultes de 18 à 24 ans et elles sont accompagnées d'affiches et de panneaux publicitaires dans les salles de bain des établissements autorisés, ainsi que d'annonces publiées dans les guides à l'intention des étudiants postsecondaires.
- En mai et juin 2007, la Société a lancé une nouvelle publicité télévisée pour son programme primé *Enceinte sans alcool*, qui traite de la consommation d'alcool pendant la grossesse et de ses liens avec l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation foetale. L'annonce présente des femmes aux antécédents culturels variés qui déclarent qu'elles ne consommeront pas d'alcool pendant leur grossesse. L'annonce télévisée est accompagnée par des annonces imprimées et des panneaux publicitaires dans les salles de bain.
- La Société a installé des panneaux rétroéclairés dans les magasins d'alcools pour mettre davantage en évidence ses programmes de responsabilité sociale.
- La Société s'est associée à la Ville de Thompson, à des organismes communautaires locaux et à des entreprises pour élaborer une stratégie pour le centre-ville de Thompson qui vise le traitement des questions liées à l'alcool dans la ville. La Société s'est engagée à mettre en oeuvre diverses initiatives en soutien à la stratégie :
 - dans les magasins d'alcools, continuer de refuser de servir les clients qui semblent avoir consommé de l'alcool;
 - accroître à 38 heures par semaine la présence d'agents de sécurité dans les magasins d'alcools pour les patrouilles à l'intérieur et à l'extérieur des magasins;
 - limiter le nombre de bouteilles de produits particuliers qu'il est possible d'acheter;
 - participer à un programme d'interdiction d'entrée universelle des clients difficiles en collaboration avec les établissements autorisés;
 - maintenir un engagement financier annuel de 2 000 \$ pour le programme de cueillette des bouteilles vides;
 - parrainer un programme de patrouille au centre-ville avec la Ville de Thompson.
- La Société est membre de l'Association canadienne des régies d'alcool et elle est représentée au sein du comité de responsabilité sociale de l'organisme. Ce dernier a commencé à élaborer une campagne nationale sur la modération et a examiné deux concepts créatifs qui devraient être élaborés au cours de l'exercice 2008-2009.
- Le comité d'éducation antialcoolique de la Société a examiné les recommandations de la Stratégie nationale sur l'alcool et a recommandé leur mise en oeuvre au cours de l'exercice 2008-2009.

- La Société a soutenu diverses initiatives qui visent des questions liées à l'alcool et a participé à divers comités actifs dans le secteur, tels que Mothers Against Drunk Driving (MADD), Non-Potable Abuse Committee, le comité de la Semaine manitobaine de sensibilisation aux dépendances et l'Association du ZAC du centre-ville de Winnipeg. La Société a également été un des commanditaires d'Opération Nez rouge et du programme #TAXI.

SERVICE DES LICENCES ET DES INSPECTIONS

- La Société a continué d'équilibrer l'éducation et l'application de la loi afin de veiller à ce que tous respectent la *Loi sur la réglementation des alcools*.
- Le Service des licences et des inspections a établi un programme d'inspections axé sur les risques qui repose sur le genre de licence des établissements et leurs antécédents d'exploitation. Les établissements où la vente de boissons alcoolisées est l'activité principale, tels que les débits de boissons, les cabarets, les vendeurs de bière et les bars-salons, font l'objet d'inspections plus fréquentes que les établissements où le service des aliments est la principale activité commerciale. Le nombre moyen des inspections effectuées selon tous les genres d'exploitations correspondait au nombre ciblé en 2007-2008.
- La Société a continué de recommander des mesures disciplinaires progressives pour les titulaires de licence ou de permis et les exploitants de salle de banquet qui continuent de violer les dispositions de la *Loi sur la réglementation des alcools*.

NOMBRE D'INSPECTIONS :

Établissements visés par une licence	Cible : 25 000 Nombre réel : 26 110
Événements visés par un permis de vente	Cible : 20 % Pourcentage réel : 23,3 %
Pourcentage des inspections sans violation	Cible : 97 % Pourcentage réel : 97,1 %

NOMBRE DE SÉMINAIRES ÉDUCATIFS :

Établissements visés par une licence	Cible : 100 Nombre réel : 100
Salles de banquet	Cible : 75 Nombre réel : 61

Nota. Bien que le nombre de séminaires à l'intention des titulaires de licence et des exploitants de salle de banquet soit inférieur à la cible, le nombre de participants aux divers séminaires s'est accru. Les séminaires communautaires ont connu l'accroissement le plus important : 74 personnes y ont participé en 2007-2008, comparativement à 46 personnes en 2006-2007.

VÉRIFICATION DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE

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

Cible : cote de 100 % par magasin

Chiffres réels : 103 des 140 des magasins visités ont obtenu une cote de 100 %

Nota. La Société a adopté des mesures pour améliorer les résultats. Les membres du personnel qui n'avaient pas participé à une formation sur la responsabilité sociale devaient participer à des séances en mars et avril 2008. Le programme de visites de vérification se poursuivra jusqu'à ce que tous les magasins obtiennent une cote de 100 %.



VÉRIFICATIONS ET REFUS DE SERVICE

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

Demandes de preuves d'âge :

2007-2008 : 27 738
2006-2007 : 22 523

Refus de service

Personnes mineures : **2007-2008 : 2 302**
2006-2007 : 1 960

Personnes intoxiquées **2007-2008 : 4 012**
2006-2007 : 3 699

MODIFICATIONS LÉGISLATIVES

Loi sur la réclamation des alcools

- À la demande du gouvernement manitobain, la Société a établi un groupe de travail chargé de formuler des recommandations sur l'amélioration de la sécurité dans les établissements autorisés. Les travaux préliminaires ont été entrepris en vue de soumettre à l'Assemblée législative dix modifications à la Loi qui traitent des préoccupations en matière de sécurité dans les établissements autorisés, font la promotion de la consommation raisonnable des boissons alcoolisées et veulent répondre aux besoins du public, des associations industrielles et d'autres parties intéressées, marcher de pair avec l'évolution du secteur et assurer que les règles du jeu sont équitables dans le secteur. Les modifications feront l'objet d'une discussion au cours de la session du printemps de l'Assemblée législative au début de l'exercice 2008-2009.

- Le Règlement du Manitoba n° 48/99 (*Règlement sur les droits établis par la Société des alcools*) a été modifié par le Règlement n° 164/2007, qui a été approuvé le 22 décembre 2007 et qui stipule une augmentation des droits de présentation d'une demande de licence de 200 \$ à 300 \$ ou 500 \$, des droits de licence de 200 \$ à 300 \$ ou 500 \$ et des droits pour production tardive de 50 \$ à 150 \$, et qui élimine les droits supplémentaires de 2 % applicables à l'achat de boissons alcoolisées par les titulaires de licence.
- Le Règlement du Manitoba n° 177/94 (*Liquor Licensing Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 76/2008. Les modifications ont été approuvées par le Conseil des commissaires le 27 mars 2008. Le nouveau règlement exige que les titulaires de licence indiquent à la Société le nom du gérant principal responsable de l'établissement autorisé et qu'ils soumettent ce dernier à une vérification du casier judiciaire, ainsi que leurs contrats de gérance à des fins d'approbation par la Société.
- Le Règlement du Manitoba n° 176/94 (*Règlement sur les demandes de licence et la procédure d'appel*) a été modifié par le Règlement n° 75/2008. Les modifications ont été approuvées par le Conseil des commissaires le 27 mars 2008. Le nouveau règlement exige que tout demandeur de licence pour bar-salon, débit de boisson, cabaret ou activités de spectateurs soumette un plan de sécurité avec sa demande de licence.
- Les modifications stipulées dans les règlements n°s 75/2008 et 76/2008 entrent en vigueur en avril 2008 et elles constituent les premières mesures en vue d'aborder les questions soulevées dans le rapport intitulé *Safety in Licensed Premises*.

SERVICE À LA CLIENTÈLE

BUT :

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

OBJECTIFS :

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

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS :

Cote de satisfaction du service offert par les magasins d'alcools

Cible : 90 %

Cote réelle : Winnipeg et Brandon — 90 %
Régions rurales et autres villes — 88 %

Croissance des ventes des vendeurs d'alcools

***Cible :** 5,3 % de moins que les magasins d'alcools

Pourcentage réel : 6 % de moins que les magasins d'alcools

*La cible a été établie à 2,9 % de moins que le pourcentage de croissance des ventes des magasins d'alcools.





AMÉNAGEMENT DES MAGASINS D'ALCOOLS

- Un nouveau magasin d'une superficie de 4 000 pi² a ouvert ses portes à Lac du Bonnet en septembre 2007.
- Un nouveau magasin d'une superficie de 7 300 pi² a ouvert ses portes dans le centre commercial Bunn's Creek (chemin Henderson à Winnipeg) en novembre 2007.
- Un nouveau magasin d'une superficie de 6 000 pi² a ouvert ses portes dans le centre Rivergrove (rue Main Nord à Winnipeg) en janvier 2008.
- La rénovation du magasin du centre Madison Square a débuté en février 2008.
- À Brandon, des discussions sont en cours en vue de la construction d'un magasin de style boutique au cours de l'exercice 2008-2009.

- À Steinbach, la Société a poursuivi des discussions avec l'administration municipale en vue de l'ouverture d'un nouveau magasin au cours de l'exercice 2008-2009.

SOUTIEN COMMUNAUTAIRE

- La Société a continué d'aider les collectivités en organisant des festivals du vin en soutien aux organismes communautaires et caritatifs. Ces événements offrent également à la Société la possibilité de rehausser la connaissance de ses produits. L'événement le plus important est le Festival des vins de Winnipeg qui est organisé au bénéfice de Jeux Olympiques spéciaux Manitoba.

FESTIVALS DES VINS ET DÉGUSTATIONS

Collectivités	Montants recueillis	Réceptaires
Brandon	9 400 \$	Club Rotary de Brandon (Elspeth Reid Family Resource Centre)
Carman	3 800 \$	Carman Active Living Centre
Dauphin	6 800 \$	Club Rotary de Dauphin
Flin Flon	3 000 \$	Comité Flinty
Gimli	2 000 \$	Club Rotary de Gimli et Westshore Foundation
Le Pas	1 200 \$	The Pas Health Complex Foundation
Neepawa	3 700 \$	Centre culturel Viscount
Portage la Prairie	3 100 \$	Centre Glesby
Roblin	2 600 \$	Life & Arts Centre
Russell	3 500 \$	Commission des loisirs de Russell
Swan River	1 350 \$	Swan River Ladies Curling Club
Thompson	1 900 \$	Thompson Community Foundation
Winnipeg	36 000 \$	Flatlanders Beer Festival en soutien à la Manitoba Moose Yearling Foundation
	261 000 \$	Festival des vins de Winnipeg en soutien à Jeux Olympiques spéciaux Manitoba

- Tout au cours de l'exercice, la Société a soutenu près d'une centaine d'organismes de bienfaisance actifs dans les secteurs de la santé, des services communautaires, des arts et du sport par le biais de commandites, d'un programme de boîtes de dons dans les magasins et de programmes « Donnez un dollar ».

PRODUCT AMBASSADORS

- Dans le cadre d'un programme pilote, cinq conseillers en produits ont été détachés pour une période de deux ans afin de devenir des ambassadeurs de produits. Les ambassadeurs ont le rôle de rehausser l'image publique de la Société, d'étendre l'information et la formation en matière de produits et d'entretenir des relations d'affaires professionnelles avec les intervenants du secteur et les médias.

Au cours de leur première année d'existence, les ambassadeurs ont offert environ trente cours publics sur les produits et organisé quinze dégustations ou cours privés pour plus de mille clients.

DROITS SUPPLÉMENTAIRES

- L'élimination des droits supplémentaires a été approuvée par le Conseil pour entrer en vigueur le 1^{er} avril 2008.

RECONNAISSANCE DE SERVICES

- Les magasins d'alcools de Winnipeg ont reçu le prix du choix des consommateurs de 2007 pour les vins et les spiritueux en raison de l'excellence de la qualité des produits, du service, de la valeur et de l'apparence des magasins. Le prix a été présenté à la Société lors d'un dîner de gala en juillet 2007.

EFFICACITÉ COMMERCIALE

BUT :

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

OBJECTIFS :

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

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS :

Dépenses administratives :

Cible : 62 000 000 \$

dépenses réelles : 61 000 000 \$

Nota. Les dépenses ont été inférieures d'environ un million de dollars au montant prévu au budget, en particulier en ce qui a trait à la dépréciation des acquisitions d'immobilisations qui a été reportée à l'exercice 2008-2009. Le passif des futures indemnités de retraite a été réduit d'un million de dollars afin de refléter les valeurs actuarielles. D'autres économies ont été réalisées en raison de l'ouverture retardée ou reportée de nouveaux magasins.

- La Société des alcools examine annuellement ses mesures de productivité, ainsi que la rentabilité de ses stratégies afin de déterminer le moyen le plus efficace de gérer les stocks dans les magasins d'alcools et au Centre de distribution. Des cibles de productivité sont établies pour le Service des achats, les Services de détail et le Centre de distribution.

MAGASINS D'ALCOOLS

	CIBLE	RÉSULTAT
Niveau de service des stocks	94 %	98 %
Productivité (unités par heure travaillée)	Winnipeg : 35	33,93
	Régions rurales : 30	30,21
Rotation des stocks	Winnipeg : 13,0	12,27
	Régions rurales : 11,0	10,47





SERVICE DES ACHATS ET CENTRE DE DISTRIBUTION

	CIBLE	RÉSULTAT
Nombre de caisses manipulées par heure travaillée	27	27,64
Rotation des stocks	8	7,26*
Niveau de service des stocks (produits sur les listes générales)	96 %	98,2 %**

*La tendance des consommateurs de choisir des produits importés s'est traduite par l'accroissement des stocks de sécurité. On a ajouté du personnel au Service des achats pour veiller à ce que les niveaux de stock répondent à la demande de la clientèle.

** La réduction de la rotation des stocks a été compensée par un niveau de service des stocks plus élevé.

NOUVEAU PROJET DE TERMINAUX DE POINT DE VENTE (CHEERS)

- Au cours de l'exercice 2007-2008, la Société a lancé un projet d'une durée de deux ans visant à remplacer son système vieillissant de terminaux de point de vente. Elle a lancé des appels d'offres pour ses services de carte-prime et le matériel de ses nouveaux terminaux de point de vente et des vendeurs ont été choisis pour ces deux éléments. À la fin de l'exercice, le projet respectait le budget établi, toutefois la mise en oeuvre du projet pilote a été légèrement retardée.

GESTION DES DOCUMENTS GESTION DES DOCUMENTS

- La Société a embauché un archiviste afin qu'il mette en oeuvre des pratiques exemplaires de gestion des documents et elle a élaboré des plans pour la première étape du projet de gestion des documents. La Société prévoyait embaucher un administrateur, mais elle n'a pu trouver un candidat qualifié. D'autres plans seront élaborés au cours de l'exercice 2008-2009.

RÉSULTATS EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

- La Société maintient son engagement à soutenir les activités de développement durable aux termes de son Plan d'action pour le développement durable pour les exercices 2007-2008 à 2009-2010. Voici les points saillants de l'exercice 2007-2008 :
 - La Société a décidé de cesser d'utiliser des sacs en plastique jetables et de prévenir ainsi la mise en décharge de 2,8 millions de sacs chaque année. La Société continuera d'offrir des sacs en papier et des sacs en toile et lancera un nouveau sac en polypropylène réutilisable ayant la certification écologique au début de l'exercice 2008-2009.
 - La Société a intégré une disposition relative au développement durable dans tous ses

appels d'offres et demandes de propositions qui accorde une cote plus élevée aux fournisseurs qui ont mis en oeuvre des initiatives de développement durable ou des programmes de gestion de l'environnement.

- La Société continue d'utiliser un carburant à l'éthanol pour les véhicules de son parc automobile.
- Dans le cadre de l'expansion du Centre de distribution, la Société a procédé à des améliorations écoénergétiques, notamment l'éclairage T5, des fenêtres et des puits de lumière Éconergiques qui résistent aux rayons UV, des panneaux solaires muraux pour le préchauffage et le refroidissement, des toilettes à double chasse, des chaudières de chauffage à eau chaude améliorées à haut rendement et l'installation de murs transportables et réutilisables.
- La Société a adopté les normes ENERGY STAR pour l'achat d'appareils électriques.
- La Société a installé des régulateurs pour les prises de courant de ses terrains de stationnement afin de réduire la consommation d'électricité pendant les mois d'hiver.
- La Société a remplacé des bordures de trottoir en béton par des bordures recyclées fabriquées avec des matières plastiques jetées au rebut.
- Le comité des inscriptions sur les listes a recherché des produits aux emballages plus écologiques, tels que les berlingots et les cannettes en plastique ou en aluminium réutilisables. La Société a également approché ses fournisseurs importants pour discuter de la réduction à la source du papier et des emballages des paquets-cadeaux.

COMMANDITES

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

reconnaissance de son statut de seul musée national situé à l'extérieur d'Ottawa et de son potentiel d'attraction pour les visiteurs canadiens et étrangers au Manitoba, le Conseil des commissaires a approuvé un don ponctuel d'un million de dollars au Musée canadien des droits de la personne.

EN 2007-2008, LA SOUTENU A ÉGALEMENT SOUTENU LES ORGANISMES SUIVANTS :

Winnipeg Blue Bombers;
Winnipeg Goldeyes;
Manitoba Moose;
Brandon Wheat Kings;
Winnipeg Folk Festival;
Dauphin Country Fest;
Festival du Voyageur;

Folklorama;
Minnedosa Rodeo;
Gimli Film Festival;
Musée du Manitoba;
Portage la Prairie —
Island of Lights;
Osborne House;
Société Alzheimer;

Fondation des maladies
du coeur;
SCE Lifeworks;
Winnipeg Humane Society;
Winnipeg Harvest;
Centraide;
Jeux Olympiques spéciaux
Manitoba.

GESTION DES RISQUES DE L'ENTREPRISE

- La Société a fait des progrès limités dans la mise en oeuvre d'une stratégie de gestion des risques pour l'ensemble de l'organisme, car les ressources nécessaires ont dû être allouées à d'autres fins. Pour veiller à aller de l'avant, de nouvelles ressources ont été engagées pour l'exercice 2008-2009.

VÉRIFICATION INTERNE

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

RÉPERTOIRE DES PRODUITS EN 2007-2008

SPIRITUEUX

Liste générale	507
Liste des spécialités	297

VINS

Liste générale	1 132
Liste des spécialités	1 145

BIÈRES

Distribuées par la Société	83
Distribuées par les vendeurs privés	428

BOISSONS RAFFRAÎCHISSANTES (PANACHÉS ET CIDRES)

Liste générale	72
Liste des spécialités	7

**TOTAL DES PRODUITS
au 31 mars 2008 : 3 671**



QUALITÉ DU MILIEU DE TRAVAIL

BUT :

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

OBJECTIFS :

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

RÉSULTATS DES ACTIVITÉS :

FORMATION

- Concentrée sur le service à la clientèle, la Société a maintenu que la formation des employés était une priorité importante. Les cours de formation et les séances de sensibilisation suivants ont été offerts :
 - certificat supérieur;
 - connaissance de base des produits;
 - intervention non violente en situation d'urgence;
 - sensibilisation à la sécurité, à la vie privée et à la divulgation d'actes répréhensibles;
 - réanimation cardio-respiratoire et premiers soins;
 - sécurité du dos;
 - rédaction de textes administratifs.

FAIRE CONNAÎTRE LE PLAN STRATÉGIQUE

- Des gestionnaires de la Société ont participé à des ateliers d'information sur le plan stratégique afin de les préparer à communiquer le contenu du plan à leur personnel. À la suite des ateliers, les gestionnaires ont tenu des réunions avec le personnel où ils ont distribué le document *Strategic Plan at a Glance* et lancé une discussion sur le rôle des employés dans les initiatives stratégiques.

DIVERSITÉ

- La Société a continué à mettre en oeuvre son initiative d'emploi des Autochtones afin d'assurer la diversité de sa main-d'oeuvre.

Nombre de séances de sensibilisation à la culture autochtone

Cible : 17

Nombre réel : 23

Nombre d'Autochtones embauchés ou promus

Cible : 8

Nombre réel : 10



ENGAGEMENT ET RECONNAISSANCE DES EMPLOYÉS

- Dans le cadre d'une demande de participation au concours des cent meilleurs employeurs canadiens de Mediacorp, les employés de la Société ont participé à un questionnaire sur l'engagement. Les résultats indiquent que 73 % des employés interrogés recommanderaient la Société à titre de bon milieu de travail, que 81 % d'entre eux comprennent leur rôle dans l'organisme et que 88 % d'entre eux comprennent comment leur service contribue à la réussite de la Société. Les réponses des employés ont dépassé les normes canadiennes dans presque tous les sujets visés par le questionnaire!

- De tels résultats ont aidé la Société à être nommée un des cent meilleurs employeurs au Canada et un des quinze meilleurs employeurs au Manitoba en 2008 pour la deuxième année consécutive.

SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE

- Dans le cadre de son programme de mieux-être, la Société a procédé à une évaluation des risques pour la santé dans l'ensemble de l'organisation au cours de l'exercice 2007-2008. À la suite de l'évaluation, le comité du mieux-être des employés a commencé à élaborer des initiatives en matière de gestion du poids, d'activité physique, de nutrition et de consommation d'alcool. Les initiatives seront mises en oeuvre au début de l'exercice 2008-2009.

ANALYSE DES RISQUES PROFESSIONNELS

- Les Services d'inspection ont élaboré un plan d'action et ont mis en oeuvre des mesures de contrôle cernées dans leur analyse des risques professionnels, tandis que les Services de détail ont continué à appliquer des mesures de contrôle aux termes de leur plan d'action.

PROGRAMME DE PERFECTIONNEMENT DES GESTIONNAIRES

- La Société a élaboré un programme à l'intention des cadres intermédiaires qui comprend un programme d'orientation pour les nouveaux employés et un accompagnement professionnel des cadres pour la planification de la relève.

COMMUNICATIONS AVEC LES EMPLOYÉS

- La Société a mis en oeuvre un site intranet interactif appelé « What's On Tap » pour les employés. Le site offre aux employés de l'information sur la Société, des nouvelles du secteur, des renseignements sur les initiatives en matière d'avantages sociaux, de santé et

de mieux-être, ainsi que sur des personnes-ressources, les avis d'emplois vacants et les programmes de reconnaissance. Pour veiller à ce que les employés qui n'ont pas d'ordinateur de bureau puissent avoir accès au site, des kiosques informatiques ont été installés dans le Centre de distribution, la cafétéria du siège social, le coin repas des magasins de Winnipeg et certains magasins ruraux importants.

PROGRAMME DE BOURSES D'ÉTUDES

- La Société a annoncé et approuvé un programme de bourses d'études qui doit entrer en vigueur au cours de l'exercice 2008-2009. Le programme offrira une aide financière aux enfants des employés de la Société qui poursuivent des études postsecondaires.

PRIX DE DISTINCTION

- La Société a adopté un nouveau programme de reconnaissance des employés. Les prix de distinction visent à reconnaître les contributions exceptionnelles à la Société et à la collectivité dans plusieurs catégories telles que le service communautaire, l'innovation en affaires et l'excellence du leadership et du service à la clientèle.

INSTALLATIONS

- Les travaux d'expansion du Centre de distribution, qui lui ont ajouté une superficie de 43 000 pi², ont été parachevés au cours de l'exercice.

DIVULGATEURS D'ACTES RÉPRÉHENSIBLES

- Conformément aux dispositions de la *Loi sur les divulgations faites dans l'intérêt public (protection des divulgateurs d'actes répréhensibles)*, la Société a organisé huit séances de sensibilisation des employés en 2007-2008.
- La Société n'a aucune divulgation à signaler pour l'exercice 2007-2008.





MAGASINS D'ALCOOLS

Les 48 magasins d'alcools de la Société des alcools du Manitoba sont situés dans les collectivités suivantes.

Beausejour

619, avenue Park

Brandon

10^e Rue et avenue
Victoria Centre
commercial
Brandon Shoppers

Carman

3, avenue
Centre Ouest

Churchill

203, avenue
Laverendrye

Dauphin

130, 1^{re} Avenue
Nord-Ouest

Flin Flon

26, rue Hapnot

Gimli

52, rue Centre

Killarney

516, avenue Broadway

Lac du Bonnet

99, 2^e Avenue

Le Pas

333, avenue Edwards

Minnedosa

16, 2^e Avenue
Nord-Ouest

Morden

331, rue North Railway

Neepawa

393, avenue Mountain

Pine Falls

17, rue Pine

Portage la Prairie

300, avenue
Saskatchewan

Roblin

126, rue Main Ouest

Russell

202, avenue
Shell River Nord

Selkirk

377, rue Main

Swan River

716, rue Main

Thompson

131, avenue Selkirk

Virden

197, 3^e Avenue

WINNIPEG

Centre commercial

Bunn's Creek

2001, chemin
Henderson

Charleswood

3900, avenue Grant,
pièce 1D

cityplace

333, avenue St. Mary

Centre commercial

Crestview

3393, avenue Portage,
pièce 170

Centre commercial

Dominion

21, rue Marion

Centre commercial **Eastwinds**

1530, avenue Regent,
pièce 23

Fort Garry

1235, chemin Pembina

Fort Richmond

2855, chemin Pembina

Garden City Square

915, avenue Leila,
unité 2

Centre commercial

Grant Park Plaza

1120, avenue Grant

Hargrave et Ellice

325, avenue Ellice

Kenaston Crossing

1650, boulevard
Kenaston, pièce 8

Madison Square

1600, avenue Ness,
pièce P

Main et Jefferson

1662, rue Main

Main et Pritchard

1005, rue Main

Centre commercial

Northdale

965A, chemin Henderson

Portage et Ainslie

2549, avenue Portage

Portage et Burnell

923, avenue Portage



River et Osborne

469, avenue River

Rivergrove

2615, rue Main

St. Vital Square

827, rue Dakota, pièce 5

Centre commercial

Southdale

67, rue Vermillion,
pièce 21

Southglen

730, chemin St. Anne's,
unité A

Transcona Square

620, avenue Kildare Est,
pièce 1

Tuxedo

2025, avenue Corydon,
pièce 168

Tyndall Market Mall

850, rue Keewatin

VENDEURS D'ALCOOLS

Les vendeurs d'alcools sont des partenaires de la Société des alcools du Manitoba. Ces entrepreneurs locaux assurent leur viabilité en combinant les ventes d'alcool à leurs activités commerciales. Le Manitoba compte présentement 174 vendeurs d'alcools.

Alexander Stahl's Food Mart	Carberry Spud City Food Mart Ltd.	Fraserwood J & J Store	Holland Holland Home Hardware
Alonsa Zdan Family Store	Cartwright Cartwright Health Centre	Garson Garson Grocery Ltd.	Île-des-Chênes Ile des Chênes Country Store
Altona Altona Cleaners Ltd.	Clandeboye Clandeboye Store	Gilbert Plains Gilbert Plains Pharmacy	Inglis Jordie's Food Mart
Anola Anola Lucky Dollar	Clearwater Lake Wally's Place	Gillam Trappers Shack	Inwood Inwood Food Town
Arborg Arborg Pharmacy	Cowan Kolisnyk's General Store	Gladstone Gladstone Pharmacy	Kelwood Kelwood Store
Argyle Meridian Trail General Store	Cranberry Portage Streamer Hardware	Glenboro Glenboro Pharmacy Ltd.	Kenton Houston's
Ashern Ashern Pharmacy	Cypress River Cypress River Lucky Dollar	Glenella Preisentanz's General Store	Komarno Komarno Quality Store
Austin J & J Grocery	Deloraine Myrna's Fabric Boutique	Glenora Glenora Mall	La Broquerie Le Bon Ami
Baldur Baldur Variety Store	Dominion City Dominion City Food Town	Grand Marais Grand Marais Village Store	La Salle Jeni's Food & Hardware
Belmont Belmont Hardware	Dugald Dugald Convenience Store	Grand Rapids Grand Rapids Esso	Lake of the Prairies Kilman Resort
Benito Benito Pharmasave	Elgin Mack & Sydney's	Grandview Grandview Home Hardware	Lake Metigoshe Turtle Mountain All Season Resort
BFC Shilo Canex Super Mart	Elie Elie Grocery Store	Great Falls Great Falls Foods	Langruth Farncombe's Food Centre
Big Whiteshell Lake Big Whiteshell Lodge (2000) Inc.	Elkhorn Twin Valley Co-op Ltd.	Grindstone Grindstone General Store	Laurier Molgat Shopping Centre
Birch River Birchwood Grocery	Elm Creek Elm Creek Co-operative Oil & Supplies Ltd.	Gull Lake Sherwood Grocery	Leaf Rapids Kings Health & Variety
Bird River Tall Timber Lodge Ltd.	Elma Elma Country Store	Gypsumville Rawluk's Grocery & Pro Hardware	Lee River Osprey Landing General Store
Birds Hill Birds Hill Store	Emerson Emerson Bigway	Hadashville Kiedyk's Convenience Store	Letellier Gallant's Lucky Dollar
Birtle Birtle Pharmacy	Erickson Mountain Park Pharmacy	Hamiota Rawlings Home Hardware	Lockport Lockport Grocery
Boissevain Hazlewood Enterprises	Eriksdale Eriksdale Shop Easy	Hartney Hartney Variety Store	Lorette Dauphin Trail Country Store Inc.
Brunkild Rawleigh's Store	Ethelbert Bird's Corner Store	Hecla Hecla Island General Store	Lundar Lundar Pharmacy Ltd.
Bruxelles Marginet's Grocery & Hardware	Falcon Lake Lumber One Building Supplies	Hodgson Buckskin Trading Post	Lynn Lake Clarke's Health & Variety
Camperville McKay Grocery	Fisher Branch Fisher Branch Health Centre		

MacGregor MacGregor Lo-Cost (2004)	Oakville Oakville Super Market	Rosburn L.P.K. Enterprises	Sprague Carl's Solo Store
Mafeking Doan's General Store	Onanole B & D Hardware Inc.	Saint-Adolphe St. Adolphe Esso	Springfield Garven Grocery Store
Manigotagan Karas's Convenience	Pierson Edward Consumers Co-operative Ltd.	Saint-Ambroise Ducharme's General Store	Starbuck "Dawn 'Til Dusk" Convenience Store
Manitou Manitou Variety & Health	Pilot Mound Dobson's Foods Ltd.	Saint-Claude Phillippot's Shop Easy Foods	Stonewall Stonewall Pharmacy Ltd.
Mariapolis Pouteau Foods	Pinawa The North West Company LP	Saint-Eustache Magasin Beaudin Store	Stony Mountain Pick 'n Pay
McAuley McAuley Country Grocery Co-op Ltd.	Pine River Semeniuk's Groceteria	Saint-François-Xavier S.F.X. Country Store	Strathclair Strathclair Consumers Co-op Ltd.
McCreary Reischek's Pharmacy	Pipestone Pipestone Main Street Market	Saint-Jean-Baptiste St. Jean Home Centre	Swan Lake B & B Store
Melita Liquid World	Plum Coulee Tri-Coulee Investments	Saint-Laurent Dépanneur Entre-Lacs	Teulon Teulon Pharmacy
Miami Westaway's Pharmacy	Plumas Plumas Stop & Shop	Saint-Lazare Fafard's Place	Tolstoi Tolstoi Super Mart
Miniota Miniota C-Store	Pointe du Bois Pam's Place	Saint-Malo St. Malo Co-operative Ltd.	Traverse Bay Traverse Bay Corner Store
Minitonas Nemetchek Enterprises 1992	Poplarfield King Buck Inn Poplarfield Groceteria (bière seulement)	Saint-Pierre-Jolys St. Pierre IGA	Treherne Treherne Pharmacy
Minto Minto Community Market	Rapid City Rapid City Insurance Services	Sainte-Agathe Dépanneur Cheyenne Convenience Store	Vassar Vassar General Store
Moosehorn Moosehorn Consumers Co-op Ltd.	Rathwell Rathwell Solo & Hardware	Sainte-Anne Ste. Anne Sundries Ltd.	Vita Sunthing Special Florist & Gift Shop
Morris Morris Super Variety	Rennie Rennie General Store (2005)	Sainte-Rose-du-Lac Ste. Rose Variety Shop (2001)	Wabowden Dwyer's General Store
Narrows The Narrows General Store	Reston Reston Drugs	Sandy Lake Sandy Lake Hardware	Warren Pete's General Store
Newdale Strathclair Co-Op (succursale de Newdale)	Richer Burnells Food Plus	Sanford Sanford Lumber & Building Supplies	Waskada Wilbro Enterprises Inc.
Ninette The Grocery Box	Ridgeville Ridgeville Cooperative Community Club (bière seulement)	Sarto Sarto General Store	Waterhen Waterhen General Store
Niverville Niverville Bigway Foods	Rivers Rivers Super Thrifty Drug Mart Ltd.	Seven Sisters Tirschman's Esso	Wawanesa Gullett Pro Hardware
Notre-Dame Notre Dame Shopping Centre	Riverton The Other Place	Shoal Lake Shoal Lake Pharmacy	West Hawk Lake West Hawk Lake Resort
Nutimik Lake Nutimik Lodge	Roland Roland General Store	Sifton Boguski Grocery	Whitemouth Whitemouth Sundries
Oak Lake Valleyview Oak Lake Co-op	Rorketon Tracy's Insurance Agencies	Snow Lake Cornerview Enterprises Ltd.	Winnipeg Beach Ford's Groceries
Oakbank Family Fare	Souris Souris Valley Foods	Somerset Somerset Lucky Dollar	Winnipegosis Winnipegosis Meat Market
Oakburn Oak-site Foods			Woodlands Studler's Enterprises Inc.
			Woodridge Woodridge General Store

Pour obtenir plus d'information sur la Société des alcools du Manitoba ou des copies imprimées du rapport annuel, veuillez téléphoner au Service des communications au **204-474-5656**. Le rapport annuel de 2008 est également offert en ligne à l'adresse **www.mlcc.mb.ca**.



MLCC

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