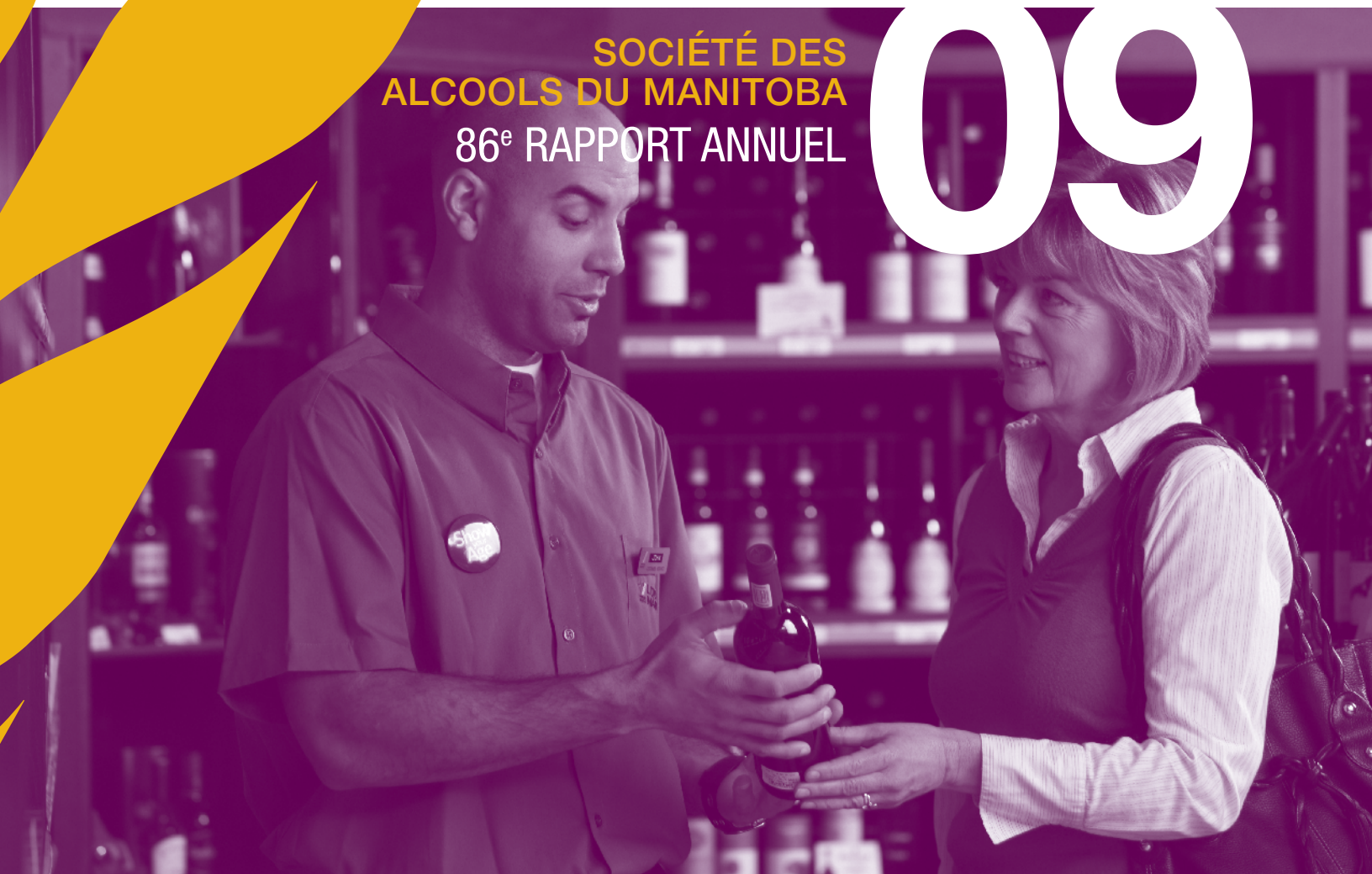


Du 1^{er} avril 2008 au 31 mars 2009



SOCIÉTÉ DES
ALCOOLS DU MANITOBA
86^e RAPPORT ANNUEL

09





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 et agir comme une entreprise socialement responsable.

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.

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 **10**
- Efficacité commerciale **12**
- Qualité du milieu de travail **14**

États financiers **16**

Tableaux et graphiques **28**

Magasins d'alcools **33**

Vendeurs d'alcools **34**

TABLE DES MATIÈRES
86^e RAPPORT ANNUEL

09



GOUVERNANCE, CONSEIL ET COMMISSION

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



CONSEIL DES COMMISSAIRES

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

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

Le Conseil des commissaires comprend dix membres qui sont nommés par le lieutenant-gouverneur en conseil. 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;
- soumission de recommandations au ministre responsable en ce qui a trait à la nomination ou au renvoi du président-directeur général;

- planification de la relève, évaluation du rendement et développement du leadership pour le président-directeur général et les cadres supérieurs;
- approbation de la structure de rémunération normale et de l'ensemble des avantages sociaux de tous les employés de la Société;
- approbation de la politique en matière de communications de la Société.

Le Conseil bénéficie du travail de plusieurs comités :

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

De plus, le Conseil fonctionne dans le cadre d'un règlement intérieur sur la gouvernance bien articulé, qui indique les responsabilités particulières de la présidente et des membres du Conseil, ainsi que les mandats des divers comités.

Un code de conduite d'entreprise oriente également les actions du Conseil et de tous les employés de la Société.

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

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

COMMISSION DES LICENCES

(assis) Vic Wonnacott (président).

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



MESSAGE DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL DES COMMISSAIRES

Au nom DU CONSEIL DES COMMISSAIRES, je suis heureuse de présenter le 86e rapport annuel de la Société des alcools du Manitoba. Le présent rapport présente les réussites de la Société au cours de l'exercice 2008-2009 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.

L'exercice 2008-2009 a été une année de changement pour la Société. Nous avons accueilli deux nouveaux membres au Conseil des commissaires qui offrent une riche variété d'expériences et de nouveaux points de vue. Des modifications ont également été apportées à la direction supérieure où notre initiative pluriannuelle de planification de la relève a donné ses premiers fruits. L'équipe de direction supérieure a accueilli un nouveau directeur, Licences et inspection, et un nouveau dirigeant principal de l'information. Elle a aussi fait ses adieux à deux membres chevronnés, soit Fred Johnston, directeur des ventes au détail, et Don Lussier, président-directeur général.

Le Conseil a réussi à établir d'excellentes relations de travail avec l'équipe de direction supérieure et cela est de bon augure pour l'ensemble de l'organisme. Bien que le changement ne soit jamais facile, nous sommes sûrs que les nouveaux membres de la direction supérieure ont l'expérience et l'expertise nécessaires pour diriger la Société vers une réussite continue à l'avenir.

Sur une base quotidienne, la Société s'efforce d'équilibrer les besoins de ses acheteurs au détail et de ses clients commerciaux et son engagement en faveur de la vente et du service des boissons alcoolisées d'une manière socialement responsable. Au cours de l'exercice 2008-2009, la Société a démontré encore une fois sa capacité de maintien d'un tel équilibre, tout en faisant honneur à ses obligations financières à l'égard du gouvernement provincial et des citoyens du Manitoba.

Exploitée dans le cadre de l'économie stable du Manitoba, la Société a connu du succès en 2008-2009 grâce à sa structure organisationnelle solide et à l'expérience de cadres supérieurs chevronnés qui ont surveillé de près le rendement financier de la Société. Ces facteurs se sont traduits par le meilleur rendement financier de la Société depuis ses débuts il y a 86 ans. Pour mettre un tel rendement en perspective, le résultat net de 229,2 millions de dollars pourrait financer les frais de fonctionnement annuels de quatre hôpitaux communautaires.

Ayant un plan cohérent pour assurer la réussite financière, la Société demeure engagée fermement à jouer son rôle de responsabilité sociale. Le Conseil est fier des nombreux programmes d'information publique élaborés par la Société au cours des dernières années pour aborder des questions liées à l'alcool, telles que l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation foetale (ETCAF), la consommation excessive occasionnelle

d'alcool, la violence dans les bars, les drogues du viol et la consommation d'alcool par les mineurs. En 2008-2009, nous avons demandé aux gestionnaires d'élaborer une nouvelle campagne d'information publique pour aborder la question de la conduite avec facultés affaiblies et, à cette fin, nous avons approuvé une hausse du budget de responsabilité sociale. À titre de mère d'un garçon qui a été frappé par un conducteur ivre et qui a perdu un ami proche dans l'accident, je suis très consciente du fait que la conduite avec facultés affaiblies continue d'exister au Manitoba, malgré l'adoption des lois les plus sévères au pays en matière d'alcool au volant.

L'élaboration d'une campagne d'information exige du temps et de la recherche afin de veiller à ce que le message ne soit pas seulement lu et entendu, mais qu'il incite aussi les gens à modifier leur comportement. Notre nouveau programme, appelé Faisons partie du changement — Mettons fin à l'alcool au volant, sera lancé au cours du premier trimestre de l'exercice 2009-2010. Dans le cadre de la campagne, nous demanderons aux Manitobains de s'engager personnellement et d'échanger leurs idées en vue d'aider à éliminer un comportement insouciant et potentiellement fatal.

Par ailleurs, notre engagement de responsabilité sociale ne s'arrête pas à une annonce ou à un titre d'appel. La Société est socialement responsable dans tous les aspects de ses activités, qu'il s'agisse de refuser une vente à une personne mineure ou de collaborer avec des collectivités pour réduire la surconsommation et le commerce clandestin d'alcool. Ces activités ne sont que quelques exemples de ce qu'a accompli la Société au cours de l'exercice. Dans les pages du présent rapport, vous trouverez d'autres exemples qui démontrent l'engagement continu de la Société à viser l'excellence du service offert aux Manitobains.

Pour conclure, j'aimerais remercier le Conseil des commissaires et la direction supérieure de la Société de leur soutien continu au cours de la dernière année. En particulier, j'aimerais remercier le président-directeur général sortant, Don Lussier, de ses 35 années de dévouement, de leadership et d'inspiration. Je remercie également l'équipe de direction et les employés de la Société de leur engagement continu en faveur de l'organisme et de leurs contributions qui nous ont permis d'obtenir un succès inégalé. Ce sont vos convictions en matière de service exemplaire, alliées à votre engagement en faveur de nos messages de responsabilité sociale, qui font de la Société un lieu de fierté pour nous tous!



CARMEN NEUFELD
présidente du conseil des commissaires



MESSAGE DU PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL

IL ME FAIT PLAISIR D'ANNONCER QUE LA SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU MANITOBA A DÉPASSÉ SES OBJECTIFS FINANCIERS pour l'exercice 2008-2009 en versant **un bénéfice record de 229,2 millions de dollars** au trésor du gouvernement provincial.

L'exercice 2008-2009 marque ma dernière année à titre de président-directeur général et si je reviens sur les neuf dernières années, je trouve de nombreux éléments de réflexion et de célébration. Bien que je sois fier de notre rendement financier au cours des ans, je suis également fier de nos réussites dans d'autres secteurs de nos activités.

Notre engagement en faveur de la responsabilité sociale continue de s'approfondir. Dans des sondages publics, les Manitobains indiquent qu'ils veulent que la Société des alcools veille à ce que les boissons alcoolisées soient vendues d'une manière socialement responsable et qu'ils comptent sur la Société pour le faire. À cette fin, la Société a accru de façon constante le budget de ses programmes de responsabilité sociale et en 2008-2009, le montant par habitant qu'elle a investi dans les programmes et les projets de responsabilité sociale a été le plus élevé au Canada.

Nous avons également fixé des attentes très élevées pour nos employés de première ligne qui assurent quotidiennement la vente responsable des boissons alcoolisées. Des acheteurs professionnels veillent à ce que les employés des magasins d'alcools demandent à toute personne qui semble âgée de moins de 25 ans de présenter une carte-photo d'identité. Je suis fier de déclarer que nos magasins d'alcools ont obtenu une cote de 100 % dans ce domaine en 2008-2009.

Le service à la clientèle est depuis longtemps une marque distinctive des magasins d'alcools et nous avons acquis une très bonne réputation pour offrir un service amical et compétent. Au cours des neuf dernières années, l'achalandage dans nos magasins s'est accru de 30 % et le nombre de clients est passé de six à huit millions de personnes par année. Ce n'est pas la chance qui explique ces chiffres. Nous avons travaillé dur pour veiller à ce que les clients bénéficient du meilleur service possible et d'une expérience d'achat positive lorsqu'ils franchissent les portes d'un magasin d'alcools. Le sondage auprès de la clientèle mené en 2008-2009 indique une cote de satisfaction de 92 % des clients des magasins d'alcools.

L'amélioration continue fait partie des moeurs de la Société des alcools et notre programme d'aménagement des magasins assure que les magasins d'alcools demeurent modernes et pratiques afin de mieux desservir nos clients. Au cours du dernier exercice, nous avons rénové le magasin du centre commercial Madison Square à Winnipeg et nous avons ouvert deux nouveaux magasins, soit un à Brandon et un autre à Steinbach.

Nous avons presque terminé la première étape de notre projet de gestion des documents, qui vise à préciser et à cataloguer nos dossiers. Nous avons aussi poursuivi nos efforts en vue de remplacer un système de terminaux de point de vente périmé. Nous avons renforcé notre engagement en faveur du développement durable en embauchant notre premier coordonnateur du développement durable, en éliminant les sacs en plastique des magasins d'alcools, en réduisant le volume des déchets au siège social et dans les magasins d'alcools et en réduisant la consommation d'énergie au Centre de distribution.

Bien que le volet commercial de notre organisme maintienne sa vitalité et sa croissance, je suis très fier de nos efforts dans les lieux de travail. Pour la troisième année consécutive, la Société a été nommée un des cent meilleurs employeurs au Canada et un des vingt meilleurs employeurs au Manitoba. La Société a créé une culture inclusive qui favorise et soutient la participation des employés à tous les paliers de l'organisation. Nos employés s'engagent en faveur de la réussite de la Société et de l'offre aux Manitobains du meilleur service possible à la clientèle.

En conclusion, j'aimerais remercier tous les employés de la Société des alcools de leur enthousiasme et de leur engagement au cours des neuf dernières années. J'ai apprécié le fait de pouvoir vous diriger. Je remercie également l'équipe de direction supérieure et l'ensemble de l'équipe de gestion de m'avoir soutenu au cours des ans et d'avoir partagé ma passion et ma vision pour la Société. Finalement, j'aimerais remercier le Conseil des commissaires de son soutien inébranlable, de son orientation et de ses conseils au cours des ans. Nos réalisations et nos réussites sont le résultat d'un véritable travail d'équipe. Je suis fier d'y avoir participé et je souhaite à la Société un succès continu au cours des années à venir.

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 2008-2009 qui visent une croissance future.

GROWING FOR THE FUTURE

LA RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE: 229,2 \$ 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 dans les secteurs des soins de santé, de l'éducation, des services sociaux et des projets communautaires. En 2008-2009, nous avons versé un bénéfice record de 229,2 millions de dollars, le plus important de notre histoire!

LA RESPONSABILITÉ SOCIALE:

La responsabilité sociale est intégrée dans toutes les activités de la Société, 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. Nous avons mis en oeuvre des programmes et des initiatives qui visent les questions liées à l'alcool, telles que l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation foetale (ETCAF), la consommation excessive occasionnelle d'alcool, la consommation d'alcool par les mineurs, la violence dans les bars et les drogues du viol.

LE SERVICE À LA CLIENTÈLE:

Ayant acquis une très bonne réputation d'excellence de son service à la clientèle, la Société s'est engagée en faveur de l'éducation et de la formation continue de ses employés et de l'offre d'une gamme étendue de produits dans des magasins bien situés. Au cours du dernier exercice, nous avons ouvert un nouveau magasin d'alcools à Brandon et un autre à Steinbach. Nous avons atteint un total de cinquante magasins dans l'ensemble de la province.

L'EFFICACITÉ COMMERCIALE:

La Société continue de répondre à la demande accrue de ses clients de détail et commerciaux en modernisant son système de terminaux de point de vente dans les magasins d'alcools et en apportant continuellement des modifications technologiques. Ces investissements importants aideront la Société à satisfaire à ses obligations opérationnelles pendant de nombreuses années à venir.

LA 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 2009 pour la troisième année consécutive.

responsabilité financière

BUT :

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

OBJECTIF :

Répondre aux exigences en matière de bénéfice net du gouvernement du Manitoba.

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. En 2008-2009, le bénéfice net a dépassé le montant prévu au budget de près de 1 %.

Bénéfice net ciblé :	227,3 millions de dollars
Bénéfice net réel :	229,2 millions de dollars

L'accroissement du bénéfice net provient du fait que le volume des ventes a dépassé les prévisions budgétaires dans toutes les catégories de produits, à l'exception du vin. En particulier, le volume des ventes de bière a dépassé de beaucoup les prévisions. Les clients ont également payé les spiritueux et les vins moins cher que prévu, mais ils ont payé les panachés et les bières plus cher que prévu. Nous nous attendions à une hausse de prix de nos fournisseurs, mais celle-ci ne s'est pas concrétisée.

L'exercice 2008-2009 a été témoin du maintien de la tendance des clients à acheter des produits de qualité supérieure plus coûteux. Une telle tendance, accompagnée par la stratégie de la Société de concentration des efforts de commercialisation sur les produits de qualité supérieure, s'est traduite par l'obtention d'une part de marché de 67 % par les spiritueux de luxe ou de qualité supérieure. Il s'agit de la part de marché la plus élevée que cette catégorie de produits a atteinte au cours des ans.

Les dépenses administratives ont été inférieures d'environ 5,5 millions de dollars, ou de 8 %, au montant prévu au budget. La Société continue de surveiller les prix appliqués par les autres provinces en vue de devenir concurrentielle avec la Saskatchewan et l'Ontario. En 2008-2009, 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.

Pour la deuxième année consécutive, la Société affichait les prix les plus faibles au pays pour les bières canadiennes.

Spiritueux : catégorie des produits de luxe ou de qualité supérieure

Part du marché	Cible : 61,8 %
	Part réelle : 67,1 %



BÉNÉFICE NET : **229,2 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 :

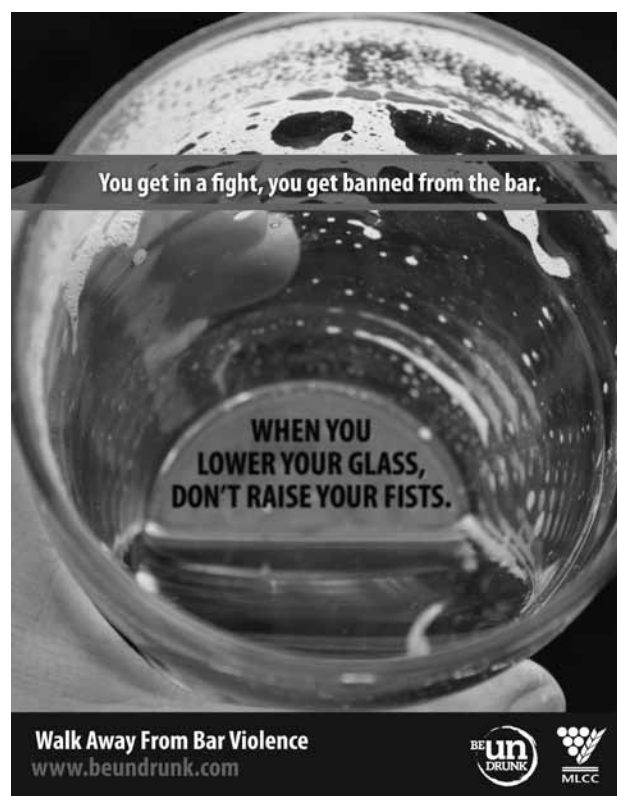
DÉCLAREZ VOTRE ÂGE – La Société des alcools fait la promotion de son programme d'identification par l'âge par le biais d'affiches et de décalcomanies promotionnelles dans les magasins d'alcools et les établissements autorisés. Aux termes du programme, toute personne qui veut acheter des boissons alcoolisées et qui semble être âgée de moins de 25 ans doit présenter une carte-photo d'identité valide.

Pour rehausser la reconnaissance de ses programmes de responsabilité sociale, la Société a adopté une stratégie de marque pour ses nouveaux programmes d'information publique en utilisant le verbe « Soyez » dans leurs noms. Un tel verbe représente un choix positif que les adultes peuvent faire lorsqu'ils consomment des boissons alcoolisées.

SOYEZ L'INFLUENCE – Le programme vise à aider les parents à discuter de la consommation d'alcool avec leurs enfants. Une nouvelle publicité télévisée, un site Web et un livret d'information gratuit ont été utilisés au cours du troisième trimestre de l'exercice.

SOYEZ ENCEINTE SANS ALCOOL – Le message selon lequel l'alcool est la cause unique de l'ensemble des troubles causés par l'alcoolisation foetale (ETCAF) a continué d'être diffusé pendant l'année sur les ondes de la chaîne The Weather Network d'Environnement Canada. De plus, la promotion du programme a pris la forme de publicités télévisées, de publicités imprimées dans des revues ciblées, d'affiches, de pages sur le site Web de la Société, ainsi que de rubans de caisse enregistreuse et de sacs dans les magasins d'alcools.

SOYEZ SOBRE/ÉLOIGNEZ-VOUS DE LA VIOLENCE DANS LES BARS – Pour remplir son engagement à l'égard des recommandations du *Rapport sur la sécurité dans les locaux visés par une licence*, la Société a élaboré des publicités radiophoniques et une affiche pour les établissements autorisés qui proposent le



message suivant : *Éloignez-vous de la violence dans les bars – Soyez sobre.* Les publicités radiophoniques ont été diffusées au cours du deuxième et du troisième trimestres de l'exercice et l'affiche a été distribuée aux établissements autorisés.

FAISONS PARTIE DU CHANGEMENT – METTONS FIN À L'ALCOOL AU VOLANT – Au cours de l'exercice, la Société a élaboré un programme de lutte contre la conduite avec facultés affaiblies qui sera lancé au début de l'exercice 2009-2010.

BOIRE AVEC MÉFIANCE



MLCC

VEUILLEZ BOIRE
AVEC MÉFIANCE

Boire avec méfiance signifie protéger votre consommation contre le viol par une connaissance ou contre la drogue par les habitués de la boîte.

PROCUREZ-VOUS :
BUVEZ :
SURVEILLEZ :

VOTRE PROPRE
CONSOMMATION

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, un comportement responsable en matière de consommation d'alcool. La campagne d'affiches a été lancée par la plupart des régies d'alcool en février 2009. En raison d'une élection provinciale partielle, la Société lancera l'affiche dans les magasins d'alcools au début de l'exercice 2009-2010.

RETOUR À LA MAISON EN TOUTE SÉCURITÉ

Dans le cadre de son engagement envers la responsabilité sociale, la Société commande le programme #TAXI pour les utilisateurs d'un téléphone cellulaire et Opération Nez rouge pendant la période des Fêtes.

SOUTIEN COMMUNAUTAIRE

La Société a continué de soutenir la stratégie pour le centre-ville de Thompson, qui vise le traitement des questions liées à l'alcool dans la ville. En janvier 2009, la Société a réduit le nombre maximum de bouteilles qu'il est possible d'acheter au magasin d'alcools de Thompson et à certains vendeurs d'alcools du Nord afin d'enrayer le commerce clandestin d'alcool. La Société a également maintenu son soutien financier au programme de cueillette des bouteilles de sherry à Thompson et Le Pas.

Le Conseil des commissaires a approuvé un prix minimum pour les contenants de bière d'une portion afin de traiter les questions d'intoxication publique et de consommation d'alcool dans les lieux publics au centre-ville de Winnipeg. Le nouveau prix devrait entrer en vigueur au début de l'exercice 2009-2010.

La Société a soutenu également 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.

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 boisson, les cabarets, les vendeurs de bière et les bars-salons, font l'objet d'inspections plus fréquentes que les établissements où le service des aliments est la principale activité commerciale. Le nombre moyen des inspections effectuées selon tous les genres d'exploitations correspondait au nombre ciblé en 2008-2009.

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 : 27 112

Événements visés par
un permis de vente

Cible : 20 %

Pourcentage réel : 22,6 %

Pourcentage des
inspections sans violation

Cible: 97%

Nombre réel: 97%

NOMBRE DE SÉMINAIRES ÉDUCATIFS :

Établissements visés
par une licence

Cible : 100

Nombre réel : 174*

Salles de banquet et
titulaires de permis

Cible : 80

Nombre réel : 76

*Des séminaires additionnels ont eu lieu pour discuter des infractions à la *Loi sur la réglementation des alcools*.

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 : Tous les magasins de Winnipeg et de Brandon visités ont obtenu une cote de 100 %, à l'exception d'un magasin à une occasion.

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 :	2008-2009 : 294 907 2007-2008 : 231 691*
Refus de service – personnes mineures :	2008-2009 : 14 432 2007-2008 : 13 161*
Refus de service – personnes intoxiquées :	2008-2009 : 9 496 2007-2008 : 8 026*

* Les données indiquées dans le rapport annuel de l'exercice 2007-2008 ont été sous-estimées par erreur.

MODIFICATIONS LÉGISLATIVES :

LOI SUR LA RÉGLEMENTATION DES ALCOOLS

Le projet de loi 19, intitulé *Loi modifiant la Loi sur la réglementation des alcools*, a été proclamé et est devenu loi le 1er août 2008. La *Loi sur la réglementation des alcools* a été modifiée aux fins suivantes :

- permettre au président-directeur général de la Société des alcools d'interdire ou d'arrêter la vente de boissons alcoolisées dans un établissement autorisé pour des motifs d'intérêt public;
- accorder à la Société l'autorité de procéder à une évaluation de la sécurité d'un établissement autorisé et d'exiger des modifications en cas d'incident grave qui se traduit par des blessures ou un décès;
- exiger du titulaire d'une licence pour cabaret qu'il ne permette pas aux clients de rester dans le cabaret plus de 60 minutes après le moment où la vente des boissons alcoolisées doit cesser;
- autoriser les personnes mineures à entrer dans un débit de boisson pour participer à un événement familial approuvé par la Société;
- autoriser le titulaire d'une licence pour établissement sportif à servir des boissons alcoolisées à une personne mineure avec un repas et en présence du parent, conjoint ou tuteur de cette dernière;
- autoriser la Commission des licences à imposer des peines pécuniaires en cas d'infraction à la *Loi sur la réglementation des alcools* ou aux règlements, ainsi que l'annulation ou la suspension d'une licence;

- exiger que tout demandeur de licence pour un nouvel établissement indique dans l'avis public requis les heures entre lesquelles il peut servir des boissons alcoolisées en vertu de la licence demandée au lieu des heures entre lesquelles il a l'intention de servir des boissons alcoolisées;
- autoriser les titulaires de licence à servir à un client un maximum de deux boissons alcoolisées à un moment quelconque, tout en maintenant les restrictions sur la quantité d'alcool qui peut être servie;
- autoriser la vente par une succession ou la vente aux enchères des collections de boissons alcoolisées;
- autoriser les fournisseurs d'alcool à faire don de produits rares ou chers à une association, une société ou un organisme autorisé en vertu de la *Loi sur la validation des œuvres de charité* afin de les vendre aux enchères à des fins caritatives.

RÈGLEMENTS :

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, qui est devenu loi le 12 avril 2009. 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.

Le Règlement du Manitoba n° 177/94 (*Liquor Licensing Regulation*) a été modifié par le Règlement n° 76/2008, qui est devenu loi le 12 avril 2009. 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 à la Société la vérification du casier judiciaire et le rapport sur les antécédents personnels de ce dernier.

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° 139/2008, qui est devenu loi le 13 septembre 2008. Le nouveau règlement met à jour le libellé afin qu'il corresponde aux modifications apportées le 1er août 2008 à la *Loi sur la réglementation des alcools*.

Show your Age
Révélez votre âge

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 validée peut être exigée

MTC

SERVICE À LA clientèle

BUT :

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

OBJECTIFS :

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



RÉSULTATS DES ACTIVITÉS :

SONDAGE PUBLIC SUR LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE :

Cible : 90 %

Résultats :
Winnipeg – 96,8 %
Brandon – 95,5 %
Thompson – 97 %

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

Cible : 90 %

Cotes réelles :
Winnipeg – 86 %
Brandon – 97 %
Régions rurales – 90 %

CROISSANCE DES VENTES DES VENDEURS D'ALCOOLS :

Cible : 2,9 % de moins que
les magasins d'alcools

Pourcentage réel : 0,5 % de moins que
les magasins d'alcools

AMÉNAGEMENT DES MAGASINS D'ALCOOLS :

THE PAS – Le magasin d'alcools a été déménagé et un nouveau magasin a ouvert ses portes le 10 décembre 2008.

BRANDON – Un nouveau magasin d'alcools a ouvert ses portes au Centre Corral le 19 décembre 2008.

STEINBACH – Un nouveau magasin d'alcools a ouvert ses portes le 20 mars 2009.

WINNIPEG:

Le magasin d'alcools du centre Madison Square et le magasin Bottle 'n Cork ont été rénovés. La Société a poursuivi ses discussions et ses plans en vue de l'ouverture d'un nouveau magasin au centre Tyndall Market Mall au cours de l'exercice 2009-2010. Elle a aussi poursuivi ses discussions sur le déménagement d'un magasin avec les centres commerciaux Crestview et Kenaston Crossing.

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.

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 ».



FESTIVALS DES VINS ET DÉGUSTATIONS

COLLECTIVITÉS	MONTANTS RECUEILLIS	RÉCIPIENDAIRES
Brandon (Westman Wine Festival)	13 185 \$	Club Rotary de Brandon (Elspeth Reid Family Resource Centre)
Carman	1 387 \$	Carman Active Living Centre
Dauphin	6 795 \$	Club Rotary de Dauphin
Flin Flon	4 600 \$	Comité Flinty
Gimli	2 255 \$	Club Rotary de Gimli et Westshore Foundation
Neepawa	2 805 \$	Centre culturel Viscount
Pine Falls	4 356 \$	Terrain de jeux de l'école Powerview et club de curling de Pine Falls
Portage la Prairie	3 315 \$	Centre William Glesby
Roblin	2 644 \$	Life & Art Centre
Russell	3 500 \$	Russell Recreation Commission
Swan River	2 355 \$	Swan River Ladies Curling Club
Thompson	4 828 \$	Thompson Community Foundation
Winnipeg	19 947 \$	Flatlander's Spirit Festival en soutien à la Manitoba Moose Yearling Foundation
	41 335 \$	Flatlander's Beer Festival en soutien à la Manitoba Moose Yearling Foundation
	275 000 \$	Festival des vins de Winnipeg en soutien à Jeux Olympiques spéciaux Manitoba

FORMATION SUR LES PRODUITS

Afin de répondre à la demande de cours de formation publics, la Société a construit un deuxième centre de formation et d'éducation lors de la rénovation du magasin d'alcools du centre Madison Square. Les ambassadeurs de produits ont offert 39 cours sur les produits à 481 participants en 2008-2009. Les cours comprenaient des séances de formation à l'intention des conseillers en produits, du personnel des magasins d'alcools et des vendeurs d'alcools, ainsi que des séances sur l'assortiment des produits alcoolisés aux aliments à l'intention du grand public.

En collaboration avec la Serre du parc Assiniboine, les ambassadeurs de produits ont également offert 43 séances d'information sur les produits à 545 personnes.

En janvier 2009, des ambassadeurs de produits de la Société et un conseiller en produits de Brandon ont offert quatre séances d'information sur les produits à Brandon, qui portaient sur le scotch, le vin et les amuse-gueule, le vin et le chocolat et les vins du monde entier.

RECONNAISSANCE DE SERVICES

Pour la deuxième année consécutive, les magasins d'alcools de Winnipeg ont reçu le prix du choix des consommateurs de 2008 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 2008.



AMBASSEDEURS DE PRODUITS
(de g. à dr.) steve moran, carol herntier, sheila nash, jamie jette, gary dawyduk.

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 : 69,2 millions de dollars
Dépenses réelles : 63,7 millions de dollars.

Nota. Les dépenses ont été inférieures de 5,5 millions de dollars, ou 8 %, au montant prévu au budget. Les charges de retraite ont été réduites de 1,8 million de dollars en fonction du dernier rapport actuariel et de 1 million de dollars en raison des intérêts sur les fonds transférés du gouvernement provincial. D'autres économies ont été réalisées en raison de l'ouverture retardée ou reportée de nouveaux magasins et de la mise en oeuvre du nouveau système de terminaux de point de vente.

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.

NOUVEAU PROJET DE TERMINAUX DE POINT DE VENTE (CHEERS)

Un projet visant à remplacer le système vieillissant de terminaux de point de vente de la Société a été lancé au cours de l'exercice 2007-2008 et il se poursuit. À l'heure actuelle, le projet respecte le budget établi, mais on prévoit que sa mise en oeuvre sera retardée jusque vers la fin de l'exercice 2009-2010.

GESTION DES DOCUMENTS

La première étape du projet de gestion, qui a demandé l'établissement d'un inventaire des documents, du flux de l'information et d'un système de classification, a été parachevée à 85 %. Une demande de proposition pour des services de logiciel et de mise en oeuvre a été publiée en mars 2009.

MAGASINS D'ALCOOLS

ÉLÉMENTS MESURÉS

CIBLE

RÉSULTAT

Niveau de service des stocks

94 %

98,8 %

Productivité (unités par heure travaillée)

Winnipeg : 34,5
Régions rurales : 30,5

32,4
29,7

Rotation des stocks
(moyenne mobile sur 12 mois)

Winnipeg : 12,3
Régions rurales : 10,3

11,7*
10

*À Winnipeg, la rotation des stocks a été inférieure à la cible en raison de la distribution hâtive des stocks de Noël importés, de l'accroissement des stocks de bière en raison d'un problème d'approvisionnement avec BDL, de l'accroissement des inscriptions en raison d'une initiative de regroupement et du moment du décompte de fin d'année au Centre de distribution.

SERVICE DES ACHATS ET CENTRE DE DISTRIBUTION

CIBLE

RÉSULTAT

Nombre de caisses manipulées par heure travaillée

28,35

28,32

Rotation des stocks
(moyenne mobile sur 12 mois)

7,5

7,25

Niveau de service des stocks
(produits sur les listes générales)

96 %

97 %

RÉPERTOIRE DES PRODUITS

SPIRITUEUX

Liste générale – 518
Liste des spécialités – 341

VINS

Liste générale – 1157
Liste des spécialités – 1522

BIÈRES

Distribuées par la Société – 79
Distribuées par
les vendeurs privés – 430

BOISSONS RAFFRAÎCHISSANTES (PANACHÉS ET CIDRES)

Liste générale – 69
Liste des spécialités – 9

Total des produits actifs au 31 mars 2009 : 4 125



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 2008-2009 :

- Un coordonnateur du développement durable a été embauché pour superviser et gérer toutes les initiatives de développement durable de la Société.
- La Société a cessé d'utiliser des sacs en plastique dans les magasins d'alcools pour empêcher ainsi la mise en décharge au Manitoba d'un nombre estimatif de 2,8 millions de sacs. En plus d'utiliser des sacs en papier et de tissu, la Société a proposé un « envirosac » en polypropylène réutilisable qui a été bien accueilli par les clients.
- La Société a mis en oeuvre un plan de gestion des déchets qui visait le détournement de 80 % des déchets en novembre 2009. Le plan comprenait l'élimination des produits en mousse de polystyrène.
- Environ 2 500 livres de déchets électroniques ont été détournées des décharges grâce à des dons et au recyclage des appareils électroniques.
- La Société a mis en oeuvre un programme de recyclage des piles.
- La Société a étendu la gamme des vins certifiés équitables qu'elle offre dans les magasins d'alcools.
- Des stratégies de bâtiment écologique ont été intégrées grâce à l'installation de toilettes à double chasse et d'appareils d'éclairage éconergétiques dans les magasins d'alcools et au siège social de la Société.
- Les appareils d'éclairage du Centre de distribution ont été remplacés par des ampoules T-5 éconergétiques.

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 2008-2009, LA SOCIÉTÉ A SOUTENU LES ORGANISMES SUIVANTS :

Société Alzheimer;
Fondation du collège communautaire Assiniboine;
Brandon Wheat Kings;
Action cancer Manitoba;
Central Speech and Hearing Clinic;
Institut national canadien pour les aveugles;
Dauphin's Country Fest;
Festival du Voyageur;
Folklorama;
Gimli Film Festival;
Habitat pour l'humanité;
Fondation des maladies du coeur;
Manitoba Moose;
Musée du Manitoba;
Osborne House;
Portage la Prairie - Island of Lights;
Riverview Health Foundation;
Royal Winnipeg Ballet;
SCE Lifeworks;
Jeux Olympiques spéciaux Manitoba;
Centraide;
Fondation de l'hôpital général Victoria;
Winnipeg Blue Bombers;
Winnipeg Folk Festival;
Winnipeg Fringe Festival;
Winnipeg Goldeyes;
Winnipeg Harvest;
Winnipeg Humane Society;
Winnipeg Symphony Orchestra.

GESTION DES RISQUES DE L'ENTREPRISE

La Société a organisé une séance de planification stratégique en vue de lancer une initiative de gestion des risques de l'entreprise et elle a élaboré un plan d'action qui doit être mis en oeuvre au cours de l'exercice 2009-2010.

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.

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, souples et capables d'assumer de nouvelles responsabilités.
3. Établir 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 :

- programme de perfectionnement des gérants de magasin;
- cours de connaissance de base sur le vin;
- cours sur les produits pour un certificat supérieur;
- séminaires sur les fournisseurs de vin et de spiritueux à l'intention du personnel de vente de détail et des ambassadeurs de produits;
- formation à l'intervention non violente en situation d'urgence;
- formation sur le service responsable (programme It's Good Business);
- séances de sensibilisation à la sécurité, à la vie privée et à la divulgation d'actes répréhensibles;
- séances sur l'amélioration de l'efficacité (Working Smart);
- sensibilisation à la sécurité et à l'hygiène du travail;
- sécurité du dos;
- rédaction de textes administratifs;
- cours professionnel pour les manipulateurs d'aliments;
- programme de formation sur la bière du Canadian Malting Barley Technical Centre (CMBTC);
- séminaires de formation sur les produits pour les vendeurs d'alcools et les magasins d'alcools ruraux;
- séances de formation pour le personnel des nouveaux magasins d'alcools (Brandon et Steinbach).

FAIRE CONNAÎTRE LE PLAN STRATÉGIQUE

Les gestionnaires ont poursuivi leurs discussions avec le personnel au sujet du rôle et de la contribution des employés au plan stratégique. De plus, ils ont eu des réunions avec le personnel pour discuter des valeurs de la Société et de leur application dans les activités quotidiennes. Les résultats d'un questionnaire sur l'engagement des employés ont indiqué que les discussions ont été profitables pour assurer que les employés comprennent leur apport à la réussite de la Société.

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. Au cours de l'exercice 2008-2009, la Société a établi un partenariat avec la Corporation manitobaine des loteries en vue d'étendre le programme de stages des Autochtones.

AUTOCHTONES EMBAUCHÉS OU PROMUS :

Cible : 8

**Nombre réel : 3 stagiaires autochtones embauchés;
6 employés autochtones promus..**

PRIX DE RECONNAISSANCE

En 2008-2009, pour la troisième année consécutive, la Société a été nommée un des cent meilleurs employeurs au Canada et un des vingt meilleurs employeurs au Manitoba.

SANTÉ ET MIEUX-ÊTRE

La Société a relancé un programme de mieux-être des employés au début de l'exercice 2008-2009. Les éléments du programme comprenaient des activités de conditionnement physique et une journée du mieux-être qui visaient la promotion d'une bonne nutrition et de la prévention des blessures.

ANALYSE DES RISQUES PROFESSIONNELS

La Société a poursuivi des analyses des risques professionnels dans les Services de vente au détail, au Centre de distribution et dans le Service de contrôle de la qualité et le Service des inspections. Des initiatives en matière de santé et d'hygiène du travail ont été mises en oeuvre dans les Services d'entretien, y compris l'élaboration d'un programme de sécurité des entrepreneurs.

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT DU LEADERSHIP

La Société a mis en oeuvre son programme de perfectionnement des cadres intermédiaires et a présenté deux séances sur le leadership.

PROGRAMME DE BOURSES D'ÉTUDES

Aux termes du programme de bourses d'études de la Société annoncé au cours de l'exercice 2007-2008, quatre bourses d'études universitaires ont été accordées aux enfants des employés de la Société.



GAGNANTS DES PRIX DE DISTINCTION DE 2008-2009
(de g. à dr.) Karen Greenhill, prix de la réussite suprême; Sandi Masserey, prix d'excellence du service à la clientèle; Margaret Mushumanski, prix du service communautaire.

PRIX DE DISTINCTION

En 2008-2009, la Société a mis en oeuvre 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. Trois employés de la Société ont reçu un prix de distinction lors de la conférence des gestionnaires de septembre 2008.



INSTALLATIONS

Les travaux de rénovation des zones administratives du siège social (2e étage) ont été presque achevés. La rénovation de la cafétéria a été reportée à l'exercice 2009-2010.

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 2008-2009. La Société n'a aucune divulgation à signaler pour l'exercice 2008-2009.

MANAGEMENT REPORT

MARCH 31, 2009

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

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



D.V. LUSSIER
President & Chief Executive Officer



INGRID LOEWEN
Chief Financial Officer

To the Board of Commissioners of
The Liquor Control Commission

We have audited the balance sheet of **The Liquor Control Commission** [an Agency of the Government of the Province of Manitoba] as at March 31, 2009 and the statements of income and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of The Liquor Control Commission's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

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

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of The Liquor Control Commission as at March 31, 2009 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Chartered Accountants

Winnipeg, Canada
May 8, 2009

BALANCE SHEET [IN THOUSANDS OF DOLLARS]

AS AT MARCH 31

	2009 \$	2008 \$
ASSETS		
Current		
Cash and cash equivalents	9,273	10,024
Accounts receivable	22,066	21,669
Inventory [note 6]	35,779	34,052
Prepaid expenses	944	972
Total current assets	68,062	66,717
Cash [restricted] [notes 10 and 11]	46,284	45,271
Property and equipment, net [note 9]	27,151	23,117
	141,497	135,105
LIABILITIES		
Current		
Accounts payable - trade and other	41,394	36,596
Current portion of obligation under capital lease	61	—
Goods and Services Tax payable	994	1,029
Manitoba Retail Sales Tax payable	1,381	1,398
Net profit payable to the Province of Manitoba	42,563	41,141
Environmental Protection Tax payable	133	135
Deferred licence fees	292	351
Total current liabilities	86,818	80,650
Obligation under capital lease	146	—
Provision for employee pension benefits [note 10]	51,213	51,124
Provision for retirement allowances [note 11]	3,320	3,331
	141,497	135,105

See accompanying notes

On behalf of the Commission:



Chair of the Board



Chair of the Audit Committee



President and Chief Executive Officer



Chief Financial Officer

STATEMENT OF INCOME [IN THOUSANDS OF DOLLARS]
 YEAR ENDED MARCH 31

09

	2009 \$	2008 \$
Sales [schedule]	583,763	554,769
Cost of sales [schedule]	295,522	279,543
Gross profit [schedule]	288,241	275,226
Other income [note 7]	4,591	4,978
	292,832	280,204
General and administrative expenses [note 8]	60,355	58,328
Depreciation	3,313	2,666
Net profit paid or payable to the Province of Manitoba	229,164	219,210

See accompanying notes

STATEMENT OF CASH FLOWS [IN THOUSANDS OF DOLLARS]

YEAR ENDED MARCH 31

	2009 \$	2008 \$
OPERATING ACTIVITIES		
Cash receipts		
Sales - spirits, wine, coolers/ciders and beer	582,252	554,026
Annual and supplementary licence fees and other	6,130	3,798
Goods and Services Tax	29,653	32,641
Manitoba Retail Sales Tax	19,619	18,505
Manitoba Waste Reduction and Prevention Levy	490	485
Environmental Protection Tax	1,983	1,943
	640,127	611,398
Cash disbursements		
Purchases - merchandise, federal duty, excise and sales taxes, etc.	292,639	283,973
General and administrative expenses	61,440	55,997
Goods and Services Tax	29,687	33,791
Manitoba Retail Sales Tax	19,636	18,411
Manitoba Waste Reduction and Prevention Levy	491	485
Environmental Protection Tax	1,985	1,941
	405,878	394,598
Net cash available from operating activities	234,249	216,800
INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of property and equipment	(7,258)	(11,206)
Net cash available for transfer	226,991	205,594
TRANSFERS TO PROVINCE OF MANITOBA		
Current year's net profit	186,601	178,069
Prior year's net profit	41,141	24,644
	227,742	202,713
Net increase (decrease) in cash and cash equivalents during the year	(751)	2,881
Cash and cash equivalents, beginning of year	10,024	7,143
Cash and cash equivalents, end of year	9,273	10,024

See accompanying notes

SCHEDULE OF SALES, COST OF SALES AND GROSS PROFIT [IN THOUSANDS OF DOLLARS]
YEAR ENDED MARCH 31

09

	Spirits \$	Wine \$	Coolers/ ciders \$	Beer \$	Total \$
SALES					
Stores	141,734	84,375	13,009	40,462	279,580
Liquor vendors	35,813	9,415	3,758	5,906	54,892
Licensees	20,436	5,177	1,949	208,369	235,931
Speciality wine stores	33	13,257	70	—	13,360
Total sales for 2009	198,016	112,224	18,786	254,737	583,763
Total sales for 2008	189,932	105,656	17,110	242,071	554,769
COST OF SALES					
Total cost of sales for 2009	78,550	51,568	8,832	156,572	295,522
Total cost of sales for 2008	75,018	48,135	8,006	148,384	279,543
Gross profit for 2009	119,466	60,656	9,954	98,165	288,241
Gross profit for 2008	114,914	57,521	9,104	93,687	275,226

See accompanying notes

NOTES TO FINANCIAL STATEMENTS [IN THOUSANDS OF DOLLARS]

YEAR ENDED MARCH 31

1. NATURE OF ORGANIZATION

The Liquor Control Commission [the “MLCC”] was formed in 1923 as an agency of the Government of Manitoba under *The Liquor Control Act*. The MLCC’s mandate is to purchase, sell and regulate alcoholic beverages; to determine locations for retail liquor outlets; to licence and regulate facilities used by the consuming public; to provide revenue to the Province of Manitoba from the activities of the MLCC; and to do all such things necessary to effect the provisions of *The Liquor Control Act*.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

- [a] Cash and cash equivalents include cash on hand, balances with banks and outstanding electronic fund transactions forwarded to banks.
- [b] Cash and cash equivalents [restricted] consist of cash balances held in a trust account which has been advanced by the Province of Manitoba to fund employee pension and retiring allowances benefits.
- [c] Accounts receivable include electronic fund transactions to be forwarded to banks after March 31.
- [d] Inventories of goods for resale are valued at the lower of average cost and net realizable value.
- [e] Revenue is recognized at the time the product is shipped, title passes, the sales price is fixed and determinable, and collectibility is reasonably assured.
- [f] Property and equipment are recorded at cost less accumulated depreciation. Depreciation is provided on the declining balance basis at the following annual rates:

Automobiles	30%
Equipment and furnishings.....	20%
Paving	8%
Systems development.....	30%

Leasehold improvements are depreciated on a straight-line basis over the remaining term of the lease or a minimum of five years.

Buildings are depreciated on a straight-line basis over 40 years.

Equipment under capital lease is depreciated on a straight-line basis over the term of the lease.

- [g] Substantially all of the employees of the MLCC are eligible for pension benefits based on length of service and average annualized earnings calculated on the best five years prior to retirement, termination, or death that provides the highest earnings. Pension costs, included in salaries, benefits and pension costs, consist of the employer’s share of pension benefits paid to retired employees, as well as the increase in unfunded pension liabilities during the fiscal year. This liability is determined actuarially every three years with the balances for the intervening years being determined by formula provided by the actuary as detailed in note 10. Actuarial gains and losses are recognized in income immediately as detailed in note 10.

- [h] In preparing the MLCC's financial statements, management is required to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities and the disclosure of contingent assets and liabilities at the date of the financial statements and reported amounts of revenue and expenses during the period. Actual results could differ from these estimates.
- [i] The MLCC's financial assets and financial liabilities are measured as follows:
- Cash and cash equivalents are classified as held for trading and measured at fair value. The gains or losses arising on the revaluation to fair value at the end of the period are included in net income.
- Accounts receivable are classified as loans and receivables and recorded at cost, which upon initial recognition is equal to their fair value. Subsequent measurements are recorded at amortized cost using the effective interest method.
- Accounts payable, obligation under capital lease, net profit payable to the Province of Manitoba, and other taxes payable are classified as other financial liabilities and are initially measured at their fair value. Subsequent measurements are recorded at amortized cost using the effective interest rate method.
- It is management's opinion that the MLCC is not exposed to significant interest rate, currency, liquidity, or credit risks arising from these financial instruments. The fair values of the MLCC's financial instruments approximate their carrying value unless otherwise stated due to the short period between initial recognition and subsequent settlement.

3. CHANGES IN ACCOUNTING POLICIES

Effective April 1, 2008, the MLCC prospectively adopted the Canadian Institute of Chartered Accountants ["CICA"] Section 1535, "Capital Disclosures", Section 3862, "Financial Instruments – Disclosures", Section 3863, "Financial Instruments – Presentation", and Section 3031, "Inventories".

The adoption of Section 1535 resulted in additional disclosure requirements in presenting management's policies and processes, both qualitatively and quantitatively, for defining and managing its capital. These disclosures are included in note 5.

Section 3862 and Section 3863 enhance the existing disclosures for financial instruments. In particular, Section 3862 focuses on the identification of risk exposures and the MLCC's approach to management of these risks, as further discussed in note 4.

Section 3031 replaces the previous inventories standard and provides guidance on the determination of cost, including any write-down to net realizable value. The adoption of this section did not impact the MLCC's financial statements.

Effective April 1, 2008, the MLCC prospectively adopted the amended CICA Section 1400, "General Standards of Financial Statement Presentation". This section requires that management assess the entity's ability to continue as a going concern and to disclose material uncertainties related to the going concern basis of presentation. The application of this section did not impact the MLCC's financial statements.

4. FINANCIAL INSTRUMENTS

Interest on restricted cash of \$1,013 is restricted for payment of future pension liabilities and retirement allowances and is recorded as a recovery of pension costs in general and administrative expenses. Interest on obligation under capital lease is included in general and administrative expenses.

CREDIT RISK

Accounts receivable are all current at year end and were fully collected subsequent to year end. Therefore no allowance for uncollectible accounts was accrued by management. Accounts receivable are written-off when management determines that they cannot be collected or they have been outstanding for greater than 120 days.

LIQUIDITY RISK

Liquidity risk is mitigated by collection terms on accounts receivable being set at less than or equal to the payment terms of accounts payable. All accounts payable are due within 30 days of year end. See note 12 for details of other contractual obligations and their maturities.

FOREIGN CURRENCY RISK

The MLCC is exposed to currency risk through inventory purchase transactions that require settlement in foreign currencies. Exposure to fluctuations in exchange rates is mitigated by the policy of adjusting purchase or selling prices to maintain the profit margin approved by the Board of Commissioners.

5. CAPITAL DISCLOSURES

In managing capital, the MLCC focuses on cash and cash equivalents available for operations. The MLCC's objectives are to have sufficient liquid resources available for operations, to provide flexibility to take advantage of opportunities that will advance its purposes and to meet its obligation to transfer its net income 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. As at March 31, 2009, the MLCC has met its objective of having sufficient liquid resources to meet its current obligations.

6. INVENTORY

Inventory consists of the following:

	2009	2008
	\$	\$
Warehouse	23,743	23,377
Stores	12,036	10,675
	35,779	34,052

The amount of unpaid and unrecorded Customs and Excise duties on owned merchandise held in bond is approximately \$3,550 at March 31, 2009 [2008 - \$3,858].

7. OTHER INCOME

Other income consists of the following:

	2009	2008
	\$	\$
Annual licence fees and licence application fees	1,105	590
AIR MILES® revenue	927	766
Advertising revenue – other	782	780
Occasional permit additional fees	559	581
Miscellaneous	451	717
Administration charges	317	305
Occasional permit fees	229	237
Border point fee	154	159
Supplementary licence fees	41	816
Specialty wine store fees	26	27
	4,591	4,978

8. GENERAL AND ADMINISTRATIVE EXPENSES

General and administrative expenses consist of the following:

	2009	2008
	\$	\$
Salaries, benefits and pension costs <i>[note 10]</i>	36,677	35,253
Leased premises – rentals <i>[note 12]</i>	6,374	5,854
Maintenance and repairs	2,692	2,558
Bank charges	1,930	1,502
Delivery charges	1,806	1,651
Utilities	1,453	1,355
AIR MILES® program	1,182	1,096
Equipment rentals <i>[note 12]</i>	969	1,076
Alcohol education	792	720
Printing, postage and supplies	723	789
Miscellaneous	701	500
Protective services	682	607
Grants in lieu of taxes	665	581
Health and Post Secondary Education Tax levy	651	606
Professional fees	600	879
Staff training	552	461
Advertising and promotions	452	432
Community support	442	1,450
Travel	369	339
Communications	242	239
Vehicle expenses	212	212
Crown Corporations Council levy	97	78
Product analysis	72	90
Interest – long-term	20	—
	60,355	58,328

9. PROPERTY AND EQUIPMENT

Property and equipment consist of the following:

	Cost	2009 Accumulated Depreciation	Net Book Value
	\$	\$	\$
Land	123	—	123
Automobiles	655	388	267
Equipment and furnishings	10,303	5,480	4,823
Paving	419	152	267
Systems development	12,203	9,135	3,068
Leasehold improvements	10,337	4,795	5,542
Buildings	16,972	4,113	12,859
Equipment under capital leases	252	50	202
	51,264	24,113	27,151

		2008	
	Cost	Accumulated Depreciation	Net Book Value
	\$	\$	\$
Land	123	—	123
Automobiles	617	368	249
Equipment and furnishings	8,214	4,778	3,436
Paving	326	133	193
Systems development	10,931	8,026	2,905
Leasehold improvements	9,187	4,018	5,169
Buildings	14,819	3,777	11,042
	44,217	21,100	23,117

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 Civil Service Superannuation Board. An actuarial valuation of the provision for employee pension benefits was conducted by Ellement & Ellement Ltd. Consulting Actuaries as at December 31, 2007. The service to date projected benefit method was used and the liabilities have been extrapolated to March 31, 2009 using a formula provided by the actuary.

	2009	2008
	\$	\$
Accrued benefit liability, beginning of year	51,124	48,844
Gain based on 2007 actuarial report	(1,956)	—
Benefits accrued	1,572	1,506
Interest accrued on benefits	3,453	3,416
Benefits paid	(2,658)	(2,423)
Manitoba Finance matching pension contributions	(322)	(219)
Accrued benefit liability, end of year	51,213	51,124
Pension expense	5,025	4,922
Employee contributions	1,509	1,393
Employer contributions	2,980	2,642

The pension expense consists of benefits accrued of \$1,572 [2008 - \$1,506] and interest accrued on benefits of \$3,453 [2008 - \$3,416].

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

	2009	2008
	%	%
Expected long-term rate of return	6.50	6.50
Inflation	2.50	2.50
Rate of future compensation increases	4.25	4.25

In addition, post retirement indexing is at 1.67%.

The amount of the long-term provision for employee pension benefits of \$40,731 as at March 31, 2003, has been funded by the cash advanced by the Province of Manitoba. The funds are held in a trust account and are recorded as restricted cash [note 2[b]].

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 Province of Manitoba.

The amount of the opening provision for retirement allowances as at April 1, 1998 of \$3,165 has been funded by the cash advanced by the Province of Manitoba. The funds are held in a trust account and are recorded as restricted cash [note 2[b]].

12. COMMITMENTS

[a] The MLCC leases 44 buildings. Leases have expiry dates ranging from 2009 to 2028.

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

Year ending March 31	\$
2010	4,322
2011	3,757
2012	3,402
2013	3,247
2014	3,088
Thereafter	17,483
	<hr/> 35,299

[b] The MLCC leases computer equipment. Leases on this computer equipment have expiry dates ranging from 2009 to 2011.

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

Year ending March 31	\$
2010	597
2011	294
	<hr/> 891

[c] The MLCC entered into a contract for software, hardware and implementation services associated with the installation of a new point of sale system. The balance of the contractual obligation to be paid in 2010 is \$1,545.

13. COMPARATIVE FIGURES

The comparative financial statements have been reclassified from statements previously presented to conform to the presentation of the current year's financial statements.

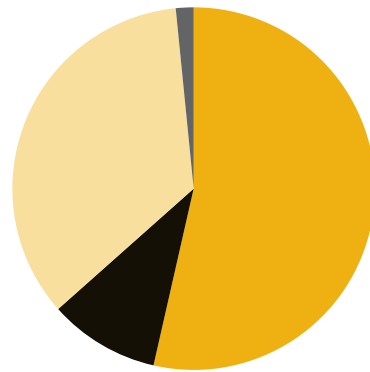
CHARTS AND GRAPHS

\$229.2 MILLION FOR MANITOBANS



■ Federal Gov't	\$53.0	9%
■ Merchandise	\$242.50	41%
■ Operating Expenses	\$63.7	11%
■ Provincial Gov't	\$229.2	39%

RETAIL OUTLETS



■ MLCC Liquor Marts	50
■ Private Liquor Vendors/ Duty Free Stores	177
■ Specialty Wine Stores	8
■ Private Beer Vendors	271

Additional payments to the Province (in millions)

Retail Sales Tax – \$ 19.6

Environmental Protection Tax – \$2.0

Waste Reduction & Prevention Tax – \$0.5

Additional payments to the Federal Government (in millions)

Goods and Services Tax – \$29.7

VOLUME SALES (MILLIONS OF LITRES)

	Beer	Spirits	Wine	Coolers/Ciders
2005	70.6	6.3	7.4	2.7
2006	74.2	6.4	7.7	2.6
2007	78.0	6.5	8.2	2.6
2008	79.0	6.7	8.7	2.7
2009	80.4	6.9	9.0	2.8

PRODUCT \$ SALES (IN MILLIONS)

	Beer	Spirits	Wine	Coolers/Ciders
2005	215	164	78	16
2006	215	170	87	15
2007	229	179	97	16
2008	242	190	106	17
2009	255	198	112	19

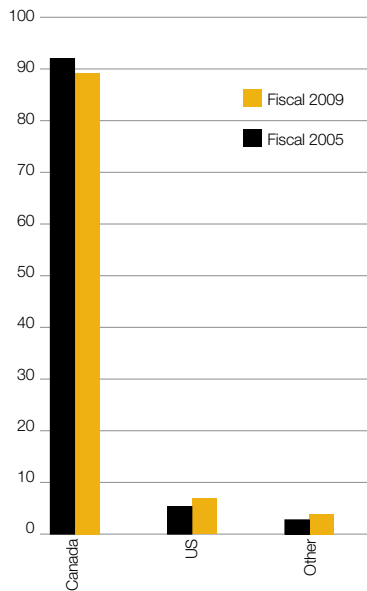
PER CAPITA CONSUMPTION (IN LITRES)

	Beer	Spirits	Wine	Coolers/Ciders
2005	79.9	7.1	8.4	3.1
2006	83.5	7.2	8.7	2.9
2007	87.1	7.3	9.2	2.9
2008	87.5	7.4	9.6	3.0
2009	88.0	7.5	9.8	3.1

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

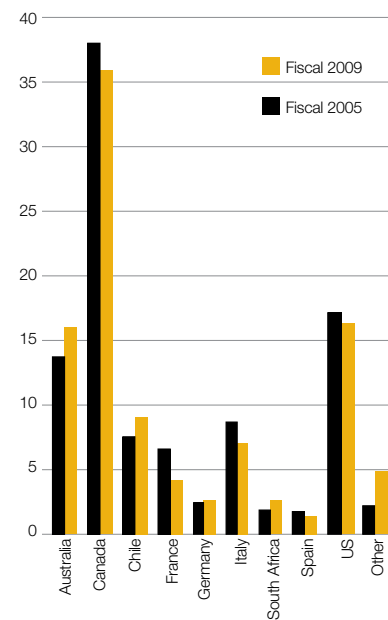
BEER SALES BY COUNTRY

Fiscal 2005 and Fiscal 2009 (%)



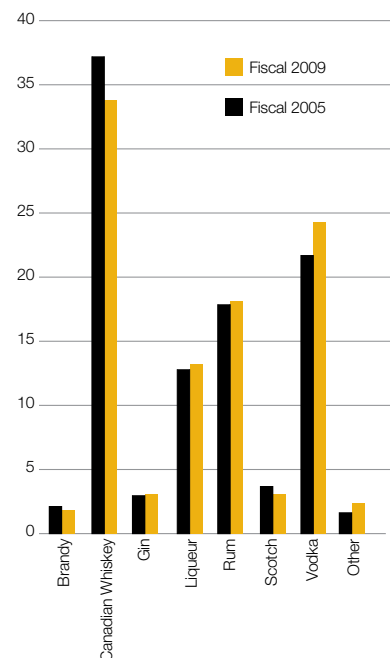
WINE SALES BY COUNTRY

Fiscal 2005 and Fiscal 2009 (%)



SPIRIT SALES BY TYPE

Fiscal 2005 and Fiscal 2009 (%)



INSPECTIONS, INVESTIGATIONS AND EDUCATIONAL SEMINARS

	2005	2006	2007	2008	2009
LICENSED PREMISES					
Licensee visits	25,858	23,775*	25,097	26,110	27,112
Licensee requests for service	855	942	1,171	997	1069
Final Inspections	186	234	246	259	256
Application for licence	170	146	143	153	109
Licensees education sessions	84	111	146	100	174
Total	27,153	25,208	26,803	27,619	28,720
OCCASIONAL PERMITS					
Inspections while in progress	1,576	1,664	1,783	1,582	1,501
Investigations prior to issue	1,415	1,617	1,844	1,838	2,111
Education of hall owners/permittees/public	62	88	73	56	76
Inspection of new banquet halls	55	191**	241**	236	233
Total	3,108	3,560	3,941	3,712	3,921
PUBLIC INVESTIGATIONS					
Photo ID	884	593	593	880	1,151
Public Complaints	442	382	309	384	313
Total	1,326	975***	902***	1,264	1,464

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

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

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

NUMBER OF HOTEL REGISTRATIONS & LICENCES

Class of Licence	2005	2006	2007	2008	2009
Hotel Registration	322	318	312	300	301
Retail	297	292	289	275	277
Beverage Room	271	267	262	252	249
Dining Room	1,138	1,148	1,143	1,132	1,116
Transportation	11	11	9	8	8
Cocktail Lounge	466	475	471	483	412
Cabaret	24	26	26	29	30
Spectator Activities	38	40	42	44	45
Private Club	263	262	260	252	252
Canteen	15	15	15	15	15
Sports Facility	151	152	147	151	142
Manufacturer's	37	21	22	22	20
Totals	3,033	3,027	2,998	2,963	2,867

RECOMMENDED DISCIPLINARY ACTION

	2005	2006	2007	2008	2009
Licensees:					
Administrative					
- warning letters	80	214	259	248	273
- meetings with Manager, Inspection Services	19	14	41	40	44
Total	99	228	300	288	317
Board					
- disciplinary hearings	29	33	49	29	29
- appeal hearings	3	8	11	1	5
Board Action					
- warnings	5	4	3	3	5
- suspensions	20	26	42	25	21
- cancellations	0	2	1	0	1
- other	1	2	4	2	2
Total	26	34	50	30	29
Total days suspended	119*	67	106	70	38

Note: Board actions may not equal number of hearings due to appeals carried forward to next fiscal year, or more than one action taken at a hearing.

Permittees/Hall Owners:

Administrative

- warnings	12	13	6	6	4
- suspension of privileges	1	2	1	1	8
Total	13	15	7	7	12

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

Breaches of *The Liquor Control Act* are dealt with through a process of progressive discipline.

- Cautions - usually given where there is no previous record (which include educating licensees regarding breach)
- Warning Letter - usually given where there is a record of operation and the breach is of a less serious nature
- Meeting with Manager, Inspection Services - to discuss solutions to the problem
- Licensing Board Hearing - Usually for breaches of a more serious nature. Appeals are heard by Board of Commissioners

These disciplinary actions form part of a licensee's record of operation.

Breaches of *The Liquor Control Act* by banquet hall operators and occasional permit holders are normally handled by administration of the Commission.

PROFIT AND EXPENSE RATIOS (IN THOUSANDS)

Fiscal Year Ending March 31

	2005	2006	2007	2008	2009
Sales	472,134	486,734	521,380	554,769	583,763
Gross Profit	229,842	243,526	259,822	275,226	288,241
Net Profit	185,273	196,238	207,944	219,210	229,164
General and Administrative Expenses	46,706	50,279	53,934	58,328	60,355
Depreciation	2,449	2,448	2,583	2,666	3,313
Gross Profit as % of Sales	48.7%	50.0%	49.8%	49.6%	49.4%
Net Profit as % of Sales	39.2%	40.3%	39.9%	39.5%	39.3%
General and Administrative Expenses as % of Sales	9.9%	10.3%	10.3%	10.5%	10.3%

OCCASIONAL PERMITS ISSUED

	2005	2006	2007	2008	2009
Liquor Sold	7,468	7,102	7,020	6,796	6,607
Liquor Complimentary	4,356	4,360	4,316	4,443	4,290
Total	11,824	11,462	11,336	11,239	10,897

MAGASINS D'ALCOOLS

Les 50 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
Centre Corral (805, 18^e Rue N.)

CARMAN

3, avenue Centre Ouest

CHURCHILL

203, avenue Laverendrye

DAUPHIN

130, 1^{re} Avenue Nord-Ouest

FLIN FLON

26, rue Hapnot

GIMLI

52, rue Centre

KILLARNEY

516, avenue Broadway

LAC DU BONNET

99, 2^e Avenue

LE PAS

249, avenue Fischer

MINNEDOSA

16, 2^e Avenue Nord-Ouest

MORDEN

331, Rue North Railway

NEEPAWA

393, avenue Mountain

PINE FALLS

17, rue Pine

PORTAGE LA PRAIRIE

300, avenue Saskatchewan

ROBLIN

124, rue Main Ouest

RUSSELL

202, avenue Shell River Nord

SELKIRK

377, rue Main

STEINBACH

118, RPGC 12 Nord

SWAN RIVER

716, rue Main

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 Grant Avenue

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 existantes. Le Manitoba compte présentement 170 vendeurs d'alcools.

Alexander

Stahl's Food Mart

Alonsa

Zdan Family Store

Altona

Altona Cleaners Ltd.

Anola

Anola Lucky Dollar

Arborg

Arborg Pharmacy

Argyle

Meridian Trail General Store

Ashern

Ashern Pharmacy

Austin

J & J Grocery

Baldur

Baldur Variety Store

Belmont

Belmont Hardware

Benito

Benito Pharmasave

BFC Shilo

Canex Super Mart

Big Whiteshell Lake

Big Whiteshell Lodge (2000) Inc.

Birch River

Birchwood Grocery

Bird River

Tall Timber Lodge Ltd.

Birds Hill

Birds Hill Store

Birtle

Birtle Pharmacy

Boissevain

Hazlewood Enterprises

Brunkild

Rawleigh's Store

Bruxelles

Marginet's Grocery & Hardware

Camperville

McKay Grocery

Carberry

Spud City Food Mart Ltd.

Cartwright

Cartwright Health Centre

Clandeboye

Clandeboye Store

Clearwater Lake

Wally's Place

Cowan

Kolisnyk's General Store

Cranberry Portage

Streamer Hardware

Crystal City

Rock Lake Beach Store 2008

Cypress River

Cypress River Lucky Dollar

Deloraine

Myrna's Fabric Boutique

Dominion City

Dominion City Food Town

Dugald

Dugald Convenience Store

Elgin

Mack & Sydney's

Elie

Elie Grocery Store

Elkhorn

Twin Valley Co-op Ltd.

Elm Creek

Elm Creek Co-operative
Oil & Supplies Ltd.

Elma

Elma Country Store

Emerson

Emerson Bigway

Erickson

Mountain Park Pharmacy

Eriksdale

Eriksdale Shop Easy

Ethelbert

Bird's Corner Store

Falcon Lake

Lumber One Building Supplies

Fisher Branch

Fisher Branch Health Centre

Fraserwood

J & J Store

Garson

Garson Grocery Ltd.

Gilbert Plains

Gilbert Plains Pharmacy

Gillam

Trappers Shack

Gladstone

Gladstone Pharmacy

Glenboro

Glenboro Pharmacy Ltd.

Glenella

Preisntanz's General Store

Glenora

Glenora Mall

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

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

Pour obtenir plus d'information sur la Société des alcools du Manitoba ou des copies imprimées du rapport annuel, veuillez communiquer avec le Service des communications en composant le **204-474-5656**. Le rapport annuel de l'exercice 2008-2009 est également offert en ligne à l'adresse **www.mlcc.mb.ca**.



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

www.mlcc.mb.ca