



RAPPORT ANNUEL

2017-2018





CONSEIL D'ADMINISTRATION

Rachelle Gagnon,
présidente du conseil

Jocelyne Hachey,
administratrice

Joanne Bérubé-Gagné,
administratrice

Mike Jenkins,
administrateur

Arthur Doyle,
administrateur

Brian Harriman,
président et chef de la direction

Pierre LaFrance,
administrateur

Louella Woods,
administratrice

Amanda Tower,
secrétaire du conseil

CADRES SUPÉRIEURS

Brian Harriman,
président et chef de la direction

Reid Estey,
vice-président, Personnel et Culture

Bradford Cameron,
vice-président, Exploitation au détail et Service à la clientèle

Paul Henderson,
vice-président, Gestion des catégories, Marketing et Communications

170 chemin Wilsey, C.P. 20787
Fredericton, N.-B., Canada
E3B 5B8

ANBL.COM

ISSN 070 425 74
ISBN 978-1-4605-1605-8

TABLE DES MATIÈRES

Lettre de la présidente du conseil	4
Buts stratégiques sur quatre ans	6
Message du président	7
Revue de l'année 2017-2018	8
Emplacement des magasins	28
Ventes par établissement	30
Ventes aux magasins de franchise	31
États financiers	32

LITRES

Catégorie	2017-2018	2016-2017	Variation	%
Spiritueux	3 041 918	2 970 428	71 490	2,4 %
Vin	7 027 198	6 713 131	314 067	4,7 %
Bière	46 592 927	46 803 724	-210 797	-0,5 %
Panachés et cidres	4 095 788	3 604 341	491 447	13,6 %
Total	60 757 831	60 091 624	666 207	1,1 %

VENTES PAR LITRE

Catégorie	2017-2018	2016-2017
Spiritueux	\$ 33,12	\$ 32,72
Vin	\$ 14,09	\$ 13,64
Bière	\$ 4,28	\$ 4,27
Panachés et cidres	\$ 7,07	\$ 7,30

— LETTRE DE LA PRÉSIDENTE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION —



*L'honorable Cathy Rogers,
Ministre des Finances,
Province du Nouveau-Brunswick
Fredericton, N.-B.*

Madame,

Conformément à l'article 20 de la Loi sur la Société des alcools du Nouveau-Brunswick, je suis heureuse de vous soumettre le rapport annuel de la Société des alcools du Nouveau-Brunswick pour l'exercice ayant pris fin le 1^{er} avril 2018.

Le conseil d'administration se charge de fournir du soutien et du leadership à la Société et d'assurer une bonne gouvernance.

Au cours de la dernière année, le conseil a accueilli trois nouveaux membres : Joanne Bérubé-Gagné, Jocelyne Hachey et Pierre LaFrance. Ces personnes apportent au conseil d'administration une grande variété d'aptitudes, de compétences et d'expériences. Leur arrivée nous a permis d'atteindre la parité des sexes et de bien représenter la province en matière d'emplacements géographiques et de langues officielles.

La Société a continué à mettre l'accent sur l'amélioration; elle a notamment rehaussé l'expérience client grâce à une meilleure offre de produits et au soutien de ses producteurs locaux et brasseries artisanales, à la rénovation de ses magasins et à la

mise à jour de son site Web, à la formation accrue des employés, à la mise en œuvre de nouveaux processus pour gérer sa responsabilité sociale et à l'adoption de pratiques novatrices pour rehausser son efficacité.

La Société a également fourni du soutien et une orientation à la nouvelle Société de la couronne en préparation pour la légalisation du cannabis pour les adultes. La province du Nouveau-Brunswick est l'une des provinces qui se préparent de façon proactive à cet important changement, et ANBL est bien positionnée pour le gérer.

L'un des principaux facteurs du succès d'ANBL réside dans la qualité et l'engagement de ses employés dans toute la province, qui s'efforcent chaque jour de livrer la meilleure expérience client possible. Le leadership de notre PDG et de son équipe de direction fournit l'orientation et la direction nécessaires pour amener l'organisation vers de nouveaux sommets.

Respectueusement,

Rachelle Gagnon
Présidente du conseil d'administration

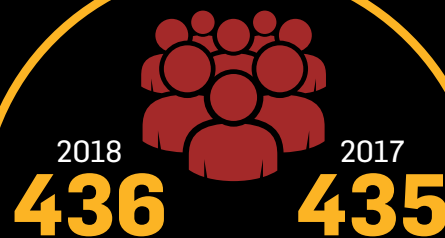
NOS ACTIVITÉS



NOMBRE DE
MAGASINS D'ANBL



NOMBRE DE
**MAGASINS DE
FRANCHISE**



NOMBRE
D'EMPLOYÉS



NOMBRE DE
**PRODUITS
RÉGULIERS INSCRITS**



NOMBRE
D'ÉPICERIES

VISION POUR 2018

Nous sommes une
équipe engagée qui offre la
MEILLEURE
expérience client de détail.

MISSION Gérer de façon responsable une entreprise fructueuse pour les gens du Nouveau-Brunswick.

BUTS STRATÉGIQUES DE QUATRE ANS

Nous sommes responsables de l'achat, de l'importation, de la distribution et des activités de détail liées à toutes les boissons alcoolisées au Nouveau-Brunswick. Nous prenons cette responsabilité très au sérieux et nous nous efforçons de nous améliorer chaque année. En tant que société d'État provinciale, nous servons le public et la communauté des titulaires de permis par le biais de notre réseau de magasins de vente au détail, de magasins de franchise privés et d'épicerie.

STRATÉGIE DE 2016 À 2020

Notre plan stratégique de quatre ans met l'accent sur la croissance, l'élimination du gaspillage et l'ajout de valeur, la mise en œuvre d'une culture de rendement supérieur ainsi que l'amélioration de la pertinence pour nos clients et de la responsabilité sociale. L'exercice financier 2017-2018 est la deuxième année du plan de quatre ans.

BUTS STRATÉGIQUES SUR QUATRE ANS EN FONCTION DE NOTRE VISION



1

Accélérer la croissance

Enregistrer une croissance annuelle moyenne du bénéfice net de 1,5 %.



2

Éliminer le gaspillage et ajouter de la valeur

Réaliser un examen LEAN de 80 % de nos processus.



3

Établir une culture de rendement élevé

Compter sur des équipes bien formées et dignes de confiance à tous les niveaux.



4

Accent mis sur l'optimisation de notre pertinence pour notre client

Devenir le détaillant préféré au Nouveau-Brunswick.



5

Être reconnue comme une bonne entreprise citoyenne

Avoir une incidence positive sur la société.

MESSAGE DU PRÉSIDENT POUR 2017-2018

La dernière année a été fantastique, non seulement pour ANBL, mais pour nos clients et la province au complet. Nous avons dévoilé notre concept de magasin-dépôt de Salisbury et les résultats ont dépassé nos attentes. Les clients ont été enthousiasmés par cette expérience de magasinage de boissons alcoolisées unique. Les leçons que nous avons tirées de la mise en œuvre de ce modèle de vente au détail sont inspirantes et nous ont permis d'acquérir une foule de connaissances; elles constituent en outre une excellente ressource sur laquelle nous appuyer pour continuer à évoluer et à nous mettre au défi d'offrir la meilleure expérience client.

Notre pertinence pour les clients alimente nos efforts en vue de réaliser notre mandat avec succès, soit la distribution et la vente au détail d'alcool de façon socialement responsable dans tout le Nouveau-Brunswick. L'investissement stratégique dans nos listes de produits, jumelé à des processus rationalisés et à de nouvelles initiatives passionnantes, permettra à ANBL d'agir en partenariat avec les Néo-Brunswickois afin de stimuler la viabilité et la croissance économiques de la province.

Je continue d'être très fier de notre équipe ANBL, qui s'efforce de dépasser les attentes des clients grâce à un service à la clientèle épatant. L'importante contribution de chacun des membres de notre équipe, qu'elle soit individuelle ou collective, est souvent subtile et humble, et les hommages ne sont pas attendus ni demandés. Cependant, les efforts déployés par notre personnel doivent être soulignés et célébrés. Ça peut sembler un peu cliché, mais nos équipes des magasins ANBL, de distribution et du Centre des activités de détail (CAD) représentent véritablement notre ressource la plus importante. En tirant parti de l'expertise collective ainsi que des perspectives et de l'information de l'industrie, des commentaires des clients et de l'orientation et du soutien de nos parties prenantes au sein du gouvernement, je suis confiant que les résultats d'ANBL continueront de refléter ou même de dépasser le succès obtenu depuis quatre ans.

Santé!



Brian Harriman
Président et chef de la direction

REVUE DE L'ANNÉE 2017-2018

BUT STRATÉGIQUE 1 : ACCÉLÉRER LA CROISSANCE

Au cours de l'exercice financier 2017-2018, nous avons généré 168,4 millions de dollars en bénéfice net, comparativement au montant de 165,0 millions de dollars prévu au budget. Nos ventes totales pour l'exercice se sont chiffrées à 428,7 millions de dollars, ce qui représente une augmentation de 3,3 % par rapport à l'exercice précédent. Le volume des ventes pour l'exercice était de 60,8 millions de litres.

VENTES PAR PRODUIT

Ventes	2017-2018 (En milliers de \$)	2016-2017 (En milliers de \$)	VARIATION (%)
Spiritueux	100 755	97 188	3,7
Vin	99 047	91 567	8,2
Bière	199 507	199 730	-0,1
Panachés et cidres	29 358	26 635	10,2
Total des ventes	428 667	415 120	3,3

VENTES PAR SOURCE

Canal	2017-2018 (En milliers de \$)	% DE VENTES	2016-2017 (En milliers de \$)	% DE VENTES
Public	276 718	64,6	274 118	66,0
Titulaire de permis	45 777	10,7	44 381	10,7
Magasins de franchise	98 347	22,9	92 260	22,2
Épiceries	6 475	1,5	3 148	0,8
Autre	1 350	0,3	1 213	0,3
Total	428 667	100,0	415 120	100,0

SPIRITUEUX

Nous avons enregistré une hausse de 3,7 % des ventes de spiritueux; la valeur est passée de 97,2 millions de dollars en 2016-2017 à 100,8 millions de dollars en 2017-2018, ce qui représente une bonne augmentation dans une catégorie caractérisée par la stabilité. Le volume a augmenté de 2,4 %.

Les ventes de spiritueux d'ANBL par l'entremise d'un magasin sur place au Festival des spiritueux du Nouveau-Brunswick à Fredericton au mois de novembre ont totalisé 306 500 \$, ce qui représente une augmentation de 52 % par rapport à l'année dernière.

VIN

Nos ventes de vin ont augmenté de 8,2 %, pour atteindre un total de 99 millions de dollars en 2017-2018, comparativement à 91,6 millions de dollars en 2016-2017. Le volume a augmenté de 4,7 %.

Nos ventes au magasin sur le site de l'Expo Vins et Gastronomie du monde, qui a eu lieu à Moncton au début de novembre, ont totalisé 393 000 \$, ce qui représente une augmentation de 7 % par rapport à l'année dernière.

BIÈRE

Nos ventes de bière ont diminué de 0,1 % pour atteindre un total de 199,5 millions de dollars en 2017-2018, comparativement à 199,7 millions de dollars en 2016-2017. Le volume a diminué de 0,5 %.

PANACHÉS ET CIDRES

Nos ventes de panachés et de cidres ont poursuivi leur croissance soutenue en 2017-2018. Nous avons vu une augmentation de 10,2 % pour un total de 29,4 millions de dollars, comparativement à 26,6 millions de dollars en 2016-2017. Le volume a augmenté de 13,6 %.



VERSEMENTS AUX GOUVERNEMENTS

PROVINCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

	2017-2018	2016-2017
Versements à partir du bénéfice net	171 456 450 \$	157 575 743 \$
Fonds en fiducie pour l'environnement	2 817 174	2 807 894
Impôt foncier	299 903	297 333
	174 573 527 \$	160 680 970 \$

GOUVERNEMENT DU CANADA

Taxe de vente harmonisée	40 358 673 \$	32 691 562 \$
Taxe d'accise et droits de douane	18 076 770	17 376 061
	58 435 443 \$	50 067 623 \$
Total	233 008 970 \$	210 748 593 \$

REVUE DE L'ANNÉE

2017-2018



BUT STRATÉGIQUE 2 : ÉLIMINER LE GASPILLAGE ET AJOUTER DE LA VALEUR

ANALYSE DES PROCESSUS ET SÉCURITÉ EN MILIEU DE TRAVAIL

Chaîne d'approvisionnement et entrepôt

Les membres de l'équipe de la chaîne d'approvisionnement ont participé à un projet dans l'ensemble d'ANBL afin de définir les processus du cycle de vie de l'organisation. Nous avons continué à renforcer la collaboration régionale avec les autres sociétés des alcools de l'Atlantique afin de négocier l'expansion d'un centre de distribution régional (CDR) à Halifax, en Nouvelle-Écosse, dans le but d'y entreposer un certain nombre de produits. Ces centres de distribution régionaux serviront les quatre sociétés des alcools de l'Atlantique. Parmi les avantages que nous en retirerons, notons une réduction des délais associés aux produits, l'amélioration de la rotation des stocks et la diminution des stocks.

Les activités d'entreposage ont continué de mettre l'accent sur la rationalisation du transport de marchandises sortantes. De façon globale, la productivité dans l'entrepôt a augmenté de 12 %, à la suite de la revue des processus LEAN en 2016-2017. L'équipe de l'entrepôt a élaboré un plan d'action qui a été mis en œuvre durant le présent exercice financier. Ce plan axé sur l'encadrement « sur le plancher » mettait l'accent sur la santé et la sécurité afin d'assurer une approche équilibrée quant aux activités réalisées en entrepôt.

Notre équipe de l'entrepôt déploie de grands efforts pour que la sécurité des employés soit notre priorité. L'équipe a participé au programme de leadership en matière de sécurité d'ANBL avec le soutien de Travail sécuritaire NB. Par conséquent, une nouvelle initiative de sensibilisation à la sécurité a été mise en œuvre, qui met l'accent sur la formation et la sensibilisation. Notre but est de nous assurer que tous les membres de l'équipe soient bien conscients des meilleures pratiques et des risques éventuels dans l'environnement de travail.



L'entrepôt a établi cinq piliers de sécurité qui sont essentiels pour maintenir un environnement de travail sécuritaire. Pour que ceux-ci soient toujours présents à l'esprit des employés, une bannière lumineuse affichant les piliers de sécurité a été installée et entoure maintenant le point d'entrée dans l'entrepôt. Cela veut dire que les membres de l'équipe pénètrent dans un environnement qui présente un risque accru et que la sécurité doit être au premier rang de leurs préoccupations. À l'entrée de l'entrepôt, d'autres affiches ont été installées dans la zone d'assemblage, où les membres du personnel se rencontrent le matin afin de faire des étirements et de discuter de sécurité. Chaque matin, le représentant en santé et sécurité de l'entrepôt parle de la sécurité en faisant le lien avec l'un des cinq piliers de sécurité. Cette discussion sert à rappeler aux membres de l'équipe que la sécurité est une priorité et qu'ils sont encouragés à penser à la sécurité lorsqu'ils travaillent.

Dans l'entrepôt, l'objectif est de favoriser les comportements sécuritaires afin que les employés puissent apprécier leur travail et surtout, retourner à la maison en bonne santé à la fin de leur quart de travail.

En plus de mettre l'accent sur la sécurité en milieu de travail, le service de la chaîne d'approvisionnement d'ANBL continue de rechercher des efficacités dans les activités réalisées. Le coût par caisse expédiée est passé de 1,59 \$ en 2016-2017 à 1,44 \$ en 2017-2018.

CONSTRUCTION VISANT LES MAGASINS

des changements qui entraînent une amélioration de la prestation de services et de l'efficacité

ANBL continue d'investir dans les technologies efficaces. Durant l'exercice, elle a rénové ses plus grands magasins du réseau en y installant un éclairage DEL, tout en continuant à assurer l'expérience ANBL actuelle.

PROGRAMME PILOTE DE RÉPONSE À LA DEMANDE D'ÉNERGIE NB

En 2017-2018, ANBL a participé au programme pilote de réponse à la demande d'Énergie NB. Ainsi, la Société a utilisé sa génératrice de secours pour réduire la demande en électricité du réseau d'Énergie NB durant les périodes de pointe, ce qui a permis à celle-ci d'évaluer le besoin de fournir de l'électricité supplémentaire au réseau.

REVUE DE L'ANNÉE 2017-2018



BUT STRATÉGIQUE 3 : ÉTABLIR UNE CULTURE DE RENDEMENT ÉLEVÉ

PERSONNEL ET CULTURE

Engagement des employés

98 % des employés ont répondu au sondage sur l'engagement des employés d'ANBL en 2017, ce qui représente une augmentation de 6 % par rapport à l'année précédente. Les résultats indiquent une augmentation de 11 % du nombre d'employés activement engagés. De la même façon que l'an dernier, nous avons mis l'accent sur l'exécution des plans d'action d'équipe et individuels afin d'accroître l'engagement des employés. Les plans d'action comprennent ce qui suit :

- Fournir de l'encadrement et de la formation sur l'accroissement de l'engagement des équipes à tous les gérants.
- Créer des objectifs d'équipe pour accroître l'engagement.
- Prioriser les buts en matière d'engagement et se concentrer sur les engagements de l'équipe.
- Continuer de faire évoluer la conversation en mettant l'accent sur la réussite.
- Célébrer les réussites!

PERFECTIONNEMENT PROFESSIONNEL

Programme de perfectionnement accéléré de leadership (PPAL)

Le programme de perfectionnement accéléré de leadership (PPAL) porte sur le développement des compétences en leadership au sein de l'organisation. 88 employés ont suivi le programme depuis sa création en 2007. À l'exercice 2017-2018, 18 nouveaux participants ont amorcé leur parcours de perfectionnement du leadership personnel auprès du Centre des activités de détail.

Les participants au PPAL d'ANBL qui ont été promus à un rôle de direction ont mis moins de temps à s'adapter à leur nouvelle situation et ont enregistré un rendement exceptionnel. Cette année, dix participants du groupe du PPAL de 2016-2017 ont achevé leur plan de perfectionnement individuel. Le groupe de finissants a affiché d'excellents résultats dans le cadre d'importants projets comme des affectations intérimaires au poste de gérant de magasin ou de directeur de district, l'ouverture de nouveaux magasins ou la mise en œuvre de la stratégie visant le magasin-dépôt de Salisbury.



EXCELLENCE ORGANISATIONNELLE

Leadership en matière de sécurité

Vision de la sécurité : La sécurité. La bienveillance. La réussite.

Nous reconnaissons que la sécurité est un indicateur clé de l'excellence organisationnelle. Notre but est de mettre en œuvre nos trois principes : la sécurité dans chaque processus, la bienveillance dans toutes les interactions et la réussite dans nos activités.

- Nous visons à avoir un environnement à zéro blessure.
- Nous pensons que toutes les blessures peuvent être évitées.
- Nous exerçons nos activités en suivant le principe de l'amélioration continue.

ANBL a conclu un partenariat avec Travail sécuritaire NB afin d'offrir un nouveau programme de leadership en matière de sécurité. Ce programme a fourni de la formation et des outils pour mobiliser les leaders afin qu'ils participent à la création d'une culture axée sur la sécurité au sein d'ANBL.

Une telle culture exige une focalisation constante de la part de tous les membres de l'équipe d'ANBL. Nous croyons qu'un encadrement uniforme et continu par les leaders en matière de sécurité permettra de façonner les comportements des équipes et d'accroître la culture de sécurité dans toute l'organisation.

L'initiative comprenait une évaluation de la culture de sécurité et un plan d'action 2017-2018 visant une sensibilisation accrue à la sécurité et une amélioration continue des meilleures pratiques en matière de sécurité. Le programme de leadership en matière de

sécurité a été suivi par 160 participants dans toute l'organisation, qui ont participé à quatre modules de formation durant l'année.

SERVICE À LA CLIENTÈLE

Encadrement

Durant l'exercice financier 2017-2018, ANBL a renouvelé la certification de 68,5 % des gérants et des gérants adjoints comme responsables de l'encadrement dans notre programme de service à la clientèle axé sur l'excellence du SERVICE. L'encadrement a pour objectif de passer en revue les techniques de service à la clientèle avec les membres de l'équipe du magasin afin d'améliorer l'expérience de magasinage des clients. En plus de la vidéo sur la formation relative à l'encadrement « sur le plancher » créée au dernier exercice financier, ANBL a créé et mis en œuvre une vidéo de formation sur l'encadrement à la caisse pour veiller à ce que les clients reçoivent un service exceptionnel du début à la fin au point de vente.

VENTE INTENSIVE

En 2017-2018, la troisième phase du programme de vente intensive a connu un grand succès, et sept autres employés ont obtenu leur certification. Depuis les débuts du programme en 2015-2016, 23 candidats ont terminé celui-ci avec succès et trois d'entre eux ont obtenu une promotion à un poste de conseiller en produits. Le programme de vente intensive a évolué, mais il maintient sa focalisation sur les compétences de vente, les normes de marchandisage, le sens des affaires et la connaissance des produits. Ce programme a été tellement populaire pour changer la culture de vente des magasins qu'il sera offert à nouveau durant l'exercice financier 2018-2019.

REVUE DE L'ANNÉE 2017-2018

AMÉLIORATIONS APPORTÉES AUX MAGASINS EN VUE D'ACCROÎTRE LE RENDEMENT

Les systèmes Redi-Rack ont été installés dans tous les magasins restants qui étaient en mesure de les intégrer dans leur chambre froide (35 des 41 magasins disposent maintenant de ce système). Ces étagères accroissent la visibilité des produits et augmentent les efficacités pour ce qui est du temps de chargement pour les employés, de la rotation des produits et de la réduction des stocks globaux.

L'excellence du service continue d'être prioritaire pour les magasins d'ANBL. Les programmes de vente intensive et d'encadrement « sur le plancher » sont encore deux éléments clés qui contribuent au changement de culture qui a lieu dans nos magasins d'ANBL.

Cette année, trois magasins d'ANBL ont été convertis en magasins de franchise, soit les magasins de Cap Pelé, de Petit Rocher et de Lamèque.

ANBL a continué d'étendre sa nouvelle marque dans toute la province en rénovant son magasin-dépôt (Salisbury) et les emplacements de la rue York (à Fredericton), de la rue Regis (à Dieppe), du boulevard Vaughan Harvey (à Moncton) et de Kennebecasis River. Ces magasins rénovés mettent l'accent sur la prestation d'une expérience client moderne, pertinente et excitante. À l'exception du magasin-dépôt de Salisbury, ils offrent à nos clients de nombreuses améliorations comme des stations de remplissage de Growler et de dégustation de vin, des zones cocktails et des salles de dégustation.

SERVICE À LA CLIENTÈLE ET ACTIVITÉS DE DÉTAIL

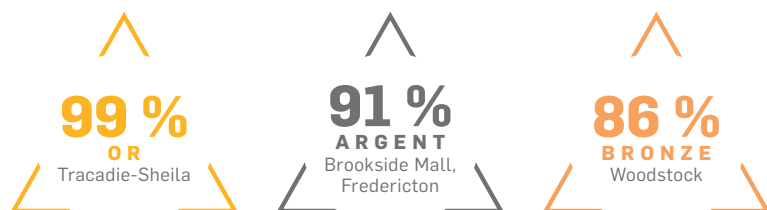
PRIX D'EXCELLENCE

POUR LES MAGASINS

Les prix ont été présentés aux gérants et aux gérants adjoints dans le cadre du congrès du printemps 2018 et ont été acceptés au nom de tout le personnel de détail.

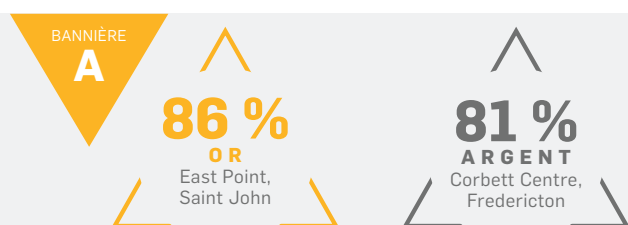
PRIX D'EXCELLENCE DU SERVICE

Ces prix sont décernés aux magasins qui ont obtenu les meilleures notes globales pour trois des quatre visites de clients mystère.

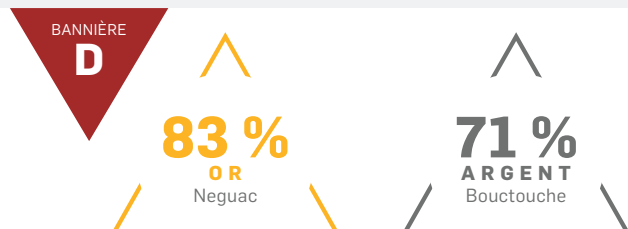
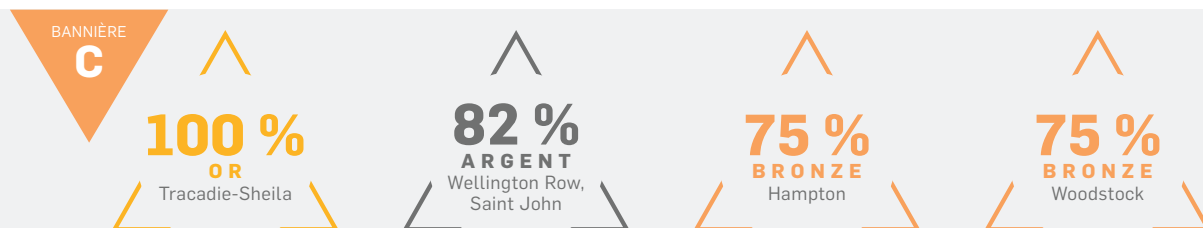
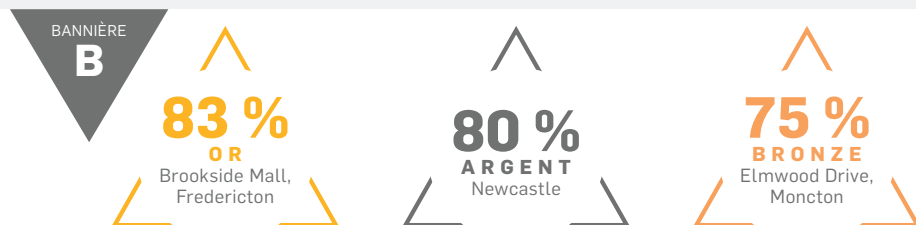


PRIX POUR LES TABLEAUX DE BORD DES MAGASINS

Ces prix sont décernés aux magasins dans chaque bannière ayant obtenu les plus hautes notes dans leur tableau de bord équilibré.



**EAST POINT,
SAINT JOHN**



REVUE DE L'ANNÉE

2017-2018



BUT STRATÉGIQUE 4 : METTRE L'ACCENT SUR L'OPTIMISATION DE NOTRE PERTINENCE POUR LE CLIENT

Notre aventure se poursuit : La nouvelle allure d'ANBL continue de faire sensation.

Dans la deuxième année de son plan stratégique de quatre ans, ANBL continue de s'imposer comme un détaillant de référence pour les clients. Nos équipes travaillent avec acharnement pour veiller à ce que le client vive une expérience alignée sur la marque ANBL et que la pertinence soit ressentie par chaque client, à chaque fois.

En plus des rénovations aux magasins existants du réseau de la Société, nous avons établi deux nouveaux concepts de magasins en 2017-2018 : notre magasin-dépôt à Salisbury et la Salle des bières artisanales, située dans l'ancienne gare

(rue York) de Fredericton. Ces deux magasins jouent un rôle unique afin d'attirer la clientèle qui recherche une expérience de magasinage différente. Le magasin-dépôt de Salisbury offre des récompenses au moyen d'un programme de rabais graduels qui permet aux clients de faire plus d'économies lorsqu'ils achètent plus de produits. Avec un système d'étagères allant du plancher au plafond, ce magasin de style entrepôt offre une excellente valeur et un choix de produits à toutes les gammes de prix. Le magasin présente des images de différents endroits de la province, mettant en valeur la beauté des paysages du Nouveau-Brunswick. En raison de son emplacement centralisé et de la



réputation du secteur comme point de ravitaillement, nous avons décrété que

« tous les chemins mènent à Salisbury ».

Par contraste, la Salle des bières artisanales de Fredericton offre une expérience de magasinage plus intime. Située dans le même édifice que l'ancienne gare ferroviaire (rue York), la Salle des bières artisanales met en vedette des bières artisanales du monde entier, tout en mettant l'accent sur les produits locaux. De plus, cet emplacement offre une liste de produits en fût en rotation, ainsi que le système Pegas novateur sur une station de remplissage Growler à la fine pointe. Les clients interagissent avec nos experts en bières tout en goûtant les produits offerts et en consultant le contenu, le prix et plus encore sur des écrans numériques à proximité.

GESTION DES CATÉGORIES ET MARKETING

Créer une expérience de détail complète

En 2017-2018, ANBL est restée bien présente dans la conversation non seulement en rénovant son site Web, ANBL.com, mais aussi en effectuant la refonte de ses programmes de marketing en magasin. Grâce aux recherches effectuées dans le cadre de projets internes et aux données de ses partenaires fournisseurs, ANBL a créé une expérience de magasinage uniforme et attrayante dans chaque magasin de la Société de la province. En plus d'une expérience en magasin plus conviviale, les changements ont créé des efficacités importantes pour nos équipes d'exploitation.

Le nouveau Guide d'exécution d'ANBL a fourni aux équipes les outils et les données nécessaires pour veiller à ce que chaque client quitte le magasin en étant totalement satisfait de son expérience. Le nouveau site ANBL.com renferme un contenu riche et facile à consulter, en plus de servir de guichet unique pour la clientèle. Que les clients veuillent savoir combien il reste de bouteilles de leur vin favori à leur magasin ou à quelle température servir le champagne, l'information est disponible en quelques clics sur ANBL.com. En plus du contenu mentionné ci-dessus, le site Web rénové permet d'offrir toutes les fonctions de commerce électronique nécessaires à « l'expérience de détail totale » que recherchent nos clients. Les clients qui visitent à la fois notre plateforme en ligne et notre réseau de magasins remarqueront une signature uniforme entre les deux, car nous veillons à ce que l'expérience exceptionnelle offerte dans les magasins soit également offerte aux clients qui magasinent en ligne.

La marque ANBL est plus conviviale que jamais, comme en témoignent nos interactions sur les médias sociaux avec nos clients actuels et potentiels. Alors que la marque ANBL commence à se refléter dans tous les aspects de notre entreprise, la communauté en ligne communique de plus en plus avec nous par Facebook, Twitter et Instagram. ANBL change la conversation en ligne, non seulement pour attirer les clients avec des offres, des campagnes et des promotions, mais aussi pour prendre acte des commentaires, résoudre les problèmes et humaniser notre entreprise. L'un de nos objectifs est de démontrer notre passion, notre dévouement et notre travail acharné non seulement dans la prestation de produits que souhaitent obtenir les clients, mais dans tout ce qui procure une expérience client sans égal.



VIN

Pas besoin d'une occasion spéciale

En 2017-2018, ANBL a mis l'accent sur deux éléments clés : guider les nouveaux clients dans le monde des vins de qualité supérieure et offrir une expérience évoluée en matière de dégustation. Pour les clients qui souhaitent goûter au vin, nous avons mis en place des thèmes et des programmes en magasin pour leur donner de l'information utile, faciliter la recherche des accords mets-vins (par exemple avec la dinde) et leur permettre de découvrir des tendances populaires comme le vin rosé et le vin pétillant. En 2017-2018, nous avons mis l'accent sur la rationalisation de nos promotions pour nous assurer d'avoir un nombre d'offres moins élevé et présentant des occasions plus intéressantes. Par conséquent, nos recettes provenant des promotions ont augmenté de 289 941 \$, pour s'établir à 6 693 075 \$.

Pour l'amateur de vin expérimenté, nous avons créé le programme EXPÉRIENCE d'ANBL. Maintenant dans sa deuxième année, ce programme a progressé de façon impressionnante et offre plus de 30 nouveaux produits chaque mois, qui sont offerts dans plus de 20 magasins de l'ensemble de la province. Ces vins ont un prix de départ de 17,99 \$ et ont été sélectionnés individuellement; ils portent sur des thèmes allant des producteurs/fournisseurs en vedette aux vins choisis pour des occasions spéciales comme les « vins blancs d'été » ou les « vins pétillants ». Nous avons aussi lancé une infolettre électronique détaillée qui met l'accent sur les nouveaux arrivages, donne de l'information sur tous les thèmes et les produits qui y sont associés et présente du contenu pertinent apprécié par nos clients, incluant des recettes d'accords mets-vins avec les nouveaux produits en vedette.

Le programme de vins en épicerie a continué à évoluer et le nombre de magasins est passé à 44 au cours de l'exercice financier 2017-2018. Avec l'ajout de nouveaux emplacements, nous avons également mis en œuvre un portefeuille de produits actualisé afin d'offrir plus de choix à nos clients et de nous assurer que le programme atteigne son plein potentiel. Ce programme a généré des recettes de 6,5 millions de dollars au cours de l'exercice financier.



BIÈRE

Satisfaire nos clients

Alors que le portrait de la bière et des acheteurs de bière continue d'évoluer, nous avons fait des investissements importants afin de conserver notre pertinence auprès de cette clientèle, sans égard à ses préférences. Afin de satisfaire le plus grand segment de clients acheteurs de bière d'ANBL (les buveurs des marques de bière « bien connues »), nous avons modifié notre offre de tous les jours et commencé à offrir 24 canettes de nos marques de bières « bien connues » à un prix courant de 35,99 \$. En utilisant les leçons apprises au cours des campagnes et des promotions antérieures, ANBL voulait s'assurer qu'en plus de satisfaire les clients acheteurs de bière, ceux-ci continueraient d'acheter les autres catégories de produits, puisque l'offre courante les fait dépenser moins. En plus d'être avantageuse pour les catégories comme le vin rouge et les spiritueux, cette approche s'est également avérée intéressante pour les buveurs de bières supérieures et importées, car ils ont pu acheter de la bière à bon prix et goûter aux nouveautés en matière de bière artisanale ou à leur bière importée favorite avec l'argent ainsi économisé.

La bière artisanale, comme le prouve la popularité de la Salle des bières artisanales à Fredericton, continue de croître au Nouveau-Brunswick. Les bières artisanales locales en particulier (bières de micro-brasseries produites dans les provinces des Maritimes) mènent la charge. En 2017-2018, la vente de bière s'est chiffrée à 11,8 millions de dollars, ce qui représente une croissance de 38,8 % comparativement à l'exercice financier précédent. Les producteurs locaux sont certains que la popularité de la bière artisanale n'est pas un feu de paille, mais fait plutôt partie d'une véritable révolution.



SPIRITUEUX

Des cocktails et plus encore!

Il y a trois ans, ANBL introduisait la culture du cocktail au Nouveau-Brunswick. Avec nos recettes, nos suggestions d'utilisation et une gamme de produits dynamique, nous avons pour but d'exposer le caractère versatile des spiritueux et de montrer aux Néo-Brunswickois pourquoi les cocktails suscitaient un tel engouement dans le monde entier.

Nous avons continué sur cette lancée en 2017-2018, tout en nous assurant d'offrir des options simples pour ceux qui recherchent des produits similaires à leurs achats habituels, mais avec quelques nuances. De nouveaux programmes ont mis l'accent sur les produits de qualité supérieure et les avantages du « mieux boire ». Les promotions se sont concentrées sur les offres à valeur ajoutée uniques comme les sodas et les mélanges jumelés à des boissons comme la vodka ou le gin supérieur, afin de mettre davantage l'accent sur la qualité plutôt que les rabais.

Les deux principaux programmes de spiritueux d'ANBL, « Remplir la cave au chalet » et « Bar en boîte » ont continué à croître. Les clients attendent maintenant ces promotions avec impatience et en parlent avec nous en ligne et dans les magasins.



PANACHÉS ET CIDRES

ANBL a apporté des changements radicaux à la catégorie auparavant désignée comme « autres boissons » afin de bien renseigner les clients à leur égard. Cette catégorie couvre le cidre, les sodas, les thés glacés, les cocktails, les vins rafraîchissants et les panachés classiques; il était donc important de porter une attention particulière à la sensibilisation de la clientèle et à la présentation des assortiments. Étant donné que nous offrons de nouveaux produits et des promotions attrayantes tout au long de l'année plutôt que seulement en été, les produits de cette catégorie sont de plus en plus considérés comme les boissons favorites de nombreux clients d'ANBL toute l'année durant. Le travail d'ANBL dans cette catégorie a été souligné par plusieurs autres collectivités et fournisseurs à l'échelle nationale.

REVUE DE L'ANNÉE

2017-2018

NOTRE ENGAGEMENT À L'ÉGARD DES BOISSONS ALCOOLISÉES ARTISANALES DU NOUVEAU- BRUNSWICK

Bières artisanales du Nouveau-Brunswick

Après consultation de l'industrie, ANBL a annoncé des changements majeurs à sa politique relative aux magasins de franchise de brasserie. À la suite de ces changements, les producteurs artisanaux du Nouveau-Brunswick assument des taux de marge plus faibles que jamais.

ANBL s'investit et s'engage à créer de bonnes conditions pour aider l'industrie de la brasserie artisanale à s'épanouir. Elle

a ainsi versé plus de 3,5 millions de dollars en subventions annuelles grâce à une structure de majoration réduite. Nous poursuivrons également notre dialogue ouvert avec l'Association des producteurs d'alcool artisanal du Nouveau-Brunswick (APAANB) pour nous assurer que cette relation demeure florissante.

Nous avons éliminé toute majoration du prix des produits vendus dans les magasins de détail à la brasserie pour les 500 premiers hectolitres (hl) produits par le brasseur. De plus, ANBL a haussé le plafond des producteurs artisanaux locaux établis. Les brasseurs locaux qui produisent plus de 10 000 hl bénéficient maintenant d'un palier d'aide supplémentaire, alors que nos politiques précédentes prévoyaient la fin de notre soutien à 10 000 hl.

ANBL collabore avec l'APAANB pour officialiser un énoncé sur les répercussions économiques de l'industrie de la bière artisanale du Nouveau-Brunswick. Bientôt, les parties prenantes seront en mesure de quantifier les retombées de l'industrie sur l'économie de la province.





Petits producteurs de vin du Nouveau-Brunswick

ANBL a collaboré avec les membres de Vins N.B. Wines pour la mise à jour de la politique relative aux petits producteurs de vin. Les changements apportés aident les membres à mettre en œuvre le plan stratégique consistant à améliorer la qualité des vins du Nouveau-Brunswick et à optimiser les récoltes et l'aménagement des propriétés dans l'ensemble de la province.

Ces révisions ont permis aux petits producteurs d'augmenter le nombre de points de vente au détail. En effet, les petits producteurs locaux ont un accès direct aux magasins d'entreprise et de franchise d'ANBL ainsi qu'aux titulaires de permis dans toute la province. Enfin, les exploitants peuvent également participer au programme de vin en épicerie, lequel a fait grimper les ventes et renforcé l'exposition du public aux produits locaux.



Cidre du Nouveau-Brunswick

Le cidre artisanal du Nouveau-Brunswick continue d'évoluer dans nos magasins et est rapidement devenu un produit des plus intéressants pour nos clients. Nous sommes heureux de soutenir ce progrès en offrant deux programmes uniques personnalisés en fonction des producteurs.

Notre premier programme est le programme des petits producteurs, qui a été créé afin de soutenir les producteurs qui possèdent leur propre matière première et produisent leurs propres produits finis. Pour le cidre, cela signifie que les producteurs utilisent des pommes qu'ils cultivent sur leur ferme. Six producteurs de cidre participent actuellement au programme des petits producteurs. Ces produits représentent 12,9 % de nos ventes de cidre annuelles.

Le deuxième programme est le programme de cidres artisanaux, qui a été créé pour les producteurs de cidre du Nouveau-Brunswick qui achètent leur matière première afin de fabriquer leur cidre. Ces produits représentent 8,3 % de nos ventes de cidre annuelles. Deux producteurs participent actuellement à ce programme.

REVUE DE L'ANNÉE

2017-2018

Spiritueux artisanaux du Nouveau-Brunswick

Après avoir consulté les producteurs locaux, nous avons mis en place un nouveau programme de magasin de franchise pour les distillateurs artisanaux afin d'aider les producteurs locaux à croître et à prospérer. Il en est résulté une hausse spectaculaire de dépôt de plans d'affaires par des entrepreneurs locaux.

Résultats

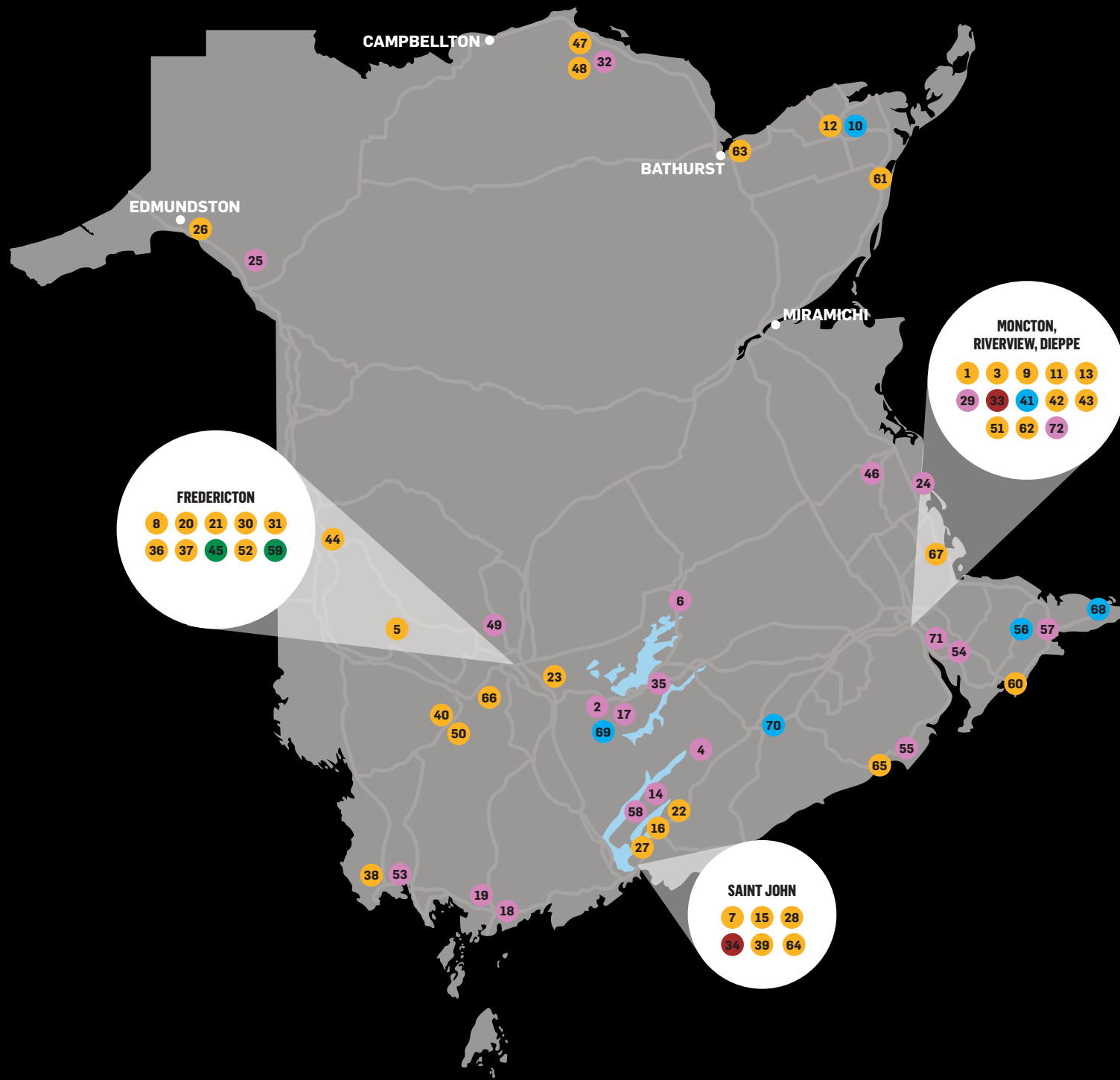
L'industrie artisanale du Nouveau-Brunswick compte 42 brasseurs, deux producteurs de cidre, 21 petits producteurs de vin et six distillateurs. Grâce aux politiques et aux programmes de soutien de l'industrie locale, l'expansion est déjà en cours pour la prochaine année.

LISTE DES PRODUCTEURS

- 1 Acadie-Broue Inc.
- 60 Bagtown Brewing Company
- 3 Beckwith Road Brewing Company
- 5 Big Axe Brewery Inc.
- 7 Big Tide Brewing
- 8 Bogtrotter Craft Brewery
- 9 Bore City Brewing
- 61 Brasseurs d'la Côte
- 13 Brule Brewing Company (Flying Boats)
- 62 Cavok Brewing
- 11 Celtic Knot
- 12 Distillerie Fils du Roy Inc.
- 15 First City Brewing
- 16 Foghorn Brewing Company
- 63 Four Rivers Brewing
- 64 Gahan House Port City
- 20 Gray Stone Brewing
- 21 Grimross Brewing Corp.
- 22 Hammond River
- 65 Holy Whale Brewing
- 23 Johnny Jacks
- 26 Les Brasseurs de Petit-Sault
- 27 Long Bay Brewing
- 28 Loyalist City Brewing Co.
- 30 Mama's Brew Pub
- 31 Maybee Brewing Company
- 66 Niche Brewing
- 36 Northampton Brewing (Picaroons - Queen Street, Fredericton)

- 39 Northampton Brewing (Picaroons - Saint John)
- 38 Northampton Brewing (Picaroons - St. Stephen)
- 37 Northampton Brewing (Picaroons - Union Street, Fredericton)
- 40 Off Grid Ales
- 43 Pump House (Mill Street, Moncton)
- 42 Pump House (Orange Lane, Moncton)
- 44 Railcar Brewing Company
- 47 Savoie's Brewhouse
- 48 Shiretown Beer Inc.
- 50 Think Brewing Co.
- 51 Tide & Boar
- 52 TrailWay Brewing
- 67 Valonray Farmhouse Brewery
- 33 Molson-Coors Brewing
- 34 Moosehead Breweries Limited
- 68 Blue Roof Distillers
- 10 Distillerie Fils du Roy Inc
- 69 Gagetown Food & Fermentation
- 41 Port Royal Distillers (Snow Fox)
- 70 Sussex Craft Distillery
- 56 Winegarden Estate Ltd. Distillery
- 45 Red Rover Craft Cider
- 59 York County Cider
- 2 Appleman Farms Ltd.
- 4 Belleisle Vineyards
- 6 Big Sky Ventures
- 14 Dunham's Run Estate Winery
- 17 Gagetown Fruit Farms
- 18 Gordon McKay & Sons 1996 Ltd.
- 19 Granite Town Farms
- 35 La Framboise Francoeur
- 71 Latitude 46 Estate Winery
- 24 Le Ferme Maury
- 29 Magnetic Hill Winery
- 32 Miel-N-Bee Honey
- 35 Motts Landing Vineyards
- 72 Pioneer Mountain Estates
- 46 Richibucto River Wine Estates
- 49 Sunset Heights Meadery
- 53 Tuddenham Farms
- 54 Verger Belliveau Orchard
- 55 Waterside Farms Cottage Winery
- 57 Winegarden Estate Ltd. Winery
- 58 Yip Cider

PRODUCTEURS DE BOISSONS ALCOOLISÉES DU NOUVEAU-BRUNSWICK



LÉGENDE

- Petite brasserie
- Distillerie
- Grande brasserie
- Petit producteur de vin
- Magasin de franchise pour le cidre

REVUE DE L'ANNÉE

2017-2018

BUT STRATÉGIQUE 5 : ÊTRE RECONNUE COMME UNE BONNE ENTREPRISE CITOYENNE

CONSCIENCE SOCIALE ET COMMUNAUTAIRE

Campagne des jonquilles *Société canadienne du cancer* *du Nouveau-Brunswick*

ANBL a tenu une campagne des jonquilles de deux semaines dans l'ensemble de la province sous forme de vente d'épinglettes. La campagne 2018 s'est déroulée du 19 au 25 mars 2018 et a permis de recueillir 44 824 \$.

Centraide/United Way

Des employés d'ANBL ont aussi participé à la Journée nationale d'entraide de Centraide au moyen de retenues à la source et d'un programme de dons suggérés à la caisse d'une durée de trois jours. Au nom des employés et des clients d'ANBL, nous avons versé plus de 29 000 \$ de dons en 2017-2018, grâce à diverses activités de collecte de fonds. Nous sommes fiers du dévouement de notre équipe envers Centraide du Nouveau-Brunswick.

Parallèlement à la campagne de dons suggérés à la caisse de Centraide, ANBL a recueilli 4 164 \$ dans le cadre d'une activité semblable pour le Centre de bénévolat de la péninsule acadienne.



Association canadienne pour la santé mentale du Nouveau-Brunswick

Du 4 au 6 mai 2017, nous avons tenu une campagne de dons suggérés à la caisse pour l'Association canadienne pour la santé mentale du Nouveau-Brunswick. Grâce au soutien de nos clients, nous avons remis 37 886 \$ à cette cause importante.

Croix-Rouge canadienne Nouveau-Brunswick

Du 13 juillet au 15 juillet 2017, ANBL a tenu une campagne de dons suggérés à la caisse pour soutenir les personnes touchées par les incendies en Colombie-Britannique. Grâce à la générosité de nos clients, nous avons versé 53 362 \$ à la Croix-Rouge canadienne.

Fondation communautaire d'ANBL

Grâce à son programme de loterie trimestrielle de la Fondation communautaire d'ANBL, la Société a offert 2 000 \$ à chacune des sept zones, par trimestre. Un total de 56 000 \$ a été donné dans le cadre du programme afin d'aider les organismes locaux sans but lucratif dans leur travail important.

Protégeons nos rivières

Du 21 août au 24 septembre 2017 s'est déroulée notre campagne annuelle « Protégeons nos rivières ». Nous avons fièrement versé 57 560 \$ à la Fondation pour la conservation du saumon atlantique grâce à nos fournisseurs, clients, membres de l'équipe d'ANBL et gardiens de rivières.

Festivals

Le 11^e Festival de la bière de l'Atlantique annuel s'est déroulé à Moncton les 26 et 27 mai 2017. Plus de 3 000 personnes y ont participé et près de 4 000 \$ ont été remis à des organismes de charité locaux.

Le FestiVin a donné le coup d'envoi de la saison touristique dans la péninsule acadienne à Caraquet les 2 et 3 juin 2017. Les ventes à la boutique de vin sur place ont totalisé 18 670 \$.

Plus de 800 personnes ont assisté au 22^e Festival annuel des spiritueux du Nouveau-Brunswick le 17 novembre 2017. Les ventes ont atteint le chiffre record de 306 500 \$. Nous avons offert aux clients du festival des occasions d'achat après tous les séminaires et dîners et avec la vente de produits lors de notre toute première journée « vente du lendemain » organisée sur place. Au total, les organisateurs ont accueilli plus de 30 classes tout au long de la semaine et remis 7 000 \$ à divers organismes locaux sans but lucratif.

La 26^e édition annuelle d'Expo Vins et Gastronomie du monde a accueilli plus de 5 000 participants lors des expositions des 3 et 4 novembre à Moncton. ANBL a vendu pour 393 000 \$ de produits.



REVUE DE L'ANNÉE

2017-2018

RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE

Mères contre l'alcool au volant Canada (MADD Canada)

MADD Canada et ses sections régionales du Nouveau-Brunswick demeurent des partenaires clés de notre programme de responsabilité sociale. À ANBL, nous sommes d'avis que l'éducation des jeunes - dès les premières années du secondaire - en matière de consommation responsable d'alcool portera ses fruits jusque dans l'âge adulte. ANBL a pu offrir à MADD Canada les sommes suivantes grâce à ses démarches de collectes de fonds :

56 000 \$

Programme scolaire

33 890 \$

Dons suggérés à la caisse

Concours de vidéos de « Finissants sans accident » dans les écoles secondaires du Nouveau-Brunswick

Pour la dixième année consécutive, nous avons proposé notre initiative « Finissants sans accident » à toutes les écoles secondaires de la province. Avec l'approbation du ministère de l'Éducation, nous avons mobilisé les étudiants des écoles secondaires afin qu'ils nous aident à transmettre le message sur les choix responsables en matière de boissons alcoolisées. Ils ont ainsi créé des vidéos et les ont soumises pour évaluation. Un total de 17 500 \$ a été distribué à parts égales à 14 classes finissantes du Nouveau-Brunswick.

Programme universitaire Restons sociables

Restons sociables est la marque d'une plateforme de responsabilité sociale conçue et exploitée par des étudiants. Son objectif est d'adopter une stratégie collaborative à long terme destinée à promouvoir la consommation responsable et la réduction des dommages auprès des étudiants universitaires et collégiaux. Ce programme a vu le jour sous la forme d'un partenariat entre la Société des alcools de la Nouvelle-Écosse et les universités de cette province. Il s'étend dorénavant à toutes les universités du Canada atlantique par l'entremise des sociétés des alcools locales.

Restons sociables est une plateforme de marque axée sur la démonstration d'un comportement normalisé comparativement à un comportement de consommation à risque. Les scénarios et le matériel connexe sont conçus pour que les étudiants s'y reconnaissent et sont approuvés par eux. ANBL a appliqué ce programme à l'Université du Nouveau-Brunswick, à l'Université Mount Allison et à l'Université St. Thomas pendant toute l'année scolaire 2017-2018.

Vérification 30

ANBL a continué de relever la barre en ce qui concerne son programme de « Vérification 30 ». La Société a constaté une augmentation du nombre de personnes interpellées; au cours de l'exercice financier, l'identité de 936 736 clients a été vérifiée et ANBL a refusé de servir 15 037 d'entre eux. Le nombre de personnes interpellées est passé de 10,0 % (du total des transactions) à 10,8 %.

Programme de accompagnement sécuritaire

Afin d'éliminer la conduite avec facultés affaiblies, ANBL a commandité des services de transport lors de dix événements majeurs un peu partout dans la province :

- FestiVin, Caraquet
- Festival de la bière de l'Atlantique, Moncton
- Fredericton Craft Beer Festival, Fredericton
- OktoberFest, Moncton
- Festival Frichti, Moncton
- Festival de jazz et de blues des récoltes, Fredericton
- Expo Vins et Gastronomie du monde, Moncton
- Festival des spiritueux du Nouveau-Brunswick, Fredericton
- Festival du vin de la Croix-Rouge de Saint John, Saint John
- Championnat mondial de hockey sur étang, Plaster Rock

Bien qu'il ait été impossible d'organiser un programme de accompagnement sécuritaire pour le Festival du homard de Shédiac et Area506 à Saint John, ANBL a tout de même commandité les deux événements. ANBL s'est également alliée aux deux organisateurs pour promouvoir la responsabilité sociale par l'affichage de matériel de marketing à des emplacements de choix afin de sensibiliser les participants et susciter des choix sécuritaires de consommation d'alcool.

BAR À EAU

Bar à eau

En novembre 2016, ANBL a présenté son concept de bar à eau. Celui-ci a été si bien accueilli qu'en 2017-2018, la Société a décidé d'en faire un programme permanent.

En tant que principal commanditaire au cours de divers festivals de produits d'alcool, nous avons constaté que les gens ne consommaient pas assez d'eau et que celle-devait habituellement être achetée. ANBL pense que cette initiative est conforme à l'intention et à l'esprit de la Loi en ce qu'elle vise à être un détaillant conscient de sa responsabilité sociale. La Société a veillé à ce que les clients des festivals soient bien hydratés en distribuant plus de 17 000 bouteilles à titre gracieux.



**Expo Vins et
Gastronomie du
monde, Moncton (N.-B.)**

**3 240
BOUTEILLES**

**Area506,
Saint John (N.-B.)**

**6 200
BOUTEILLES**



**Festival de jazz et de
blues des récoltes,
Fredericton (N.-B.)**

**4 000
BOUTEILLES**

GÉRANCE

Lettre de mandat à l'intention du Conseil d'administration

La lettre de mandat du gouvernement du Nouveau-Brunswick continue d'être l'un des éléments clés de la gérance d'ANBL. Cette lettre de mandat est rédigée à l'intention du conseil d'administration de la Société des alcools du Nouveau-Brunswick pour l'informer des intentions et des attentes actuelles du gouvernement. ANBL est au cœur de la plateforme économique future du Nouveau-Brunswick et, par le truchement de cette lettre, le gouvernement renforce la relation solide et constructive qu'il entretient avec le conseil d'administration et la direction de l'entreprise.

Cette année, trois nouveaux membres du conseil d'administration se sont joints à l'équipe d'administrateurs chevronnés responsables de l'administration des affaires de la Société.

Relations de travail

ANBL appuie des relations de travail axées sur les intérêts. Des rencontres régulières du Comité patronal-syndical ont lieu pour discuter de façon constructive de sujets d'intérêt commun.

Il y a eu quatre griefs durant l'exercice 2017-2018. Deux d'entre eux ont été retirés, un a été résolu en arbitrage et un est en cours.

Aucune plainte relative aux ressources humaines n'a été déposée en 2017-2018.

Langues officielles

Nous avons reçu 14 plaintes liées aux langues officielles au cours de l'année. Une enquête a été dûment menée sur chacune d'elles. ANBL a travaillé en collaboration avec le Commissariat aux langues officielles afin d'élaborer une stratégie opérationnelle pour le traitement des plaintes et procède actuellement à la mise en œuvre des recommandations.

RAPPORT SUR LA LOI SUR LES DIVULGATIONS FAITES DANS L'INTÉRÊT PUBLIC

Comme il est précisé à l'article 18(1) de la Loi sur les divulgations faites dans l'intérêt public, le chef administratif établit un rapport sur les divulgations d'actes répréhensibles qui ont été faites à un supérieur hiérarchique ou au fonctionnaire désigné de la subdivision des services publics dont il est responsable. ANBL n'a reçu aucune divulgation d'actes répréhensibles durant l'exercice financier 2017-2018.

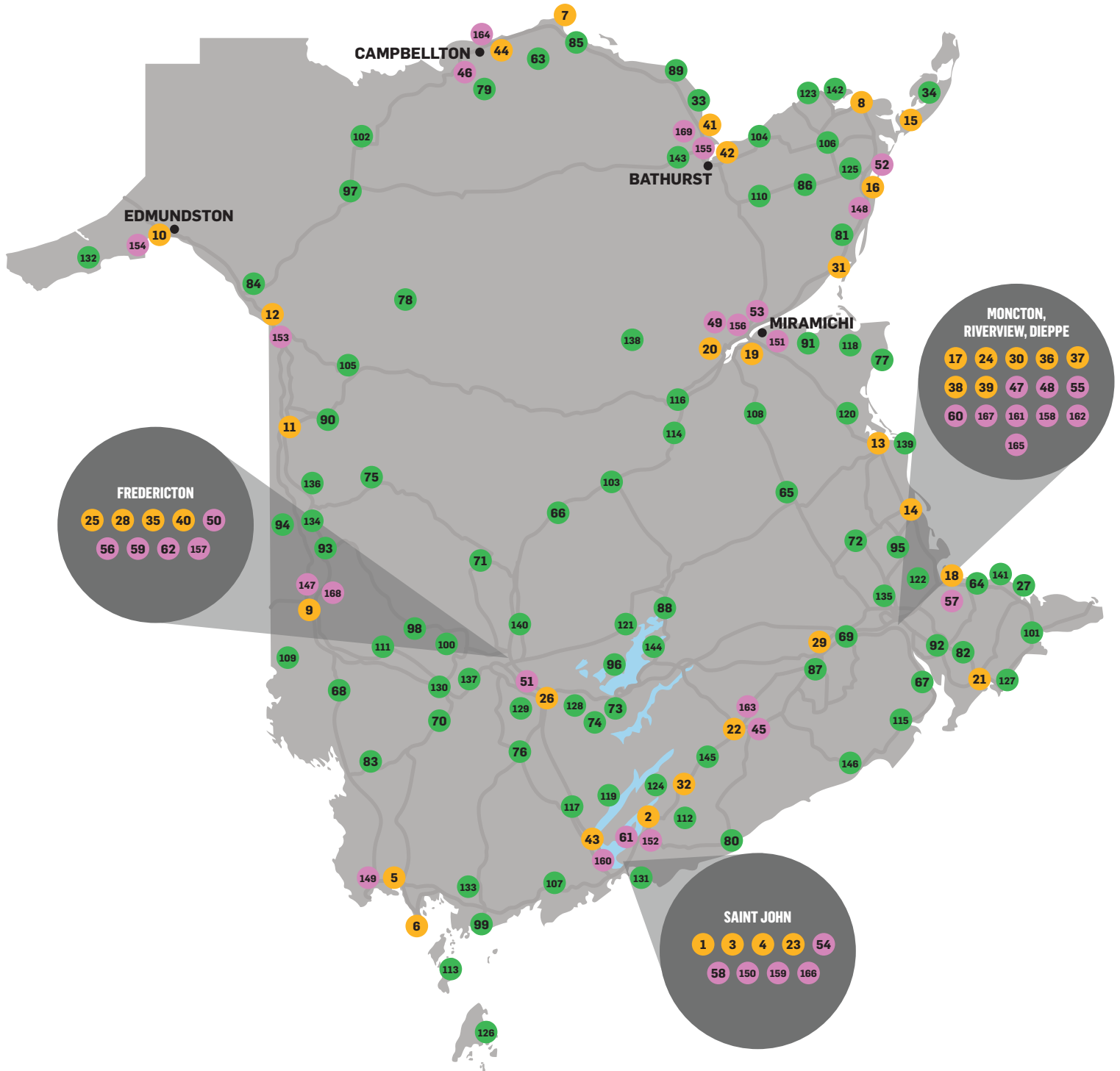
42 Bathurst
 41 Beresford
 14 Bouctouche
 40 Brookside Mall, Fredericton
 44 Campbellton
 8 Caraquet
 19 Chatham
 7 Dalhousie
 25 Devon Park, Fredericton
 36 Dieppe Blvd., Dieppe
 23 East Point, Saint John
 10 Edmundston
 38 Elmwood Dr., Moncton
 1 Fairville Blvd., Saint John
 43 Grand Bay-Westfield
 12 Grand Falls
 32 Hampton
 2 Kennebecasis Valley
 30 Moncton North
 24 Mountain Rd., Moncton
 31 Neguac
 20 Newcastle
 26 Oromocto
 11 Perth-Andover
 35 Corbett Centre, Fredericton
 39 Regis St., Dieppe
 13 Richibucto
 37 Riverview
 21 Sackville
 29 Salisbury
 18 Shediac
 15 Shippagan
 3 Somerset St., Saint John
 6 St. Andrews
 5 St. Stephen
 22 Sussex
 16 Tracadie-Sheila
 17 Vaughan Harvey Blvd., Moncton
 4 Wellington Row, Saint John
 9 Woodstock
 28 York St., Fredericton
 46 Atlantic Superstore Atholville
 155 Atlantic Superstore Bathurst
 151 Atlantic Superstore Chatham
 154 Atlantic Superstore Edmundston
 153 Atlantic Superstore Grand Falls
 152 Atlantic Superstore Kennebecasis
 48 Atlantic Superstore Main St., Moncton
 150 Atlantic Superstore Millidgeville, Saint John

49 Atlantic Superstore Miramichi
 50 Atlantic Superstore Nashwaaksis, Fredericton
 51 Atlantic Superstore Oromocto
 47 Atlantic Superstore Riverview
 54 Atlantic Superstore Rothesay Ave., Saint John
 56 Atlantic Superstore Smythe St., Fredericton
 149 Atlantic Superstore St. Stephen
 45 Atlantic Superstore Sussex
 148 Atlantic Superstore Tracadie
 55 Atlantic Superstore Trinity Dr., Moncton
 147 Atlantic Superstore Woodstock
 62 Fredericton Co-op
 169 Sobeys Bathurst
 157 Sobeys Brookside Mall, Fredericton
 164 Sobeys Campbellton
 53 Sobeys Douglastown
 159 Sobeys East Point, Saint John
 167 Sobeys Elmwood Dr., Moncton
 160 Sobeys Grand Bay
 58 Sobeys Lansdowne Ave., Saint John
 156 Sobeys Miramichi
 60 Sobeys Mountain Rd., Moncton
 161 Sobeys Paul St., Dieppe
 59 Sobeys Prospect St., Fredericton
 158 Sobeys Regis St., Dieppe
 162 Sobeys Riverview
 61 Sobeys Rothesay
 166 Sobeys Saint John West
 57 Sobeys Shediac
 163 Sobeys Sussex
 165 Sobeys Vaughan Harvey Blvd., Moncton
 168 Sobeys Woodstock
 52 Tracadie Co-op
 110 Allardville
 146 Alma
 90 Arthurette
 127 Aulac
 118 Baie-Ste-Anne
 63 Balmoral
 112 Barnesville
 136 Bath
 91 Bay du Vin
 89 Belledune
 99 Blacks Harbour
 114 Blackville
 66 Boiestown
 81 Brantville
 128 Burton
 73 Cambridge Narrows

113 Campobello
 68 Canterbury
 27 Cap-Pelé
 94 Centerville
 85 Charlo
 88 Chipman
 132 Clair
 122 Cocagne
 109 Debec
 103 Doaktown
 82 Dorchester
 96 Douglas Harbour
 134 Florenceville
 76 Fredericton Junction
 74 Gagetown
 126 Grand Manan
 141 Grand-Barachois
 123 Grande-Anse
 137 Hanwell
 65 Harcourt
 93 Hartland
 70 Harvey
 67 Hillsborough
 135 Irishtown
 104 Janeville
 75 Juniper
 102 Kedgwick
 124 Kingston
 34 Lamèque
 107 Lepreau
 131 Loch Lomond
 100 Mactaquac
 142 Maisonnette
 83 McAdam
 92 Memramcook
 121 Minto
 111 Nackawic
 145 Norton
 106 Paquetville
 140 Penniac
 87 Petitcodiac
 33 Petit-Rocher
 105 Plaster Rock
 77 Pointe-Sapin
 101 Port Elgin
 130 Prince William
 119 Public Landing
 116 Renous
 139 Richibucto-Village

78 Riley Brook
 115 Riverside-Albert
 108 Rogersville
 95 Saint-Antoine
 79 Saint-Arthur
 125 Saint-Isidore
 84 Saint-Léonard
 120 Saint-Louis-de-Kent
 72 Saint-Paul
 97 Saint-Quentin
 86 Saint-Sauveur
 69 Salisbury
 64 Shediac
 143 South Tetagouche
 133 St. George
 80 St. Martins
 71 Stanley
 138 Sunny Corner
 129 Waasis
 117 Welsford
 144 Youngs Cove
 98 Zealand

EMPLACEMENT DES MAGASINS



LÉGENDE

- Magasins de la société
- Supermarchés
- Magasins de franchise

VENTES PAR ETABLISSEMENT

LOCALITÉ	2017 - 2018 (000\$)			2016 - 2017 (000\$)		LOCALITÉ	2017 - 2018 (000\$)			2016 - 2017 (000\$)	
	PUBLIC	TITULAIRE DE PERMIS	TOTAL	TOTAL	PUBLIC		TITULAIRE DE PERMIS	TOTAL	TOTAL		
Bathurst (3)	8 663 \$	1 467 \$	10 130 \$	10 136 \$	Ville de Moncton						
Beresford (2)	3 891	233	4 124	3 488	Pr. Elmwood (2)	7 487 \$	1 116 \$	8 603 \$	7 531 \$		
Bouctouche (2)	2 916	216	3 132	3 225	Moncton Nord	10 217	1 610	11 826	10,991		
Campbellton (2)	2 822	837	3 658	3 661	Ch. Mountain (1)	8 348	2 615	10 962	10,518		
Cap-Pelé **	2 104	130	2 235	3 017	Boul. Vaughan Harvey	10 511	2 006	12 517	12,277		
Caraquet (3)	4 211	729	4 941	4 759	Total pour les magasins de Moncton	36 562	7 346	43 908	41,317		
Dalhousie (2)	1 756	199	1 955	2 002	Neguac	2 301	284	2 585	2,613		
Ville de Dieppe					Oromocto (5)	7 920	1 116	9 036	9,021		
Boul. Dieppe	7 067	763	7 830	6 989	Perth Andover (4)	3 473	196	3 670	3,566		
Rue Regis	12 113	3 378	15 491	16 787	Petit-Rocher**	554	23	577	2,565		
Total pour les magasins de Dieppe	19 179	4 141	23 320	23 776	Richibucto (4)	4 335	409	4 744	5,047		
Edmundston (3)	8 753	2 074	10 827	10 397	Riverview (3)	8 513	1 755	10 268	9,943		
Ville de Fredericton					Sackville (3)	5 487	572	6 058	6,083		
Centre commercial Brookside (3)	7 826	2 431	10 258	10 334	Ville Saint John						
Parc Devon (6)	12 975	1 248	14 224	13 835	Centre East Point (2)	11 845	1 532	13 376	13,270		
Rue Prospect (1)	9 120	907	10 027	10 385	Boul. Fairville (3)	10 229	2 080	12 309	12,128		
Rue York (1)	12 618	2 138	14 756	14 025	Rue Somerset	7 311	1 831	9 142	9,986		
Total pour les magasins de Fredericton	42 539	6 725	49 264	48 579	Rang Wellington	6 762	2 404	9 166	5,907		
Grand Bay-Westfield (2)	3 029	260	3 290	3 254	Total pour les magasins de Saint John	36 147	7 847	43 994	41,292		
Grand Sault (3)	5 721	512	6 233	6 032	Salisbury	6 286	9	6 295	6,407		
Hampton	4 132	111	4 243	4 032	Shediac (4)	6 028	976	7 004	7,351		
Vallée de la Kennebecasis (4)	12 866	819	13 685	14 013	Shippagan (1)	2 776	397	3 173	2,876		
Lamèque**	1 021	62	1 083	2 176	St. Andrews	2 451	985	3 436	3,084		
Ville de Miramichi					St. Stephen (2)	5 922	355	6 277	6,258		
Chatham (3)	4 750	688	5 438	5 663	Sussex (3)	6 509	628	7 137	6,885		
Newcastle (3)	7 431	842	8 273	7 952	Tracadie-Sheila (3)	5 265	652	5 917	5,931		
Total pour les magasins de Miramichi	12 182	1 530	13 711	13 615	Woodstock (6)	6 517	602	7 119	7,022		
					Entrepôt*	100 058	1 581	101 639	91,699		
					TOTAL	382 890 \$	45 777 \$	428 667 \$	415,120 \$		

(#) Indique le nombre de magasins de franchise dans cette localité

*Inclut les commandes en ligne des titulaires de permis

**magasin fermé durant l'année

VENTES AUX MAGASINS DE FRANCHISE

LOCALITÉ MAGASIN DE FRANCHISE	LOCALITÉ ANBL	2017-2018 (000 \$)	2016-2017 (000 \$)	LOCALITÉ MAGASIN DE FRANCHISE	LOCALITÉ ANBL	2017-2018 (000 \$)	2016-2017 (000 \$)
		VENTES	VENTES			VENTES	VENTES
Allardville	Bathurst	596 \$	543 \$	Petit Rocher***	Beresford	1,735 \$	\$
Alma	Riverview	487	358	Petitcodiac	Sussex	2,014	1,852
Arthurette	Perth-Andover	417	348	Plaster Rock	Perth-Andover	900	930
Aulac	Sackville	2,434	2,223	Pointe-Sapin	Richibucto	278	268
Baie-Sainte-Anne	Chatham	863	832	Port Elgin	Sackville	1,838	2,102
Balmoral	Dalhousie	836	790	Prince William***	Rue York, Fredericton	1,312	
Barnesville	Vallée de la Kennebecasis	568	587	Public Landing	Grand Bay-Westfield	691	694
Bath	Perth-Andover	979	910	Renous	Newcastle	867	909
Bay du Vin	Chatham	457	444	Richibouctou Village	Richibucto	552	430
Belledune	Beresford	628	673	Riley Brook	Grand-Sault	261	263
Black's Harbour	Boul. Fairville, Saint John	813	826	Riverside-Albert	Riverview	223	323
Blackville	Newcastle	925	1,013	Riviere-Verte **	Edmundston		540
Boisestown	Parc Devon, Fredericton	694	699	Rogersville	Chatham	1,498	1,526
Brantville	Tracadie	1,332	1,313	Sainte-Anne-de-Madawaska **	Edmundston		71
Burton	Oromocto	920	905	Saint-Arthur	Campbellton	238	220
Cambridge Narrows	Sussex	849	840	Saint-Louis-de-Kent	Richibucto	1,500	1,329
Campobello Island	St. Stephen	346	322	Saint-Paul-de-Kent	Bouctouche	339	320
Canterbury	Woodstock	484	478	Saint-Sauveur	Tracadie	216	220
Cape Pele***	Shediac	769		Salisbury	Ch. Mountain, Moncton	2,411	2,053
Centerville	Woodstock	835	914	Shediac	Shediac	2,328	2,764
Charlo	Dalhousie	781	775	South Tetagouche	Bathurst	369	303
Chipman	Parc Devon, Fredericton	1,213	1,208	St. George	Boul. Fairville, Saint John	3,183	3,096
Clair	Edmundston	529	486	St. Isidore	Tracadie	829	858
Cocagne	Shediac	2,466	2,546	St. Leonard	Grand-Sault	1,065	899
Debec	Woodstock	436	483	St. Martins	Centre East Point, Saint John	626	629
Doaktown	Parc Devon, Fredericton	714	722	Stanley	Centre Commercial Brookside, Fredericton	887	942
Dorchester	Sackville	125	209	St-Antoine	Bouctouche	1,631	1,612
Douglas Harbour	Oromocto	512	531	St-Quentin	Grand-Sault	1,662	1,548
Florenceville	Perth-Andover	1,819	1,681	Sunny Corner	Newcastle	1,134	1,038
Fredericton Junction	Oromocto	997	1,026	Waasis	Oromocto	2,939	2,958
Gagetown	Oromocto	579	526	Welsford	Grand Bay	759	710
Grand Barachois	Shediac	1,393	402	Youngs Cove	Vallée de la Kennebecasis	799	809
Grand Manan	Centre East Point, Saint John	1,812	1,781	Zealand	Centre Commercial Brookside, Fredericton	938	934
Grande-Anse	Caraquet	872	1,040	Agents Fabricants	Centre des activités de détail, Fredericton	437	743
Hanwell	Corbett Centre, Fredericton	4,060	4,031				
Harcourt	Richibucto	618	602				
Hartland	Woodstock	1,567	1,567				
Harvey Station	Parc Devon, Fredericton	1,234	1,138				
Hillsborough	Riverview	1,207	1,074				
Irishtown	Pr. Elmwood, Moncton	1,692	1,634				
Janeville	Bathurst	393	393				
Juniper	Woodstock	308	299				
Kedgwick	Campbellton	997	978				
Kingston	Vallée de la Kennebecasis	1,189	1,140				
Lake George**	Rue York, Fredericton		1,283				
Lameque***	Shippagan	1,117					
Lepreau	Boul. Fairville, Saint John	1,067	985				
Loch Lomond	Vallée de la Kennebecasis	3,521	3,329				
Mactaquac	Centre Commercial Brookside, Fredericton	1,565	1,440				
Maissonnette*	Caraquet	403	38				
McAdam	St. Stephen	559	536				
Memramcook	Pr. Elmwood, Moncton	2,030	2,041				
Minto	Parc Devon, Fredericton	1,684	1,704				
Nackawic	Woodstock	1,399	1,408				
Norton	Sussex	2,054	2,141				
Paquetville	Caraquet	1,906	1,952				
Penniac	Parc Devon, Fredericton	837	220				

TOTAL DES VENTES POUR LES AGENTS 98 347 \$ 92,260 \$

ÉPICERIE

Fredericton Coop Limited	147 \$	69 \$
La Co-Op Regionale de la Baie Ltee	69	61
Loblaws centre de distribution (19)	3,458	1,989
Sobeys centre de distribution (20)	2,801	1,029

TOTAL LES VENTES POUR LES EPICERIES 6,475 \$ 3,147 \$

***ouvert au cours de l'année ** fermé l'année précédente *fermé et rouvert au cours de l'année

RAPPORT DE LA DIRECTION ET DU VÉRIFICATEUR

RAPPORT DE LA DIRECTION

La préparation des renseignements financiers fait partie intégrante des responsabilités de la direction et les états financiers qui suivent relèvent de la responsabilité de la direction de la Société. Cette responsabilité comprend la sélection de politiques comptables appropriées ainsi que le jugement et les estimations qui sont conformes aux Normes internationales d'information financière (IFRS). Les renseignements financiers présentés ailleurs dans le présent Rapport annuel sont conformes à ces états financiers.

La Société maintient les contrôles internes nécessaires conçus pour fournir une assurance raisonnable que des renseignements financiers fiables et pertinents sont produits et que les éléments d'actif sont bien protégés. Le service de vérification interne effectue des vérifications dans le but d'assurer la pertinence et l'uniformité des contrôles internes, des pratiques et des méthodes de la Société.

Dans ses responsabilités, le Conseil d'administration reçoit l'aide du Comité de vérification. Ce comité évalue et recommande l'approbation des états financiers et du rapport annuel en plus de rencontrer périodiquement, la direction, la directrice de la stratégie de conformité et les vérificateurs externes relativement aux contrôles internes et à tout autre sujet lié aux rapports financiers.

KPMG, vérificateurs externe de la Société, a effectué une vérification indépendante des états financiers de la Société conformément aux normes de vérification généralement reconnues au Canada. Le Rapport des vérificateurs décrit la portée de cette vérification indépendante et l'opinion exprimée.



Brian Harriman
PRÉSIDENT &
CHEF DE LA
DIRECTION
Le 28 juin 2018



Reid Estey
PERSONNEL ET CULTURE
Le 28 juin 2018

RAPPORT DU AUDITEURS INDÉPENDANTS

Au conseil d'administration de la Société des alcools du Nouveau Brunswick, Nous avons effectué la vérification des états financiers ci-joints de la Société des alcools du Nouveau Brunswick, qui comprennent l'état de la situation financière au 1^{er} avril 2018, et les états des résultats et du résultat étendu, des variations des capitaux propres et les flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi que les notes, qui comprennent un résumé des principales méthodes comptables et d'autres informations explicatives.

Responsabilité de la direction pour les états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle de ces états financiers conformément aux Normes internationales d'information financière (IFRS), ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Responsabilité du vérificateur

Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur les états financiers, sur la base de notre audit. Nous avons effectué notre audit selon les normes d'audit généralement reconnues du Canada. Ces normes requièrent que nous nous conformions aux règles de déontologie et que nous planifions et réalisons l'audit de façon à obtenir l'assurance raisonnable que les états ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit implique la mise en oeuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états financiers. Le choix des procédures relève de notre jugement, et notamment de notre évaluation des risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraude ou d'erreurs. Dans l'évaluation de ces risques, nous prenons en considération le contrôle interne de l'entité portant sur la préparation et à la présentation fidèle des états financiers afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et du caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

Opinion

À notre avis, les états financiers donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de la Société des alcools du Nouveau Brunswick au 1^{er} avril 2018, ainsi que de sa performance financière et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux Normes internationales d'information financière (IFRS).



Comptables professionnels agréés
Fredericton, Canada
Le 24 juin 2018

ÉTATS FINANCIERS

2017-2018

ÉTATS DE LA SITUATION FINANCIÈRE (000 \$)

Au

ACTIF

Actif à court terme

	1 ^{ER} AVRIL 2018	26 MARS 2017
Encaisse	3 543 \$	3 206 \$
Comptes clients et autres débiteurs	7 298	13 773
Stocks	36 603	33 938
Charges payées d'avance	1 290	900
	<u>48 734</u>	<u>51 817</u>

Immobilisations corporelles (note 5)

Immobilisations incorporelles (note 6)

12 438	11 406
6 066	5 086
67 238 \$	68 309 \$

PASSIF

Passif à court terme

Comptes clients et autres créditeurs	24 331 \$	21 626 \$
Remboursements de la consigne	532	532
	<u>24 863</u>	<u>22 158</u>

Passif à long terme

Remboursements de la consigne	529	1 061
Allocations de retraite (note 7)	2 350	2 487
	<u>27 742</u>	<u>25 706</u>


PARTICIPATION DE LA PROVINCE DU NOUVEAU-BRUNSWICK

Capitaux	39 496	42 603
	<u>67 238 \$</u>	<u>68 309 \$</u>

Engagements et éventualités (notes 12 et 13)

Voir les notes afférentes aux états financiers

**Approuvé au nom du
conseil d'administration :**



Administrateur



Administrateur

ÉTATS FINANCIERS 2017-2018

ÉTATS DES RÉSULTATS ET DU RÉSULTAT ÉTENDU (000 \$)

Exercice clos le

	1^{ER} AVRIL 2018	26 MARS 2017
Ventes totales (note 9)	428 667 \$	415 120 \$
Moins : remises	7 710	7 372
Ventes nettes	420 957	407 748
Coût des ventes	190 095	182 648
Bénéfice brut	230 862	225 100
Autres produits	3 606	3 444
Charges d'exploitation (note 10)	66 118	60 137
Revenu net et résultat étendu	168 350 \$	168 407 \$

Voir les notes afférentes aux états financiers

ÉTATS DES VARIATIONS DES CAPITAUX PROPRES (000 \$)

Exercice clos le

	1^{ER} AVRIL 2018	26 MARS 2017
Solde au début de l'exercice	42 603 \$	31 772 \$
Revenu net et résultat étendu	168 350	168 407
Distributions à la province du Nouveau-Brunswick	(171 457)	(157 576)
Solde à la fin de l'exercice	39 496 \$	42 603 \$

Voir les notes afférentes aux états financiers



ÉTATS DES FLUX DE TRÉSORERIE (000 \$)

Exercice clos le

FONCTIONNEMENT

	1^{ER} AVRIL 2018	26 MARS 2017
Revenu net et résultat étendu	168 350 \$	168 407 \$
Éléments hors trésorerie		
Dépréciation	2 271	2 450
Amortissement des immobilisations incorporelles	696	676
Gain sur vente d'immobilisations corporelles	(50)	-
Diminution des allocations de retraite	(137)	(150)
Variation des fonds de roulement hors caisse (note 8)	6 125	(9 516)
Encaisse disponible dans les opérations	177 255	161 867

INVESTISSEMENT

Acquisitions d'immobilisations corporelles	(3 446)	(3 749)
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	(1 676)	(1 237)
Produits de la vente d'immobilisations corporelles	193	8
Encaisse nette utilisée pour investissements en immobilisations	(4 929)	(4 978)

FINANCEMENT

Diminution des remboursements de la consigne	(532)	(532)
Distributions à la province du Nouveau-Brunswick	(171 457)	(157 576)
Encaisse nette utilisée pour activités de financement	(171 989)	(158 108)

Augmentation (diminution) de l'encaisse

337 (1 219)

Encaisse au début de l'exercice

3 206 4 425

Encaisse à la fin de l'exercice

3 543 \$ 3 206 \$

Voir les notes afférentes aux états financiers

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

1. Nature des activités

La Société des alcools du Nouveau-Brunswick (la Société) est une société d'État constituée en vertu de la Loi sur la Société des alcools du Nouveau-Brunswick et une entreprise publique telle qu'elle est définie par les Normes comptables pour le secteur public. L'entité mère qui, en définitive, exerce le contrôle est la province du Nouveau-Brunswick. Le siège social de la Société se trouve à Fredericton, au Nouveau-Brunswick et ses principales activités sont l'achat, la distribution et la vente de boissons alcoolisées dans toute la province du Nouveau-Brunswick. La Société est exempte de l'impôt sur le revenu en vertu de l'article 149 de la Loi de l'impôt sur le revenu.

2. Base de préparation

Énoncé de conformité

Les états financiers ont été préparés conformément aux Normes internationales d'information financière, ou « IFRS » publiées par l'International Accounting Standards Board (l'« IASB »). Les états financiers pour l'exercice clos le 1^{er} avril 2018 ont été approuvés et leur publication a été autorisée par le conseil d'administration le 28 juin 2018.

Base d'évaluation

Les états financiers ont été préparés selon la méthode du coût historique, sauf pour ce qui est des avantages postérieurs à l'emploi, qui sont mesurés tel que décrit ci-après. Ces états financiers sont présentés en dollars canadiens, soit la monnaie fonctionnelle de la Société.

3. Résumé des principales conventions comptables

Recours à des estimations et au jugement

La préparation des états financiers exige que la direction pose certains jugements, fasse des estimations et établisse des hypothèses qui touchent l'application des conventions comptables et les montants déclarés de l'actif, du passif, des revenus et des charges et la présentation des actifs et passifs éventuels. Les résultats réels pourraient s'écarter de ces estimations.

Les estimations et les hypothèses sous-jacentes sont examinées de façon continue. Les révisions des estimations comptables sont constatées dans l'année au cours de laquelle les estimations sont révisées et les années futures touchées.

Jugement important de la direction

Voici des jugements importants de la direction dans l'application des conventions comptables de la Société qui ont l'effet le plus important sur les états financiers.

Dépréciation des immobilisations corporelles et des immobilisations incorporelles

Le jugement sert à établir le regroupement d'actifs désignés comme des unités génératrices de trésorerie (UGT) aux fins de la mise à l'essai de la perte de valeur des immobilisations corporelles et des immobilisations incorporelles. Il faut faire preuve de jugement pour déterminer le niveau le plus bas auquel les entrées de trésorerie indépendantes sont générées. La Société a établi que ses UGT sont ses magasins de détail. De plus, le jugement est utilisé pour déterminer si un événement déclencheur a nécessité un test de perte de valeur.

Capitalisation des logiciels mis au point à l'interne

Il faut montrer du jugement pour distinguer les phases de recherche et de développement d'un nouveau projet de logiciel personnalisé et déterminer si les exigences de reconnaissance relatives à la capitalisation des coûts de développement sont respectées. Après la capitalisation, la direction surveille si les exigences de constatation continuent d'être respectées et s'il existe des indicateurs de perte de valeur possible des coûts capitalisés.

Estimations et hypothèses importantes

Voici les domaines dans lesquels les estimations et les hypothèses ont l'effet le plus important sur la comptabilisation et la mesure des actifs, des passifs, des produits et des charges de la Société. Les résultats réels pourraient être sensiblement différents.

Valeur de réalisation nette des stocks

Des estimations sont nécessaires pour déterminer la valeur réalisable nette des stocks, en tenant compte des données les plus fiables disponibles à chaque date de déclaration. Les prix de vente futurs pourraient être touchés par les changements du marché et des remboursements des fournisseurs sur les coûts.

Vie utile des immobilisations corporelles et des immobilisations incorporelles

La Société est tenue d'estimer la durée de vie utile et la méthode d'amortissement des immobilisations corporelles et des immobilisations incorporelles. La direction détermine la durée de vie utile estimative selon l'expérience historique et le modèle attendu de consommation des avantages économiques futurs de l'actif. Étant donné que ces renseignements sont fondés sur des estimations et qu'ils sont sujets à changement, ils sont examinés à la fin de chaque année, l'effet de tout changement de l'estimation étant comptabilisé sur une base prospective.



Allocations de retraite

La Société évalue les coûts et les passifs associés aux allocations de retraite. Ces renseignements sont fondés sur de l'information à jour concernant les coûts, les plans prévus et les taux d'actualisation. Les allocations de retraite accumulées reflètent la meilleure estimation faite par la Société du salaire, de l'indexation et de l'âge de la retraite des employés. Les calculs sont sensibles aux changements apportés aux hypothèses actuarielles et économiques concernant les résultats futurs.

Encaisse

L'encaisse comprend les espèces et les dépôts bancaires.

Stocks

Les stocks sont déclarés au moindre du coût et de la valeur de réalisation nette. Le coût s'entend du coût moyen. La valeur de réalisation nette est le prix de vente moyen dans le cours normal des affaires, moins les frais de vente applicables. Le coût comprend les dépenses engagées pour l'acquisition des stocks et leur transport en leur emplacement et leur état existants. Le montant des stocks passés en charges au cours de l'année correspond au coût des ventes dans les états des bénéficiaires et du résultat étendu.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût historique, moins l'amortissement cumulé et le cumul des pertes de valeur. Le coût historique comprend les coûts d'acquisition ou de construction ainsi que les coûts directement attribuables à l'intégration de l'actif au lieu et en l'état nécessaires à son utilisation dans les opérations. Lorsque les immobilisations corporelles comprennent des composantes importantes ayant des durées de vie utile différentes, elles sont enregistrées et amorties séparément. L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire en fonction de la durée de vie utile estimative des actifs. La vie utile est revue sur une base annuelle.

Décomptabilisation

Un élément des immobilisations corporelles est décomptabilisé lorsqu'il est aliéné ou lorsqu'aucun avantage économique futur ne devrait découler de l'utilisation continue de l'actif. Un gain ou une perte découlant de la décomptabilisation d'un actif est calculé comme la différence entre le produit net de l'aliénation et la valeur comptable de l'actif à la date d'aliénation et est inclus dans l'état des résultats et du résultat étendu de l'exercice dans lequel l'élément est décomptabilisé.

Coûts ultérieurs

La Société comptabilise dans la valeur comptable d'une immobilisation corporelle le coût de remplacement d'une partie

d'un tel élément lorsque ce coût est engagé s'il est possible que les avantages économiques futurs associés à l'élément soient dévolus à la Société et que le coût de l'article puisse être évalué de façon fiable. Tous les autres coûts sont comptabilisés dans l'état des résultats et du résultat étendu comme charges engagées.

Dépréciation

La dépréciation d'un actif débute lorsqu'il est disponible, c'est-à-dire lorsqu'il est à l'endroit et en l'état nécessaires pour pouvoir fonctionner de la manière prévue par la direction. L'amortissement est imputé à l'état des résultats et du résultat étendu sur une base linéaire sur la durée de vie utile estimative compte tenu de leur valeur résiduelle estimative établie en fonction des taux annuels suivants :

Pavage	10 ans
Immeubles	40 ans
Mobilier, agencements et équipement	5 ans
Automobiles	4 ans
Équipement de détail	5 ans
Équipement de réfrigération	10 ans

Les améliorations locatives sont amorties selon la méthode de l'amortissement linéaire sur la durée du bail ou sur leur durée de vie utile estimative, selon la plus courte de ces deux périodes. Les immobilisations corporelles comprennent les biens achetés ou en construction, dont la totalité ou une partie pourraient ne pas être utilisés à la fin de l'année. Par conséquent, ces actifs ne font l'objet d'aucune dépréciation. Les actifs qui ne sont pas utilisés totalisaient 3 208 299 \$ (446 866 \$ en 2017) dont 157 664 \$ (aucun montant en 2017) sont inclus dans les bâtiments, 877 508 \$ (438 704 \$ en 2017) sont inclus dans les améliorations locatives, 500 321 \$ (3 309 \$ en 2017) sont inclus dans le mobilier, les agencements et l'équipement, 38 989 \$ (aucun montant en 2017) sont inclus dans les automobiles, 190 915 \$ (aucun montant en 2017) sont inclus dans l'équipement de détails, 51 885 \$ (aucun montant en 2017) sont inclus dans l'équipement de réfrigération et 1 391 017 \$ (4 853 \$ en 2017) sont inclus dans les immobilisations incorporelles.

Perte de valeur

Les valeurs comptables des actifs non financiers de la Société (immobilisations corporelles et immobilisations incorporelles) sont examinées à la fin de chaque année afin de déterminer s'il existe une indication de perte de valeur. Dans l'affirmative, la valeur recouvrable de l'actif est estimée afin de déterminer l'ampleur de la perte de

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

3. Résumé des principales conventions comptables (suite)

Immobilisations corporelles (suite)

valeur (le cas échéant). Lorsqu'il est impossible d'estimer la valeur recouvrable d'un actif, la Société estime la valeur recouvrable de l'unité génératrice de trésorerie à laquelle l'actif appartient.

Les actifs sont groupés en fonction de leurs unités génératrices de trésorerie (UGT), c'est-à-dire le plus petit groupe d'actifs qui génère des « entrées » en espèces de leur utilisation continue, qui sont indépendants des entrées de trésorerie d'autres actifs. La Société a établi que ses UGT sont ses magasins de détail.

La valeur recouvrable d'une UGT est la plus élevée de sa valeur d'utilité et de sa juste valeur diminuée des coûts estimés de la vente. Pour évaluer la valeur d'utilité, les flux de trésorerie futurs estimés sont actualisés à l'aide d'un taux d'actualisation qui reflète les évaluations présentes du marché de la valeur temps de l'argent et des risques propres à l'actif.

Les pertes de valeur constatées lors des périodes antérieures sont inversées si la valeur recouvrable au cours d'une période ultérieure dépasse la valeur comptable. Une perte de valeur n'est contrepassée que dans la mesure où la valeur comptable de l'actif ne dépasse pas la valeur comptable qui aurait été déterminée, déduction faite de la dépréciation ou de l'amortissement, si aucune perte de valeur n'avait été comptabilisée. Au 1^{er} avril 2018 et au 26 mars 2017, il n'y avait aucun indicateur de perte de valeur.

Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles comprennent les logiciels achetés et mis au point à l'interne, qui sont comptabilisés au coût et amortis sur une base linéaire sur la durée de vie utile estimée, car on considère que ces immobilisations ont une durée de vie utile limitée. Les durées de vie utile sont examinées à chaque date de clôture. La Société évalue la valeur comptable des immobilisations incorporelles en les soumettant à un test de dépréciation sur une base annuelle. Au 1^{er} avril 2018 et au 26 mars 2017, il n'y avait aucun indicateur de perte de valeur. Les logiciels sont amortis sur une base linéaire sur une période de 10 ans.

Biens immobiliers loués

Les contrats de location sont considérés comme des contrats de location-financement lorsque les modalités du bail transfèrent la quasi-totalité des risques et des avantages inhérents à la propriété du bien immobilier loué au preneur. Tous les autres contrats de location sont considérés comme des contrats de location-exploitation.

La Société à titre de preneur

Les actifs détenus en vertu de contrats de location-financement sont initialement comptabilisés à leur juste valeur ou, si leur valeur est inférieure, à des montants égaux à la valeur actualisée des paiements minimaux de location, chacun étant déterminé au commencement du bail. Le passif correspondant au bailleur est inclus dans le bilan à titre d'obligation de location-financement. Les paiements de location sont répartis entre les frais de financement et la réduction de l'obligation découlant de contrats de location-acquisition afin d'obtenir un taux d'intérêt constant sur le solde restant du passif. Les frais de financement sont imputés directement au revenu, à moins qu'ils soient directement attribuables aux actifs admissibles, auquel cas ils sont capitalisés conformément à la politique comptable de la Société sur les coûts d'emprunt. Les actifs loués à des fins de financement sont amortis sur une base linéaire sur la durée de vie utile estimative de l'actif. Les paiements de location-exploitation sont comptabilisés en charges sur une base linéaire sur la durée du contrat de location.

Incitatifs à la location

Les primes de location-bail reçues pour conclure des contrats de location-exploitation sont comptabilisées comme des passifs. Les avantages globaux des primes d'incitation sont constatés à titre de réduction des frais de location sur une base linéaire pendant la durée du bail.

Instruments financiers

Comptabilisation, évaluation initiale

Les actifs financiers et les passifs financiers sont constatés lorsque la Société devient partie aux dispositions contractuelles de l'instrument et qu'ils sont évalués initialement à la juste valeur ajustée par les coûts de transaction. La mesure subséquente des actifs financiers et des passifs financiers est décrite ci-après.

Classification et mesure subséquente des actifs financiers

Aux fins de la mesure subséquente, tous les actifs financiers ont été classés comme prêts et créances.

Les prêts et créances de la Société comprennent les comptes clients et les autres débiteurs. Les prêts et créances sont des actifs financiers assortis de paiements fixes ou déterminables qui ne sont pas cotés sur un marché actif. Après leur comptabilisation initiale, ils sont évalués au coût amorti selon la méthode des intérêts effectifs, moins la dépréciation. L'actualisation est omise lorsque son effet est négligeable.

La Société ne détient aucun actif financier dans les autres catégories.

Classification et mesure subséquente des passifs financiers

Les passifs financiers de la Société comprennent les comptes clients et autres créditeurs et les remboursements de la consigne.



Ces passifs financiers sont ensuite évalués au coût amorti selon la méthode de l'intérêt effectif. Il s'agit d'une méthode de calcul du coût amorti d'un actif financier ou d'un passif financier et de la répartition des revenus/dépenses d'intérêt au cours de la période pertinente. Le taux d'intérêt effectif est le taux qui actualise exactement les rentrées de trésorerie futures estimées (y compris tous les honoraires ou les points payés ou reçus qui font partie intégrante du taux d'intérêt effectif, des coûts de transaction et des autres primes ou escomptes) pendant la durée de vie prévue du passif, ou, s'il y a lieu, pendant une période plus courte, à la valeur comptable nette lors de la comptabilisation initiale.

Décomptabilisation

Les actifs financiers sont décomptabilisés lorsque les droits contractuels aux flux de trésorerie de l'actif financier viennent à échéance ou lorsque l'actif financier et tous les risques et avantages importants sont transférés. Un passif financier est décomptabilisé lorsqu'il est éteint, acquitté, annulé ou expiré. Sur la décomptabilisation d'un actif financier dans son intégralité, la différence entre la valeur comptable de l'actif et la somme de la contrepartie reçue/à recevoir et tout gain ou perte cumulé constaté dans les autres éléments du résultat étendu et cumulé en capitaux propres est comptabilisée en bénéfices ou en pertes.

Instruments financiers compensatoires

Les actifs et les passifs financiers sont compensés et le montant net est comptabilisé dans les états de la situation financière seulement s'il existe un droit juridique de compenser les montants et qu'il existe une intention de régler le montant net ou de réaliser l'actif et de régler le passif simultanément.

Dépréciation des actifs financiers

Les actifs financiers sont évalués pour les indicateurs de dépréciation à la fin de chaque année. Les actifs financiers sont considérés comme dépréciés lorsqu'il existe des preuves objectives que le flux de trésorerie futur estimé de l'investissement sera négatif. La perte de valeur sur les actifs financiers est fondée sur l'examen de tous les montants en souffrance à la fin de la période. La valeur comptable de l'actif financier est réduite de la perte de valeur directement applicable à tous les actifs financiers, lorsque la valeur comptable est réduite au moyen d'un compte de provision.

Provisions

Une provision est comptabilisée dans l'état de la situation financière lorsque la Société a une obligation juridique ou implicite actuelle résultant d'un événement passé, et il est probable qu'une sortie d'avantages économiques sera nécessaire pour éteindre l'obligation.

Les provisions sont évaluées à la valeur actualisée des dépenses jugées nécessaires pour éteindre l'obligation à l'aide d'un taux

d'actualisation qui tient compte des évaluations présentes du marché de la valeur temps de l'argent et du risque propre à l'obligation. L'augmentation de la provision due au passage du temps est comptabilisée à titre de charge d'intérêts.

Avantages postérieurs à l'emploi

Allocations de retraite

Les employés de négociation ont droit à une allocation de retraite fondée sur les années de service et le taux de rémunération au cours de l'année de la retraite ou du décès. Ce programme est financé dans l'année où l'allocation est versée. Le coût de l'allocation de retraite gagnée par les employés est déterminé sur une base actuarielle au moyen de la méthode des prestations projetées calculée au prorata du service et de la meilleure estimation faite par la direction de l'augmentation des salaires et de l'âge de la retraite des employés.

Les hypothèses importantes utilisées dans le calcul du passif sont les suivantes :

	1 ^{er} avril 2018	26 mars 2017
Taux d'actualisation - début de l'exercice	3,0 %	3,0 %
Taux d'actualisation - fin de l'exercice	3,0 %	3,0 %
Augmentations salariales futures	2,3 %	2,3 %
Âge de la retraite	Varie selon l'âge actuel du participant	

Régime de retraite

Les employés de la Société sont membres du Régime de retraite dans les services publics du Nouveau-Brunswick (RRSPNB), un régime de retraite interentreprises à risques partagés. Les cotisations sont versées à la fois par la Société et par les employés. Étant donné qu'il n'est pas facile de fournir l'information suffisante pour tenir compte de la participation de la Société au régime à l'aide de la comptabilité des régimes de retraite à prestations déterminées, ces états financiers ont été préparés au moyen de la comptabilité des régimes de retraite à cotisations déterminées. Les cotisations versées par la Société au cours de l'exercice ont totalisé 2 841 572 \$ (2 759 890 \$ en 2017).

Produits

Le produit est évalué à la juste valeur de la contrepartie reçue ou à recevoir.

Ventes aux clients de détail

Les produits sont comptabilisés au point de vente aux clients.

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

3. Résumé des principales conventions comptables (suite)

Revenu (suite)

Ventes à des magasins-agences et établissements sous licence

Les produits de la vente de biens sont constatés lorsque toutes les conditions suivantes sont remplies :

- La Société a transféré les risques importants et les avantages inhérents à la propriété des biens à l'acheteur;
- la Société ne conserve ni la participation continue de la direction, ni le degré de contrôle effectif des biens vendus;
- le montant des revenus peut être évalué de façon fiable;
- il est probable que les avantages économiques associés à la transaction iront à la Société; et
- les coûts engagés ou à engager relativement à la transaction peuvent être évalués de façon fiable.

Rabais des fournisseurs

La Société enregistre la contrepartie en espèces reçue des fournisseurs comme réduction du coût des stocks connexes ou, si les stocks connexes ont été vendus, au coût de production des produits.

4. Les futures déclarations comptables qui n'ont pas encore pris effet et qui n'ont pas été adoptées tôt par la Société

Certaines nouvelles normes, interprétations, modifications et améliorations des normes existantes ont été émises par l'IASB ou le Comité d'interprétation des rapports financiers internationaux (IFRIC) et ne sont pas en vigueur pour l'exercice clos le 1^{er} avril 2018; même si l'adoption anticipée est permise, elles n'ont pas été appliquées à la préparation des états financiers.

IFRS 9 Instruments financiers

Le 24 juillet 2014, l'IASB a publié la version intégrale de la norme IFRS 9 (IFRS 9 (2014)). La date d'entrée en vigueur obligatoire de l'IFRS 9 correspond aux périodes annuelles ouvertes à compter du 1^{er} janvier 2018 et doit être appliquée rétrospectivement avec certaines exemptions. L'adoption anticipée est permise. Le retraitement des périodes antérieures n'est pas nécessaire et n'est autorisé que si l'information est disponible sans procéder de façon rétrospective. La norme IFRS 9 (2014) instaure de nouvelles exigences de classification et de mesure des actifs financiers. En vertu de l'IFRS 9

(2014), les actifs financiers sont classés et mesurés selon le modèle d'affaires dans lequel ils sont détenus et les caractéristiques de leurs flux de trésorerie contractuels. La norme présente d'autres changements relatifs aux passifs financiers. Elle modifie également le modèle de dépréciation en introduisant un nouveau modèle de « perte de crédit attendue » pour le calcul de la dépréciation. La norme IFRS 9 (2014) comprend également une nouvelle norme de comptabilité de couverture qui harmonise plus étroitement la comptabilité de couverture avec la gestion des risques. Cette nouvelle norme ne modifie pas fondamentalement les types de relations de couverture ou l'obligation de mesurer et de reconnaître l'inefficacité, mais elle fournira davantage de stratégies de couverture qui sont utilisées aux fins de la gestion des risques pour être admissibles à la comptabilité de couverture et pour déterminer l'efficacité d'une relation de couverture. Des exigences transitoires spéciales ont été établies pour l'application du nouveau modèle général de couverture. La Société ne prévoit pas que la norme aura des répercussions importantes sur les états financiers.

IFRS 15 Produits des activités ordinaires tirés des contrats avec des clients

Le 28 mai 2014, l'IASB a publié l'IFRS 15, Produits des activités ordinaires tirés des contrats avec des clients. La nouvelle norme s'applique aux périodes annuelles ouvertes à compter du 1^{er} janvier 2018. Une application anticipée est autorisée. La norme IFRS 15 remplacera IAS 11 Contrats de construction, IAS 18 Produits des activités ordinaires, IFRIC 13 Programmes de fidélisation de la clientèle, IFRIC 15 Accords pour la construction de biens immobiliers, IFRIC 18 Transfert d'actifs de clients, et SIC 31 Produits — Opérations de troc impliquant des services de publicité. Le 12 avril 2016, l'IASB a publié des précisions à l'IFRS 15, Produits des activités ordinaires tirés des contrats avec des clients, ayant pris effet en même temps que l'IFRS 15.

La norme comprend un modèle unique qui s'applique aux contrats conclus avec les clients et deux approches de comptabilisation des revenus : à un moment donné ou au fil du temps. Le modèle présente une analyse en cinq étapes des opérations fondée sur un contrat pour déterminer si, dans quelle mesure et quand les revenus sont comptabilisés. De nouvelles estimations et des seuils de jugement ont été introduits, ce qui peut avoir une incidence sur le montant et/ou le moment des revenus comptabilisés. La nouvelle norme s'applique aux contrats conclus avec des clients. Elle ne s'applique pas aux contrats d'assurance, aux instruments financiers ou aux contrats de location, qui sont visés par les autres normes IFRS. Les précisions apportées à la norme IFRS 15 fournissent des directives supplémentaires sur l'analyse en cinq étapes, la transition et l'application de la Norme aux licences de propriété intellectuelle. La Société ne prévoit pas que la norme aura des répercussions importantes sur les états financiers.



IFRS 16 Contrats de location

Le 13 janvier 2016, l'IASB a publié la norme IFRS 16, intitulée Contrats de location. La nouvelle norme s'applique aux périodes annuelles ouvertes à compter du 1^{er} janvier 2019. Une application anticipée est autorisée pour les entités qui appliquent l'IFRS 15 Produits des activités ordinaires tirés des contrats avec des clients à la date de l'adoption initiale d'IFRS 16 ou avant cette date. L'IFRS 16 remplacera l'IAS 17, Contrats de location.

La présente norme prévoit un modèle comptable unique pour le preneur et exige qu'un preneur comptabilise l'actif et le passif pour tous les contrats de location comportant une échéance de plus de 12 mois, à moins que l'actif sous-jacent ne soit de faible valeur. Un preneur est tenu de reconnaître un actif d'utilisation représentatif de son droit d'utiliser l'actif sous-jacent et un passif au titre du contrat de location qui représente son obligation de verser des paiements de location. La présente norme impose de façon substantielle les exigences comptables du donneur-bail d'IAS 17, tout en exigeant que les bailleurs de fonds fournissent des informations améliorées. D'autres secteurs du modèle comptable ont été touchés, y compris la définition d'un contrat de location. Des dispositions transitoires ont été prévues. Il n'est pas prévu que l'IFRS 16 ait des répercussions importantes sur les actifs et les passifs de la Société. La Société loue des bâtiments, des locaux et de l'équipement en location-exploitation. La Société n'est pas en mesure, à l'heure actuelle, d'estimer de manière raisonnable les répercussions que l'IFRS 16 aura sur les états financiers.

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

5. 5. Immobilisations corporelles (000\$)

	TERRAIN	PAVAGE	IMMEUBLES	AMÉLIORATIONS LOCATIVES	MOBILIER, AGENCEMENTS ET ÉQUIPEMENT	AUTOMOBILES	ÉQUIPEMENT DE DÉTAIL	ÉQUIPEMENT DE RÉFRIGÉRATION	TOTAL
COÛT									
Solde au 27 mars 2016	98 \$	420 \$	10 546 \$	4 112 \$	20 074 \$	352 \$	1 310 \$	3 000 \$	39 912 \$
Ajouts			415	497	2 144	126	69	498	3 749
Cessions					21	37			58
Solde au 26 mars 2017	98 \$	420 \$	10 961 \$	4 609 \$	22 197 \$	441 \$	1 379 \$	3 498 \$	43 603 \$

Solde au 26 mars 2017	98 \$	420 \$	10 961 \$	4 609 \$	22 197 \$	441 \$	1 379 \$	3 498 \$	43 603 \$
Ajouts			540	1 271	1 072	94	191	278	3 446
Cessions		26	425	9	258	103		72	893
Solde au 1^{er} avril 2018	98 \$	394 \$	11 076 \$	5 871 \$	23 011 \$	432 \$	1 570 \$	3 704 \$	46 156 \$

Amortissement cumulé

Solde au 27 mars 2016		396 \$	6 472 \$	2 777 \$	16 518 \$	244 \$	1 292 \$	2 098 \$	29 797 \$
Dépréciation		6	175	352	1 628	74	18	197	2 450
Cessions					13	37			50
Solde au 26 mars 2017		402 \$	6 647 \$	3 129 \$	18 133 \$	281 \$	1 310 \$	2 295 \$	32 197 \$

Solde au 26 mars 2017		402 \$	6 647 \$	3 129 \$	18 133 \$	281 \$	1 310 \$	2 295 \$	32 197 \$
Depreciation		6	177	202	1 582	76	21	207	2 271
Disposals		26	296	9	258	89		72	750
Solde au 1^{er} avril 2018		382 \$	6 528 \$	3 322 \$	19 457 \$	268 \$	1 331 \$	2 430 \$	33 718 \$

Valeurs comptables

Au 26 mars 2017	98 \$	18 \$	4 314 \$	1 480 \$	4 064 \$	160 \$	69 \$	1 203 \$	11 406 \$
Au 1 ^{er} avril 2018	98 \$	12 \$	4 548 \$	2 549 \$	3 554 \$	164 \$	239 \$	1 274 \$	12 438 \$



6. Immobilisations incorporelles (000\$)

Logiciels

Coût	2018	2017
Solde d'ouverture	10 327 \$	9 090 \$
Ajouts	1 676	1 237
Solde de fermeture	12 003	10 327
Amortissement cumulé		
Solde d'ouverture	5 241	4 565
Amortissements	696	676
Solde de fermeture	5 937	5 241
Valeur comptable	6 066 \$	5 086 \$

7. Avantages postérieurs à l'emploi (000\$)

Allocations de retraite

Conformément à la directive de la province du Nouveau-Brunswick et avec l'approbation du conseil d'administration, l'accumulation de prestations de retraite a cessé pour les employés non syndiqués à compter du 30 juin 2013. Le programme demeure en vigueur pour les employés de l'unité de négociation en attendant les directives de la province. La dernière évaluation actuarielle complète du régime a été achevée au 31 mars 2016. Une extrapolation du régime a été effectuée au 31 mars 2018.

Les renseignements relatifs au régime sont les suivants :

Rapprochement des obligations au titre des prestations définies

	2018	2017
Solde d'ouverture	2 487 \$	2 637 \$
Coût pour le service courant de l'employeur	135	132
Frais d'intérêts	74	77
Prestations versées	(293)	(359)
Gain actuariel dû à la modification des hypothèses financières	(53)	-
Solde de clôture	2 350 \$	2 487 \$

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

8. Variation des fonds de roulement hors caisse (000\$)

	2018	2017
Comptes clients et autres débiteurs	6 475 \$	(8 980) \$
Stocks	(2 665)	(4 370)
Charges payées d'avance	(390)	(276)
Comptes clients et autres créditeurs	2 705	4 110
	6 125 \$	(9 516) \$

9. Ventes (000\$)

	2018	2017
Spiritueux	100 755 \$	97 188 \$
Vin	99 047	91 567
Autres boissons	28 946	26 316
Produits non alcooliques	412	319
Bière	199 507	199 730
	428 667 \$	415 120 \$



10. Charges d'exploitation (000\$)

	2018	2017
Salaires - magasins	21 124 \$	19 682 \$
Loyer	8 878	7 533
Salaires - administration et entrepôt	8 208	7 630
Avantages sociaux des employés	7 845	7 074
Frais de remboursement de la consignation	3 448	2 793
Frais bancaires et frais de carte de débit/crédit	2 735	2 801
Dépréciation	2 271	2 450
Chauffage et éclairage	1 541	1 512
Publicité et promotions	1 335	1 329
Services professionnels	1 182	1 119
Traitement des données	1 050	644
Fournitures et matériel mineurs	931	704
Articles manquants	906	431
Amortissement des immobilisations incorporelles	696	676
Réparations des immobilisations corporelles	504	599
Déplacements	466	416
Télécommunications	442	446
Autres coûts	361	347
Sécurité	330	326
Impôts fonciers	300	297
Sacs	294	179
Programmes de formation	293	198
Entretien du système automatisé aux points de vente	257	225
Réunions de la direction	202	202
Nettoyage	170	175
Exploitation des véhicules à moteur	107	107
Assurances	101	99
Entrepôt – entretien et fournitures	76	81
Rémunération des administrateurs	45	41
Affranchissement	20	21
	66 118 \$	60 137 \$

NOTES COMPLÉMENTAIRES AUX ÉTATS FINANCIERS

11. Objectifs et politiques de gestion du risque financier

Risque de liquidité

Le risque de liquidité est le risque que la Société soit incapable de respecter ses obligations financières à mesure qu'elles deviennent exigibles. La Société gère ce risque en surveillant les flux de trésorerie futurs afin de s'assurer qu'elle disposera d'une trésorerie suffisante pour s'acquitter de ces obligations. Tous les passifs financiers sont exigibles dans un délai d'un an, à l'exception des remboursements de la consigne qui devraient être payés au cours des deux prochaines années.

Risque de change

Dans la préparation des états financiers, les opérations sur devises autres que le dollar canadien sont enregistrées aux taux de change en vigueur à la date de l'opération. La Société est exposée au risque de change sur les achats libellés dans une monnaie autre que le dollar canadien. Les monnaies qui donnent lieu à ce risque sont principalement les dollars américains et les euros. La direction a atténué ce risque en limitant le nombre d'opérations d'achat en devises étrangères.

Risque de crédit

Le risque de crédit est le risque que la Société subisse une perte parce qu'un client ne s'acquitte pas d'une obligation. L'exposition de la Société est liée à la valeur des comptes clients et autres débiteurs. La Société a réduit l'exposition à ce risque en limitant l'accès au crédit et les relations contractuelles avec les partenaires commerciaux. En date du 1^{er} avril 2018, il n'y a pas de comptes débiteurs financiers importants de plus de 30 jours et aucun compte client ne représente plus de 10 % du total des comptes débiteurs.

Gestion du capital

La Société n'a pas de capital-actions ou de dette à long terme. Sa définition du capital est la trésorerie et les capitaux propres. Les principaux objectifs de la Société en matière de gestion du capital consistent à assurer une liquidité suffisante à l'appui de ses obligations financières et à maximiser le rendement de la province du Nouveau-Brunswick.

12. Engagements (000 \$)

La Société loue des immeubles, des locaux et du matériel en vertu de contrats de location-exploitation qui expirent à diverses dates entre 2019 et 2038. Certains de ces contrats de location-exploitation comportent des options de renouvellement à la fin du bail initial. Le tableau ci-après présente le calendrier des paiements minimaux futurs requis en vertu de contrats de location-exploitation qui comportent, à compter du 1^{er} avril 2018, des modalités de location initiales supérieures à un an.

Montant exigible en un an ou moins	7 832 \$
Entre un an et cinq ans	27 631
Plus de cinq ans	42 242
	<hr/> <hr/> 77 705 \$

Depuis le 1^{er} avril 2018, la Société a conclu 13 ententes de location ayant des paiements de location annuellement de 1 915 \$.

13. Éventualités

La Société prend part à diverses actions en justice et d'autres affaires dans le cours normal de ses activités. L'issue de ces actions et la décision des tribunaux à cet égard ne peuvent pas être déterminées à l'heure actuelle. Par conséquent, les états financiers ne reflètent aucune provision pour ces actions. Les règlements, s'il y a lieu, relatifs à ces éventualités seront comptabilisés dans la période où chaque règlement aura lieu. La direction a réduit ce risque en maintenant la couverture d'assurance requise.

La Société indemnise ses administrateurs et ses dirigeants en cas de réclamations raisonnables engagées ou de pertes raisonnables subies dans l'exécution de leurs fonctions pour la Société.

14. Opérations entre apparentés

La partie qui a le contrôle ultime de la Société est la province du Nouveau-Brunswick. Les sommes à remettre à la province sont indiquées dans les états des variations des capitaux propres. En vertu du principe de propriété commune, la Société est liée à tous les ministères, organismes et sociétés d'État provinciaux. Les opérations avec ces entités sont effectuées dans le cours normal des activités et sont enregistrées à la valeur d'échange, sauf indication contraire dans les présents états financiers. Les opérations avec des entités connexes et la province du Nouveau-Brunswick sont considérées comme sans importance dans ces états financiers.

Rémunération du personnel de gestion clé

Les membres du conseil d'administration et de l'équipe de direction sont considérés comme des membres clés du personnel de gestion. La rémunération et les avantages sociaux totaux se chiffraient à 946 198 \$ (1 033 792 \$ en 2017).