

PLAN ANNUEL

EXERCICE FINANCIER 2022-2023





ALCOOL · NB · LIQUOR

EXERCICE FINANCIER 2022-2023

MESSAGE DU PRÉSIDENT

Le plan annuel d'ANBL 2022-2023 a été préparé conformément à la *Loi sur la Société des alcools du Nouveau-Brunswick* et à l'orientation stratégique stipulée dans la lettre de mandat annuelle que le gouvernement a fait parvenir à ANBL. En tant que Corporation de la couronne constituée en vertu de la *Loi sur la Société des alcools du Nouveau-Brunswick*, la principale activité commerciale d'ANBL consiste à acheter, à distribuer et à vendre des boissons alcoolisées dans toute la province. Les buts et objectifs d'ANBL en 2022-2023 continuent de s'articuler sur cette activité fondamentale telle qu'elle est définie dans la Loi.

Le plan stratégique d'ANBL pour 2020-2023 a été conçu et mis au point pour assurer de stimuler la vente au détail de boissons alcoolisées au Nouveau-Brunswick en vue de nous permettre de respecter nos obligations et la confiance qu'ont les investisseurs participants dans notre capacité le faire. La survenue inattendue de la pandémie mondiale a eu un impact sur les habitudes et les comportements d'achat des consommateurs, qui sont toujours en cours d'analyse en vue d'établir des prévisions pour 2022-2023, et les conséquences permanentes de la COVID-19 sur l'ensemble de l'industrie des boissons alcoolisées demeurent encore inconnues. Notre équipe est fortement motivée à atteindre les objectifs fixés, qui représentent environ 10 millions de dollars de plus que notre projection initiale de 190,6 millions de dollars de revenu net.

Pour être conformes aux priorités du gouvernement du Nouveau-Brunswick, les buts et objectifs d'ANBL 2022-2023 doivent respecter la législation en vigueur, assurer la sécurité constante de ses employés et de ses clients et continuer de réduire son impact environnemental grâce à la modernisation de son réseau de vente au détail et de son centre de distribution. ANBL maintiendra également l'accent sur les priorités axées sur des domaines prioritaires particuliers du gouvernement, notamment 1) l'établissement d'un gouvernement économique et durable par la génération de revenus, 2) la stimulation du secteur privé par la création et la mise en œuvre d'une stratégie triennale pour les producteurs locaux, et 3) la création de communautés dynamiques et durables au moyen de programmes de responsabilité sociale et d'une stratégie de développement de la marque. ANBL a établi des mesures de rendement propres à ces priorités, et à d'autres initiatives prioritaires, pour soutenir un cadre de responsabilité ouvert et transparent.

En tant que président, je suis responsable de la préparation et de la présentation du plan annuel, conformément à la *Loi sur la Société des alcools du Nouveau-Brunswick* et à la *Loi sur la reddition de comptes et l'amélioration continue*, et de l'atteinte des buts et objectifs particuliers qui y sont énoncés. Je suis particulièrement fier et impressionné par les efforts et l'expertise de l'équipe qui se reflètent dans le plan annuel 2022-2023, et l'ensemble du Conseil d'administration reconnaît également cet effort de collaboration.



John Correia
Président du Conseil d'administration

PLAN ANNUEL

2022-2023

- 4 Plan stratégique
- 6 Buts et objectifs stratégiques
- 8 Mesures de rendement
- 10 État prévisionnel des opérations et du budget d'investissement



PLAN STRATÉGIQUE

2022-2023

MISSION Gérer de manière responsable une entreprise prospère pour les habitants du Nouveau-Brunswick.

VISION Livrer un rendement optimal pour votre investissement en nous.

STRATÉGIE Financière
Culture à haut rendement axée sur la client
Responsabilité de l'entreprise





BUTS ET OBJECTIFS STRATÉGIQUES

2022-2023

- 1. Croissance des revenus et réduction des coûts**
 - Atteindre l'objectif de revenu net fixé par le gouvernement provincial, en nous concentrant sur la croissance des revenus et la réduction des coûts
 - Créer et mettre en œuvre une stratégie triennale pour les producteurs locaux
- 2. Orientation, alignement et responsabilisation**
 - Optimiser la valeur pour les clients et les parties prenantes
- 3. Responsabilité sociale et gouvernance**
 - Renforcer la santé et la sécurité
 - Congés de maladie aux employés en lien avec des maladies transmissibles
 - Lancer l'exécution d'une stratégie de développement de la marque



ALCOOL · NB · LIQUOR

MESURES DE RENDEMENT

2022-2023

MESURE	2021 EN COURS	2022 PRÉVISION	2023 CIBLE
Nombre de semaines	52	53	52
Croissance des revenus et réduction des coûts			
Revenu net (millions de \$)	199,4 \$	192,0 \$	200,0 \$
Ventes haut de gamme (millions de \$)	506,0 \$	510,0 \$	514,7 \$
Revenu net par rapport aux ventes	39,4 %	38,0 %	38,9 %
Dépenses d'exploitation par rapport aux ventes	13,7 %	14,8 %	13,8 %
Coûts de main-d'œuvre par rapport aux ventes	7,4 %	7,9 %	Inférieur à 2022
Orientation, alignement et responsabilisation			
Valeur moyenne des transactions effectuées par les clients	42,66 \$	Inchangé	Inchangé ou supérieur à 2022
Score du sondage sur l'engagement des employés	3,89 / 5	Inchangé ou supérieur à 2021	Inchangé ou supérieur à 2022
Responsabilité sociale et gouvernance			
Réaliser les étapes du cadre et programme à temps	Atteint	Terminer au quatrième trimestre	Terminer au troisième trimestre



ÉTAT PRÉVISIONNEL DES OPÉRATIONS ET DU BUDGET D'INVESTISSEMENT

2022-2023

	BUDGET 2022-2023	POURCENTAGE BUDGÉTÉ DES VENTES	BÉNÉFICE BRUT %
Ventes - produits			
Spiritueux	\$117,216,687	22.8%	
Vin	110,511,258	21.5%	
Bière	215,371,438	41.8%	
Panachés et cidres	71,124,421	13.8%	
Produits non alcoolisés	520,648	0.1%	
Total des ventes - produits	<u>514,744,452</u>	<u>100.0%</u>	
Coût des marchandises vendues			
Spiritueux	42,890,203	8.3%	63.4%
Vin	43,194,410	8.4%	60.9%
Bière	117,731,014	22.9%	45.3%
Panachés et cidres	31,394,663	6.1%	55.9%
Produits non alcoolisés	296,134	0.1%	43.1%
Coût total des ventes - produits	<u>235,506,424</u>	<u>45.8%</u>	
Bénéfice brut - ventes de produits	<u>279,238,028</u>	<u>54.2%</u>	
Autres produits	3,101,643	0.6%	
Moins : commissions et réductions	<u>11,332,000</u>	<u>2.2%</u>	
Revenu net d'exploitation	271,007,671	52.6%	
Dépenses d'exploitation (nettes des services partagés)	<u>60,043,278</u>	<u>11.7%</u>	
BAIIDA	<u>\$210,964,393</u>	<u>41.0%</u>	
Dépenses hors exploitation			
Dépréciation et amortissement	9,429,660	1.8%	
Intérêts sur l'obligation locative	<u>1,540,288</u>	<u>0.3%</u>	
Total des dépenses hors exploitation	<u>10,969,948</u>	<u>2.1%</u>	
Revenue net	<u>\$ 199,994,445</u>	<u>38.9%</u>	
Budget d'investissement total pour 2022-2023	<u>\$ 3,573,000</u>		