

***Regroupement des
Magasins-Partage
de l'île de Montréal***

**Bilan de la
Campagne de Noël 2002**



**« Pour aller plus loin
que la faim »**

« Aidez nous à leur donner le choix »

Table des matières

Avant-propos	p.3
---------------------	-----

Faits saillants

Le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal et ses membres	p.4
---	-----

La définition du Regroupement, un brin d'histoire, la définition d'un Magasin-Partage

La campagne de Noël	p.6
----------------------------	-----

Premier volet : La campagne de financement	p.6
---	-----

Les sollicitations, les dons, le partage de don, la redistribution des dons, les achats de denrées, les activités de financement, la redistribution totale des denrées, la valeur du don offert par le Regroupement à chaque Magasin-Partage

Deuxième volet : La campagne médiatique	p.12
--	------

Le slogan et le thème, les relations de presse, les outils de visibilité, le vidéo, le site internet et le dépliant du Regroupement

Les Magasins-Partage en action	p.14
---------------------------------------	------

Le portrait de la situation du réseau des Magasins-Partage, le portrait socio-économique des citoyens desservis, la grande variété de denrées, les jouets, l'halte-garderie et la livraison, l'organisation des campagnes locales, les bénévoles, la porte d'entrée d'un réseau d'entraide, la reprise en main de sa dignité, les objectifs locaux

Bilan financier de la campagne de Noël	p.20
---	------

Conclusion	p.21
-------------------	------

Annexes

Annexe 1 : Dons reçus sous forme d'argent	p.23
---	------

Annexe 2 : Dons sous forme de biens et services	p.24
---	------

Annexe 3 : Détails des activités de financement de 2002	p.26
---	------

Annexe 4 : Liste des denrées alimentaires achetées par le Regroupement	p.27
--	------

Liste des Magasins-Partage de Noël 2002	p.28
--	------

Témoignage d'une participante	p.29
--------------------------------------	------

Avant- propos

L'année 2002 fut remarquable à plusieurs points de vue pour le *Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal* et les 22 *Magasins-Partage*. Vous constaterez à la lecture de ce bilan, tous les efforts déployés pour mener à bien la campagne dans des secteurs aussi variés que le développement de nouveaux partenariats, de consolidation de ceux déjà existants, de la gestion des achats collectifs, de la promotion médiatique du concept, et du développement des outils de visibilité.

Faits saillants

Afin de répondre aux besoins des 6165 ménages¹ participants-prévus dans le respect de leur choix et de leur dignité, le *Regroupement* ainsi que son réseau de 20 *Magasins-Partage de Noël* ont redistribués à la population montréalaise une valeur de 600 000\$ en denrées alimentaires et autres produits de consommation.

Il est intéressant de mettre ici en évidence certains points importants relatifs à la campagne 2002 des *Magasins-Partage de Noël*.

- ✦ Le plus grand nombre de partenariats;
- ✦ La plus grosse campagne de financement;
- ✦ Le plus gros volume d'achats collectifs;
- ✦ Une augmentation de la somme d'argent allouée par ménage inscrit pour les achats personnalisés;
- ✦ Plus d'outils de visibilité et de promotion;
- ✦ Une victoire d'influence face au comité organisateur de la *Grande Guignolée*;
- ✦ Une nouvelle activité bénéfice.

La lecture du bilan de notre campagne de Noël vous donnera davantage de détails sur les différents dossiers menés par le *Regroupement des Magasins-Partage* en 2002. Nous vous souhaitons bonne lecture.

**Notez que les phrases en caractère «*gras italique*»
correspondent aux points sur lesquels nous aimerions que
vous portiez une attention particulière.**

¹ Ce nombre de ménages prévus correspond à l'évaluation de la capacité à recevoir de chaque magasin. Les achats collectifs sont calculés en fonction de ce nombre. Cependant, dans la réalité, le nombre de ménage varie selon l'importance des dons reçus par chacun des *Magasins-Partage* lors des campagnes locales.

Le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal et ses membres

La définition du Regroupement

Le *Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal* est né du besoin des différents *Magasins-Partage* à s'unir pour développer une force génératrice de solidarité et de dignité dans le domaine de la sécurité alimentaire. Le *Regroupement* se veut un lieu de rassemblement, d'échange d'information, d'organisation et de représentation. Il veille au respect et au développement du concept original des *Magasins-Partage* et mène essentiellement des campagnes de financement au profit de ses membres.

Avec les argents amassés, il procède à l'achat collectif de denrées alimentaires et voit à sa juste redistribution dans le réseau des *Magasins-Partage*. Le *Regroupement des Magasins-Partage* fût d'abord mis sur pied afin d'obtenir un meilleur pouvoir de négociation lors de l'achat collectif de denrées alimentaires et également développer une meilleure crédibilité auprès des donateurs et bailleurs de fonds.

Un brin d'histoire

C'est en décembre 1986, dans le quartier Villeray, au *Patro le Prevost*, que naît l'ancêtre du *Magasin-Partage de Noël*. L'« Opération dignité » accueillera alors 35 familles. Cette initiative locale du *Magasin-Partage* suscitera l'intérêt d'autres organismes qui expérimenteront le concept chez eux. Ils désirent tous mettre sur pied une alternative aux traditionnels paniers de Noël car ils sont insatisfaits et inconfortables d'offrir des denrées alimentaires où le rapport entre donateur et bénéficiaire favorise les préjugés, la dépendance, l'inaction et l'indifférence. Ils formeront donc en 1993 au sein de la *Table de concertation sur la faim du Montréal Métropolitain*, un comité des *Magasins-Partage*.

En 1995, une première tentative d'achats collectifs fut expérimentée par le comité de la *Table*. En 1996, une première coordonatrice fut embauchée pour mener à bien la campagne de Noël et ainsi développer une meilleure crédibilité auprès des bailleurs de fonds. Au cours de cette période, le *Regroupement des Magasins-Partage*, acquiert un meilleur pouvoir d'achat auprès des grossistes. En 1997, les membres du comité décidèrent de s'affranchir de la *Table de concertation* pour devenir un organisme autonome. Le *Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal* voit alors le jour. C'est en juin 1998 que le *Regroupement* dépose une demande d'incorporation et devient un organisme à but non lucratif et reconnu comme un organisme de bienfaisance. Aujourd'hui, 22 *Magasins-Partage* en sont membres.

Des 35 familles aidées en 1986, le *Regroupement des Magasins-Partage* et ses membres ont été en mesure, en 2002, de supporter 6033 ménages. Ce sont 14 382 individus qui ont bénéficiés d'une **épicerie de Noël**.

La définition d'un Magasin-Partage

Le *Magasin-Partage de Noël* est en quelque sorte une épicerie de quartier, à l'image du magasin général d'autrefois, qui offre aux ménages appauvris la possibilité de faire une épicerie de Noël. Peu importe sa source de revenu, son statut social, culturel ou religieux, un ménage dans le besoin ne peut être exclu. C'est lors de la visite d'un de ceux-ci que nos donateurs et partenaires voient et ressentent l'accueil chaleureux et l'atmosphère familiale qui y règne.

Un *Magasin-Partage* est plus qu'une épicerie. Il se distingue des traditionnels paniers de Noël, car il donne au participant le pouvoir de choisir ses propres denrées. Le *Magasin-Partage* prône les valeurs de dignité, de prise en charge et de solidarité. Il permet aux personnes à faibles revenus de briser leur isolement, et de pouvoir magasiner comme tout le monde dans le respect et la dignité. Chaque personne peut ainsi choisir ce qui lui convient, en tenant compte de ses goûts, sa culture, sa religion et ses besoins spécifiques.

Une contribution volontaire de 10% du coût réel de l'épicerie est demandée au participant, ce qui lui permet de participer activement à l'activité et par conséquent, de se sentir respecté dans sa dignité. Les sommes d'argent recueillies sont aussitôt réinvesties dans le *Magasin-Partage*, afin de permettre à plus de résidents de bénéficier du service offert.

Le *Magasin-Partage* crée une solidarité dans le quartier. L'organisation du *Magasin* nécessite la participation de plusieurs partenaires. Non seulement les intervenants des ressources communautaires sont mis à contribution, mais également les commerçants, les institutions publiques et parapubliques, les résidents et les participants eux-mêmes.

Ce travail de concertation locale permet d'assurer un suivi aux individus inscrits, en les orientant vers les ressources communautaires les plus aptes à les aider à se reprendre en mains tout au cours de l'année (Ex. : cuisines collectives, groupes d'achats, etc.).

La campagne de Noël

À chaque année, la campagne de Noël du *Regroupement des Magasins-Partage* comporte deux volets. Le premier volet consiste en une campagne de financement qui s'est tenue principalement de mars à novembre 2002. Le second volet est la campagne médiatique. Celle-ci comporte les relations de presse, la promotion du concept du *Magasin-Partage*, ainsi que l'élaboration, la conception et la distribution des outils de visibilité.

Pour bien faire comprendre aux partenaires le concept des Magasins-Partage et l'impact de leurs dons dans les milieux socio-communautaires desservis, il n'y a rien de mieux qu'une visite d'un Magasin-Partage. La visite est aussi un moment propice pour inviter les médias à connaître et à faire connaître davantage nos actions. Cette visite est l'occasion de présenter aux nouveaux et futurs partenaires la mission et l'histoire du Regroupement et des Magasins-Partage ainsi que l'organisation d'une campagne de Noël. C'est aussi le but de ce bilan. Dans cette section du bilan, nous découvrirons les rouages du fonctionnement et les résultats de la campagne 2002 du Regroupement.

Nous verrons plus loin, dans la section « les *Magasins-Partage* en action », les impacts positifs de la campagne du *Regroupement* et des *Magasins-Partage* sur le terrain.

Premier volet : La campagne de financement

Grâce à des ressources humaines supplémentaires, il fût possible, en 2002, de faire davantage de demandes de soutiens financiers. Le volet du financement englobe la sollicitation, les activités de financement, le développement de partenariats et la consolidation de ceux-ci, ainsi que l'utilisation des argents amassés.

Les sollicitations

Dès le mois de mars, le *Regroupement des Magasins-Partage* a sollicité les partenaires déjà existants et une recherche exhaustive de nouveaux partenaires a été faite. À la suite de plusieurs démarches, bon nombre d'entre eux ont répondu favorablement en offrant un don en argent, en biens ou en services.²

Afin de faciliter l'investissement de certains partenaires d'action et de renforcer les liens déjà existants, le *Regroupement* a travaillé de nouveau cette année au développement d'ententes personnalisées avec ceux-ci. Ces ententes permettent une meilleure collaboration dans le respect des limites et des possibilités de chacun.

Notons que le Regroupement des Magasins-Partage a développé de nouveaux liens avec certains partenaires en les invitant à collaborer sur une base locale avec les Magasins-Partage de leur territoires. (Ex : Ville de Montréal vers les Conseils d'arrondissement, Commission scolaire de Montréal vers les directions d'écoles.)

Les dons

Dons sous forme d'argent

Ce sont 45 partenaires d'action en 2002 (comparativement à 39 partenaires en 2001) qui, ensemble, ont apporté un soutien à la cause des gens qui ont faim. Plus particulièrement, dans le cadre des achats collectifs,

² Pour la liste complète de nos donateurs et la nature de leurs dons voir les annexes 1 et 2.

c'est avec beaucoup de fierté que le Regroupement annonce que certains d'entre eux ont augmenté leur don et que de nouveaux partenaires se sont joints aux rangs du Regroupement.

Bien que cette année fut couronnée de succès au niveau des fonds amassés, il n'en demeure pas moins que le Regroupement doit composer chaque année avec la perte de certains soutiens financiers. Certains partenaires n'offrent qu'une aide ponctuelle, d'autres organisations modifient leur champ d'action ou diminuent leur contribution. L'ensemble de ces fluctuations affecte bien sûr la somme des achats collectifs d'une année à l'autre.

Dons en biens de consommation

Les dons en biens de consommation correspondent surtout à des dons reçus sous la forme de produits d'hygiène corporelle ou d'entretien ménager. On pense ici aux shampooings, revitalisants, papier de toilette, détergents à lessive, etc.

Dons en cadeaux et jouets

Certains donateurs nous offrent des dons en jouets, livres et autres cadeaux (foulards, chandails, etc.). Ceux-ci sont offerts gratuitement pour la joie des enfants, des adolescents et des adultes. Nous avons développé davantage ce volet en 2002. Par les années passées, les dons de jouets au Regroupement des Magasins-Partage furent souvent acquis grâce à la générosité de donateurs spontanés. Bref, il n'y avait jamais eu de campagne de sollicitation concrète pour les jouets. Le Regroupement a donc investi quelques démarches auprès de fabricants et distributeurs de jouets. Une percée intéressante fut aussi faite dans le secteur de l'édition du livre.

Le Regroupement aura redistribué des livres, des jouets et autres cadeaux pour une valeur totale de : 80 676,38\$. Suite à ce succès, nous souhaitons développer davantage ce volet cadeaux/jouets en 2003 par une sollicitation équivalente ou plus grande.

Dons en services

Les dons en services se concrétisent en support technique, en prêt d'équipement, en prêt d'espace d'entreposage et en ressources humaines.

Partage de don

Pour la première fois, le Regroupement des Magasins-Partage a partagé un don gigantesque de l'entreprise « Cascade Groupe tissu inc. » avec un autre organisme. C'est avec Moisson-Montréal que ce don en papier hygiénique fut partagé dans les proportions suivantes : 1/3 pour le Regroupement et 2/3 pour notre partenaire. Ce 1/3 fût amplement suffisant pour remettre à chaque Magasin-Partage une quantité intéressante de papier hygiénique pour chacun des ménages participants. En échange, Moisson-Montréal a cueilli et entreposé ce don dans leur entrepôt jusqu'à la mi-décembre. Du troc de denrées diverses fût aussi effectué.

La redistribution des dons

Pour l'année 2002, le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal a redistribué aux 20 Magasins-Partage de Noël membres 193 003,22\$ en denrées et en argent. Ce montant équivaut à une somme de 31.99\$ par ménage en 2002.

Campagne	Valeur totale redistribuée en denrée et biens de consommation	Valeur par ménage en denrées et biens de consommation	nombre de ménages desservis
2000	132 570.56\$	21.54\$	6 154
2001	178 592.50\$	27.90\$	6 425
2002	193 003,22\$	31.99\$	6 033

En ajoutant les dons de jouets redistribués par le Regroupement au réseau des Magasins-Partage, chaque ménage desservi par un Magasin-Partage, aura reçu de la part du Regroupement, un total de 45,36\$ par ménage, soit 31.99\$ en denrées et produits de consommation et 13,37\$ en jeux, livres et jouets.

Les achats de denrées

Comme chaque année, le Regroupement des Magasins-Partage a opté pour trois façons différentes de sélectionner et d'acheter les denrées, soit les achats collectifs, les achats personnalisés et la gestion des dons de dernière minute.

Les achats collectifs

Les fonds amassés lors de la campagne 2002 ont permis l'achat collectif de denrées alimentaires. Au printemps, le comité des achats collectifs et la permanence se sont basés sur la satisfaction des membres concernant les produits achetés l'an dernier, afin de sélectionner les achats de la campagne 2002³. Ces denrées sont souvent des produits de base qui correspondent de façon générale aux besoins des participants de l'ensemble des Magasins-Partage. L'achat collectif de denrées alimentaires donne un meilleur pouvoir de négociation. Encore cette année, les Magasins-Partage seront invités à compléter une évaluation des denrées reçues, afin de permettre au Regroupement d'être constamment à l'écoute des besoins de ses membres.

Les achats personnalisés

En plus de donner aux Magasins-Partage des denrées acquises par achats collectifs, le Regroupement a mis à la disposition des membres en 2002, une somme de 3,00 \$ par ménage inscrit soit, 0,50 \$ de plus que l'an dernier. Ceci a permis aux Magasins-Partage de personnaliser une partie des denrées offertes sur leurs tablettes afin de répondre aux particularités de leur milieu. Un représentant de l'importateur-grossiste en alimentation Mayrand ltée s'est rendu disponible les 6 et 7 décembre 2002, dans les locaux du Regroupement, pour rencontrer chacun des responsables de Magasins-Partage et leur permettre de sélectionner les denrées alimentaires qui répondent aux besoins et aux goûts de leurs participants.⁴ (Origine ethnique, religion, âge des enfants, types de familles, nombre de personnes qui la composent, etc.).

³ Pour connaître la liste complète des achats collectifs, voir l'annexe 4

⁴ Pour connaître la liste complète des achats personnalisés, voir l'annexe 4

Les achats effectués avec les dons de dernière minute

En raison du volume de denrées achetées, le *Regroupement* doit respecter une date limite pour effectuer l'achat collectif de denrées alimentaires. Pour ce faire, le *Regroupement* anticipe donc les dons à recevoir. Comme il est difficile de prévoir la somme finale, les dons en argent amassés au-delà de la date limite ont été redistribués aux *Magasins-Partage* au prorata des ménages inscrits pour permettre aux *Magasins* de faire l'achat de denrées de dernière minute.⁵

Les activités de financement

Les activités de financement ont été organisées de concert avec deux (2) partenaires d'action majeur en 2002. La *Jeune Chambre de Commerce de Montréal* a collaboré, pour une deuxième année consécutive, à la mise sur pied de notre souper bénéfique « Nourrir l'Espoir » jumelé d'un encan silencieux. Le distributeur alimentaire *Mayrand ltée* a reconduit son partenariat pour la cinquième édition du tirage de Noël. De plus, le *Comité social des employés de Mayrand ltée*, qui organisait un tournoi de golf à l'été 2002, s'est associé au *Regroupement des Magasins-Partage*. Nous avons pu ainsi organiser différents concours au profit de la Campagne de Noël du *Regroupement des Magasins-Partage*.

Souper bénéfique

Le 10 octobre 2002 s'est tenu en soirée la deuxième édition du souper bénéfique jumelé d'un encan silencieux. L'événement s'est déroulé sous la présidence d'honneur de Mme Diane De Courcy (Présidente de la Commission Scolaire de Montréal) et de la marraine du Regroupement, madame Francine Grimaldi.

Le comité d'organisation du souper était formé de membres de la permanence du Regroupement des Magasins-Partage, du conseil d'administration et de représentants de la Jeune chambre de commerce de Montréal.

L'encan silencieux a été rehaussé par la présence de l'artiste-peintre Mme Chantal DeSerres qui a créé une toile en direct qui fut ensuite mise aux enchères. Ajoutons que, pour les prix offerts à l'encan, nous avons misé sur le volet forfaits (détente, évasion, hébergement, repas, etc.)

Cette activité, en plus d'amasser des fonds, a permis de faire connaître davantage le concept auprès d'entreprises et d'individus du milieu des affaires. Plus de 8 bénévoles responsables de *Magasins-Partage* se sont greffés à l'équipe d'organisation lors de la soirée. *La soirée a été animée bénévolement et de main de maître par le chroniqueur à la télévision monsieur Yannick Marjot qui a récidivé son attachement à notre cause. La deuxième édition du souper bénéfique avec encan aura généré un revenu de 14 557.70\$ pour un profit net de : 8 600.00\$.* Compte tenu du franc succès de cette activité, le *Regroupement* espère reconduire l'événement à l'automne 2003 en augmentant son nombre d'invités et souhaite en faire un événement récurrent.

Tirage de paniers d'épicerie

Depuis cinq ans, le Regroupement organise, en partenariat avec le distributeur alimentaire Mayrand ltée, un tirage de paniers d'épicerie. Cinq prix totalisant une valeur de 1 000\$ sous forme de bons d'épicerie (un de 500\$, un de 200\$ et trois de 100\$) ont été attribués.

La période de vente s'est tenue du 15 octobre au 18 décembre. Les billets ont été vendus par l'entremise des 20 *Magasins-Partage*, du distributeur alimentaire *Mayrand ltée* (plus du tiers des ventes) et de la permanence du *Regroupement*. Les *Magasins-Partage* ont voté en assemblée, il y a quelques années, à l'effet que chaque membre devait s'investir dans la campagne de financement du *Regroupement*. Ainsi, chaque *Magasin-Partage* membre se doit de vendre un minimum de 100 billets. Des argents amassés par cette activité, 5 000\$ ont été

⁵ Chaque Magasin-Partage doit remettre une copie de facture afin de confirmer l'achat de denrées

affectés au budget du « fonctionnement de base du *Regroupement* » et 2 642.47\$ sont venus s'ajouter au budget des achats collectifs. *La cinquième édition du tirage aura généré un profit net de 7 642.47\$.*

Tournoi de golf

Poursuivant le développement du partenariat avec le distributeur-grossiste en alimentation Mayrand ltée, un nouveau volet d'activité de financement a été expérimenté. Lors du tournoi de golf, le 18 août 2002 au Club de golf de Mascouche, des concours d'habileté ont été proposés aux golfeurs. Ces défis ont pris la forme de trois jeux : le coup d'approche, le coup roulé et la confrontation avec un joueur junior. Un tirage moitié-moitié a aussi été tenu en soirée. Cette journée d'activités de financement aura permis d'amasser une somme nette de 1 161.68\$⁶.

L'ensemble des activités de financement a permis d'amasser 17 404.15\$ pour les achats collectifs de 2002 (comparativement à 10 392.85\$ en 2001) ⁷.

Le *Regroupement des Magasins-Partage* nécessite pour certaines activités, l'investissement de ressources humaines supplémentaires : les bénévoles proviennent majoritairement des différents *Magasins-Partage*. Leur implication illustre bien la solidarité qui émane du *Regroupement*. Les tâches accomplies par les bénévoles sont multiples. En 2002, onze personnes ont offert de nombreuses heures, sans compter les bénévoles qui ont vendu des billets du tirage de Noël.

⁶ Pour connaître les détails financiers des activités de financement, voir l'annexe 3

⁷ Pour connaître les détails financiers des activités de financement, voir l'annexe 3

La redistribution totale des denrées

En 2002, afin de répondre aux 6033 ménages participants et de respecter leurs choix, le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal ainsi que les 20 Magasins-Partage de Noël membres ont redistribués à la population montréalaise une valeur de 600 000\$ en denrées (comparativement à 525 000\$ en 2001).

Valeur du don offert par le Regroupement à chaque Magasin-Partage

Nom du Magasin-Partage	Total 43.44\$ ⁸ approximativement	Achats collectifs 21.94\$/ménages	Biens de consommation et denrées reçus en dons 9.06\$/ménages	Cadeaux/jouets 12.45\$/ménages
CERF	7 168.26\$	3 619.27\$	1 495.40\$	2 053.59\$
La Corbeille	13 033.20\$	6 580.50\$	2 718.90\$	3 733.80\$
Les Chemins du soleil	13 033.20\$	6 580.50\$	2 718.90\$	3 733.80\$
St-Paul/Émard	5 430.50\$	2 741.87\$	1 132.88\$	1 555.75\$
GEMO	7 041.60\$	3 290.25\$	1 359.45\$	2 391.90\$ *
Hochelaga-Maisonneuve	40 059.60\$	19 741.50\$	8 156.70\$	12 161.40\$*
Jean XXIII	3 909.96\$	1 974.15\$	815.67\$	1 120.14\$
Parc Extension	14 119.31\$	7 128.88\$	2 945.48\$	4 044.95\$
Petite Bourgogne	6 516.60\$	3 290.25\$	1 359.45\$	1 866.90\$
Petite Patrie	16 120.40\$	7 752.25\$*	3 172.05\$	5 196.10\$*
Pointe St-Charles	5 430.50\$	2 741.87\$	1 132.88\$	1 555.75\$
Rosemont	15 205.40\$	7 677.25\$	3 172.05\$	4 356.10\$
SESAME (Dupéré)	10 861.00\$	5 483.75\$	2 265.75\$	3 111.50\$
SNAC	15 639.84\$	7 896.60\$	3 262.68\$	4 480.56\$
St-François d'Assise	10 861.00\$	5 483.75\$	2 265.75\$	3 111.50\$
St-Irénée	13 033.20\$	6 580.50\$	2 718.90\$	3 733.80\$
St-Louis de Gonzague	10 861.00\$	5 483.75\$	2 265.75\$	3 111.50\$
St-Michel	17 377.60\$	8 774.00\$	3 625.20\$	4 978.40\$
St-Victor	12 247.10\$	6 032.13\$	2 492.33\$	3 722.65\$ *
Villeray	32 583.00\$	16 451.25\$	6 797.25\$	9 334.50\$

* Le Regroupement a reçu des dons au cours de la semaine d'activité des Magasins-Partage (du 15 au 23 décembre 2002). Il les a redistribués aux Magasins-Partage encore ouverts. Ce qui augmente la valeur redistribuée par ménage.

⁸ Cette valeur est calculée en fonction du nombre de ménages prévus (6165 ménages).

Deuxième volet : La campagne médiatique

Des changements majeurs ont eu lieu en 2002 dans la mise sur pied de la campagne médiatique. Traditionnellement, depuis les débuts du *Regroupement des Magasins-Partage*, la ville de Montréal est le partenaire principal en tout ce qui concerne la promotion et les communications de la campagne de Noël. Dû aux changements administratifs et suite aux fusions municipales, l'entente de partenariat avec la nouvelle administration de la ville a occasionné des modifications tant dans l'allocation des budgets que dans la structure et les méthodes de travail.

C'est le service des communications de la ville de Montréal, qui depuis 1997, collaborait avec nous dans la réalisation des outils de visibilité; avec la fusion municipale, ce service des communications fut décentralisé vers les arrondissements. Il n'y avait donc plus de personne-ressource pour s'occuper de ce dossier. La ville a alors décidé de nous donner la valeur du budget annuel de 15 000\$ afin que le *Regroupement* gère lui-même la production des outils de visibilité.

Nous avons donc assumé la responsabilité de la conception, de la réalisation ainsi que de l'impression des différents outils promotionnels. Nous avons géré les budgets relatifs aux frais encourus pour les encarts publicitaires des journaux de quartier. La ville a également collaboré en voyant à la distribution et à la visibilité de nos différents outils dans les établissements publics de la ville et des arrondissements.

Le slogan et le thème

Depuis sa fondation, le *Regroupement des Magasins-Partage* défend le même slogan : « Pour aller plus loin que la faim ». Ce slogan est celui de l'organisme. Cependant, chaque campagne de Noël a un thème qui varie d'une année à l'autre. Celui de la campagne 2002 était : « Aidez-nous à leur donner le choix ».

Les relations de presse

À travers différentes activités de relations publiques (articles de journaux, entrevues radiophoniques et télévisées), le *Regroupement* et ses membres ont fait connaître et tenté de faire davantage comprendre le concept des *Magasins-Partage* à un plus grand bassin de population. ***La crédibilité du Regroupement étant maintenant reconnu par les différents médias, il est désormais plus facile à l'ensemble des Magasins-Partage d'être entendu. De plus, cette crédibilité amène certains journalistes à contacter le Regroupement afin de recueillir ses opinions sur les effets de la faim et la pauvreté à Montréal.***

Les outils de visibilité

Un support important à la promotion du concept a été apporté aux *Magasins-Partage* par le biais de différents outils de visibilité. Malgré la réorganisation du travail dans la production et la diffusion de ces outils, le *Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal* a pu offrir à chaque *Magasin-Partage* selon ses besoins : des affiches, des cartons promotionnels, des autocollants ainsi que des tirelires pour leurs activités locales de financement. Nous avons procédé à une uniformisation des outils de visibilité sous un même thème et aux mêmes couleurs.

Au cours de la campagne médiatique, des encarts publicitaires ont paru dans les journaux locaux des arrondissements concernés. Ces publicités visaient principalement les résidents des secteurs desservis par les *Magasins-Partage* afin de les inciter à faire un don.

Le vidéo, le site internet et le dépliant du Regroupement

Un volet du plan d'action du Regroupement, soit le « volet développement, nous a permis cette année de créer trois outils importants. Nous avons produit et réalisé un vidéo promotionnel de 14 minutes, conçu un site internet, ainsi que travaillé à la création et à la distribution d'un nouveau dépliant du Regroupement. Ces outils ont d'ailleurs été très utiles pour renseigner les partenaires potentiels lors de notre campagne de financement.

Les Magasins-Partage en action

Cette section du bilan est toujours fort intéressante, car elle permet de voir le profil des ménages participants, ainsi que les effets positifs de la campagne de Noël du *Regroupement* et des différentes campagnes locales. Suite à l'opération de Noël, chaque comité organisateur du *Magasin-Partage* produit pour le *Regroupement* une compilation de données à partir desquelles cette section est rédigée.

Portrait de la situation du réseau des Magasins-Partage

Le *Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal* compte vingt-deux (22) membres. De ce nombre, vingt (20) ont mis sur pied un *Magasin-Partage de Noël* réparti dans huit (8) arrondissements (20 districts).

Deux de nos membres n'ont pu tenir un *Magasin-Partage de Noël* en 2002, l'un d'entre eux a suspendu sa participation à la campagne 2002 pour des raisons de changement d'équipe et de changement de local. Ils seront de retour en 2003. Un *Magasin-Partage* situé dans le même arrondissement a fait preuve d'une belle solidarité en accueillant 150 ménages supplémentaires.

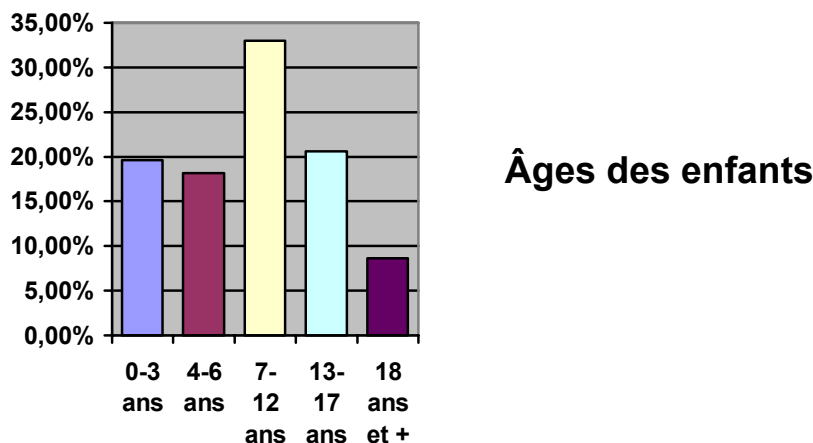
Le second *Magasin-Partage*, qui se préparait à une première édition, a sagement fait un pas en arrière en décidant d'attendre à l'an prochain pour recevoir les ménages participants. L'organisation de sa campagne locale ayant débutée trop tard, les objectifs n'auraient pas été atteints afin de recevoir dans le respect et la dignité les participants en leur donnant un choix de denrées suffisamment varié.

Portrait socio-économique des citoyens desservis

Entre le 15 et le 22 décembre 2002, ce sont 6033 ménages montréalais, soit 14 382 adultes et enfants, qui ont fait une épicerie de Noël à travers le réseau des Magasins-Partage. Chaque *Magasin-Partage* détermine le nombre de ménages qu'il peut accueillir selon son nombre d'années d'expérience, la variété de dépannages alimentaires dans son milieu, et de sa capacité financière découlant du succès anticipé de sa campagne locale.

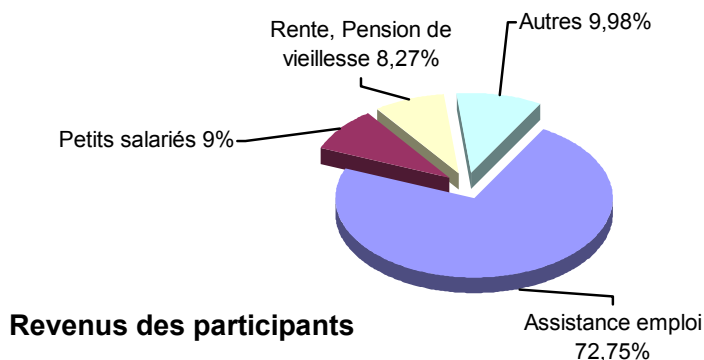
Campagne	Nombre de Magasins-Partage	Nombre de personnes desservies	nombre de ménages desservis
1996	15	12 800	5 000
1997	16	13 650	5 650
1998	19	13 819	5 730
1999	21	16 300	6 330
2000	21	14 889	6 154
2001	21	15 700	6 425
2002	20	14 382	6 033

À travers ces 14 382 personnes accueillies, ce sont 6 081 enfants âgés de moins de 17 ans qui ont fêté Noël autour d'un bon repas. Les enfants représentent plus de 42% de la population desservie. On constate également que lorsqu'une famille participe au Magasin-Partage, elle a majoritairement des enfants d'âge scolaire puisque 70% des enfants sont âgés entre 4 et 17 ans. La situation des enfants de plus de 18 ans vivant à la charge de leurs parents est aussi une réalité très présente.



Près de 40 % des ménages étaient composés d'un adulte vivant seul ainsi que 26,22% étaient des familles monoparentales. On observe que parmi les familles monoparentales, 90,24% avait comme chef de famille une femme. On peut également noter que près de 60% des personnes seules sont des femmes.

La source de revenu des ménages participants est peu importante pour accéder aux Magasins-Partage. Cependant, plus de 72,75 % des ménages vivent de l'assistance emploi (Aide sociale) en comparaison à 74% en 2001. Il faut également souligner une présence notable des petits travailleurs (9%) et des prestataires des rentes ou du régime de pension de vieillesse (8,27%). Les autres ménages peuvent avoir pour source de revenu des prestations d'assurance emploi, de CSST, des prêts et bourses, être sans ou en attente de chèques, etc.



Nos statistiques démontrent qu'il est faux de croire que les participants développent une certaine dépendance au Magasin-Partage, car seulement 35% des ménages en étaient à leur troisième participation ou plus. On observe également qu'un peu plus du tiers (36%) en était à leur première demande. On peut déduire qu'effectivement dans la pratique le Magasin-Partage est une porte d'entrée dans un réseau d'entraide. On observe qu'après deux ans, plusieurs participants ont trouvé des ressources leur permettant de mieux vivre la période difficile qu'est le temps des Fêtes (Ex. : cuisines collectives, groupes d'achat, etc.).

Une grande variété de denrées

L'ensemble des *Magasins-Partage* offre aux participants un grand choix de denrées. Néanmoins, la variété diffère d'un *Magasin-Partage* à l'autre car il est important qu'il reflète l'image des particularités des résidents desservis (Prenons pour exemple la population de Hochelaga-Maisonneuve en comparaison de celle de Parc Extension). L'espace et l'équipement mis à la disposition des *Magasins-Partage* peuvent restreindre quelquefois la variété des aliments offerts.

Toutefois, l'ensemble des *Magasin-Partage* offre des denrées non-périssables, des produits d'hygiène corporelle, ainsi que des produits d'entretien et de nettoyage. Les organismes qui possèdent les équipements nécessaires à la réfrigération, ce qui représente plus de la moitié des *Magasins-Partage*, proposent également des fruits, des légumes, des viandes (dindes, poulets, jambons, tourtières-maison, etc.) et des produits laitiers. Les *Magasins-Partage* tiennent compte aussi des besoins des familles en offrant des aliments pour nourrissons. Ceux qui n'ont pas l'équipement nécessaire à la conservation des aliments, donnent des bons d'achats pour denrées périssables, que les participants iront échanger chez un épicier local, partenaire du *Magasin-Partage*.

Les jouets et cadeaux

Les *Magasins-Partage* sont plus qu'une source d'approvisionnement en nourriture pour Noël; les parents ont la chance de choisir des jouets (neufs ou restaurés) pour leurs enfants. Ces cadeaux auront permis de passer un Noël magique en plus de partager un bon repas de fête en famille. Quelques *Magasins* proposent d'emballer les cadeaux reçus et distribuent des cartes de bons souhaits et des bonbonnières fabriquées par les enfants des écoles avoisinantes.

Cette année, en raison du nombre croissant de personnes seules, les *Magasins-Partage* ont porté une attention particulière aux adultes en leur offrant un cadeau.

Halte-garderie et livraison

Afin de faciliter l'accès aux *Magasins-Partage*, plusieurs offrent un service de halte-garderie et un service de livraison. Le service de halte-garderie permet aux parents de choisir un cadeau plus discrètement, ainsi que de faire son épicerie à tête reposée. Souvent sans moyen de transport, les ménages appauvris peuvent retourner chez eux grâce au support des équipes de bénévoles qui vont les reconduire en voiture. D'autres *Magasins* ont plutôt créé des partenariats avec certaines compagnies de taxi, la Société de Transport de Montréal (STM) ou encore avec certains CLSC qui prêtent leur mini-bus.

L'organisation des campagnes locales

Afin de pouvoir accueillir autant de participants, les Magasins-Partage reposent sur le dynamisme du milieu. Plusieurs comités organisateurs débutent dès le printemps l'organisation du Magasin-Partage. Ils développent et organisent des activités de financement afin de recueillir les fonds nécessaires à l'achat de denrées alimentaires. Ces activités permettent la mobilisation d'une collectivité autour d'un projet commun: les travailleurs et bénévoles des organisations communautaires, du CLSC, de la St-Vincent-de-Paul, des paroisses, du milieu scolaire, de la police de quartier. Ils travaillent également au développement de nouveaux partenariats et à créer de nouveaux outils de travail.

On observe que plus les concertations locales se développent, plus il existe une augmentation de l'entraide, de la solidarité, et de la conscientisation des acteurs face à la sécurité alimentaire.

Certains *Magasins-Partage* ont remarqué un essoufflement causé par une hausse des demandes d'aide - dû principalement à la détérioration des conditions de vie des personnes démunies - ainsi que des difficultés à amasser des fonds. Cependant, la majorité de ceux-ci sont satisfaits du travail accompli. Ils considèrent avoir une bonne organisation qui repose sur un nombre accru de bénévoles.

En 2002, la collecte locale de fonds et de denrées fut laborieuse pour la majorité des *Magasins-Partage*. Cependant, certains problèmes dû à la Grande Guignolée de 2001 ont été atténués par des changements d'organisation et de partenariats au sein du consortium médiatique responsable de la campagne de 2002 de la Grande Guignolée.

Nous soulignons dans le bilan de l'an dernier que :

« Le succès limité des collectes locales de denrées (de façon plus critique encore dans le quartier Centre-sud) a eu pour résultat que certains Magasins-Partage n'ont pu donner autant que l'an dernier aux participants. Le facteur important de cette difficulté de financement et de collecte de denrées repose sur l'ébranlement de certains partenariats locaux dû à la pression et au magnétisme médiatique qu'a représenté la collecte unique des médias : « La Grande Guignolée ».

Nous mentionnions aussi dans le dernier bilan que :

« Bien que le Regroupement salue cette initiative, il a aussi souligné ses inquiétudes publiquement sur les méthodes utilisées et la distribution des denrées recueillies lors de La Grande Guignolée. Le Regroupement sera invité au cours des prochains mois à rencontrer le comité organisateur de « La Grande Guignolée » et ainsi offrir son expertise et ses suggestions pour une campagne et une aide plus juste pour tous les acteurs travaillant dans le milieu du dépannage alimentaire pour la période de Noël. »

La monopolisation de toutes les grandes chaînes supermarché d'alimentation, de pharmacie et d'entreprises de transformation de produits alimentaires avait amené le *Regroupement*, avec l'assentiment de ses membres, à réagir publiquement face à cet état de fait.

Le consortium des médias qui pilote l'opération de la Grande Guignolée aura finalement invité en février 2002 le Regroupement des Magasins-Partage pour écouter ses recommandations. Nous avons été, selon nos sources, le seul organisme du milieu communautaire à être entendu (à part ceux qui bénéficient de La Grande Guignolée : Société St-Vincent-de-Paul, Jeunesse au Soleil et Moisson-Montréal). Suite à cette rencontre, et grâce à un effort de compréhension et de respect face aux solidarités locales dans la tradition des collectes de dons, le Comité organisateur de la Grande Guignolée aura accepté certaines de nos recommandations. D'abord, celle du respect de l'autonomie des quartiers en ayant fait alliance avec seulement une grande chaîne de supermarché et une seule grande chaîne de marchand-pharmacien, etc.. Cependant, d'autres efforts restent à faire quant aux dates de sollicitation trop tardives pour une juste redistribution des dons avant Noël et sur l'équité du partage des dons reçus (idéalement redistribuables entre tous les organismes faisant du dépannage alimentaire de Noël qui sont actuellement exclus de cette grande campagne médiatique).

Les bénévoles

Pour mener à bien l'action des *Magasins-Partage*, il faut une solide équipe de bénévoles et de nombreux intervenants payés et libérés par leur organisme. ***En 2002, 1320 bénévoles ont généreusement offert de leur temps à travers les 20 Magasins-Partage, ce qui représente plus de 14 500 heures de bénévolat.*** Ils ont effectué des tâches aussi diverses que la collecte de denrées, le montage du *Magasin*, l'accompagnement des participants et plus encore.

Les *Magasins-Partage* accueillent les participants dans le respect et la dignité, ils les encouragent également à donner de leur temps afin de leur permettre de vivre une expérience positive. De plus, leur implication leur a permis de briser leur isolement, de se sentir solidaire d'une cause et de développer ou d'entretenir des habitudes de travail.

Dans de plus en plus de quartiers, les *Magasins-Partage* développent des partenariats particuliers avec les élèves d'écoles primaires et secondaires. Au cours de l'automne, les jeunes ont été sensibilisés aux causes et aux effets de la pauvreté. Plusieurs ont choisi de s'investir dans les *Magasins-Partage* selon leurs possibilités; dans certaines classes, les enfants ont créé des bricolages (cartes de souhaits, bonbonnières); pour d'autres leur implication s'est fait sous forme de bénévolat au sein même du *Magasin*.

Bref, nos bénévoles ont tous les âges et proviennent de tous les milieux, communautaires, syndicaux, affaires, scolaires (jeunes et adultes), organisations bénévoles (scouts), citoyens du quartier ainsi que les participants eux-mêmes.

La porte d'entrée dans un réseau d'entraide

Chaque année, les *Magasins-Partage* vont plus loin que la faim puisque l'opération de Noël est une porte d'entrée dans un réseau d'entraide. Dès l'inscription et ce jusqu'à la fin du *Magasin-Partage de Noël*, les travailleurs et les bénévoles développent une relation de confiance avec les participants. De ces liens créés, il ressort une meilleure connaissance des problématiques spécifiques à chacun et une aide personnalisée mieux dirigée. De plus, l'implication des participants à titre de bénévole leur donne le goût d'aller plus loin et de s'impliquer davantage dans la communauté.

Dans certains milieux, « Aller plus loin que la faim » se traduit de façon plus spécifique par de la sensibilisation et l'investissement des participants à titre de bénévole. Pour d'autres milieux, le Magasin-Partage prolonge son action en sécurité alimentaire en orientant les participants vers d'autres activités complémentaires telles qu'une cuisine collective, des groupes d'achats, et les incitent à y prendre part tout au cours de l'année. En effet, dès janvier, certains Magasins-Partage ont pu observer une augmentation des demandes pour participer à des cuisines collectives et des groupes d'achat. D'autres donnent de l'information sur une saine alimentation à petit prix et sur les ressources existantes dans le milieu respectif.

Pour d'autres encore, il s'agit de demander aux participants de collaborer à l'évaluation du Magasin-Partage, de les inviter à des rencontres de formation et de partage, à leur offrir des informations sur les ressources existantes qui répondent mieux à leurs besoins. Enfin, certains Magasins-Partage s'investissent dans la sensibilisation de leur milieu, en participant à la mise sur pied de comités sur la sécurité alimentaire ou sur la pauvreté. Ces différentes activités reflètent bien l'expertise et l'ancrage des Magasins-Partage dans la dynamique socio-communautaire de leur district ou arrondissement.

Reprendre en mains sa dignité

Année après année, les *Magasins-Partage* constatent des changements chez les participants. Pour certains, après avoir fait les démarches nécessaires pour s'inscrire, ils reprennent confiance en eux et se sentent mieux outillés pour accéder à d'autres formes d'aide.

Pour plusieurs, la dignité retrouvée les emmène à reprendre leur place dans la société quelles que soient les difficultés qu'ils vivent. Le contact avec des participants vivant des difficultés similaires leur permettent de développer de nouvelles solidarités car ils constatent qu'ils ne sont pas seuls à vivre les contraintes de la faim et de la pauvreté. On remarque donc chez les participants une plus grande participation et une plus grande implication dans les ressources du quartier. On remarque également qu'ils développent des réseaux d'entraide. Le fait de travailler aux côtés de gens qui sont sur le marché du travail dans différents secteurs d'activités leur redonnent souvent espoir et confiance en leurs propres moyens de s'en sortir.

Les objectifs locaux

Les Magasins-Partage se donnent des objectifs à atteindre afin d'améliorer l'organisation et l'accueil fait aux participants. En 2003, les Magasins-Partage de Noël espèrent augmenter le nombre de leurs bénévoles et mieux les préparer à leur travail de soutien. Ils espèrent également pouvoir développer de nouveaux partenariats, et trouver de nouveaux donateurs. Plusieurs constatent qu'il serait important de débiter plus tôt l'organisation de leur Magasin-Partage.

Au niveau local, certains espèrent offrir plus de variété de dépannages alimentaires, impliquer plus de partenaires afin que le Magasin-Partage devienne réellement un projet collectif et même développer une concertation autour de la sécurité alimentaire. D'autres organiseront des actions auprès des différents gouvernements afin de demander des solutions concrètes pour enrayer la pauvreté.

Bilan financier de la campagne de Noël

	Total	Achats collectifs	Coordination/adm.	Biens/services	Camp. Média-tique
Revenu					
Ville de Montréal	52 000,00 \$	32 000,00 \$	5 000,00 \$		15 000,00 \$
Partenaires du cardinal	25 000,00 \$	20 000,00 \$	5 000,00 \$		
Recours collectifs	27 195,00 \$	27 195,00 \$			
Fondation	34 353,50 \$	34 353,50 \$			
Entreprises privées/org. Publiques	131 518,20 \$	4 955,00 \$		120 791,20 \$	5 772,00 \$
Syndicat	5 368,00 \$	5 368,00 \$			
Individus	3 071,38 \$	350,00 \$		2 721,38 \$	
Activités de financement	24 971,74 \$	19 009,35 \$	5 962,39 \$		
Moisson Montréal	18 413,40 \$			18 413,40 \$	
Centraide	43 000,00 \$		*43 000,00 \$		
Fond de lutte	12 973,15 \$		12 973,15 \$		
Total	377 864,37 \$	143 230,85 \$	71 935,54 \$	141 925,98 \$	20 772,00 \$
Dépenses					
Denrée alim/produits entretien	193 003,22 \$	135 253,62 \$		57 749,60 \$	
Jouets et cadeaux	80 676,38 \$			80 676,38 \$	
Salaire et avantage sociaux	48 556,12 \$		45 893,86 \$		2 662,26 \$
Honoraire professionnel	345,00 \$				345,00 \$
Outil de promotion	6 220,74 \$				6 220,74 \$
Publicité	11 544,00 \$				11 544,00 \$
Frais act. de financement	7 567,59 \$	7 567,59 \$			
Frais de bureau	1 014,07 \$		1 014,07 \$		
Frais de déplacement	570,49 \$		570,49 \$		
Téléphonie/loyer	3 767,22 \$		3 767,22 \$		
Frais de poste	217,43 \$		217,43 \$		
Frais d'impression	45,64 \$		45,64 \$		
Frais de transport	273,13 \$		273,13 \$		
Frais d'entrepôt	3 500,00 \$			3 500,00 \$	
total	357 301,03 \$	142 821,21 \$	51 781,84 \$	141 925,98 \$	20 772,00 \$
Différence	*20 563,34 \$	409,64 \$	20 153,70 \$	- \$	- \$

* Centraide a subventionné le Regroupement pour une somme de 43 000\$ (22 736.66\$ ont été appliqués aux salaires de la campagne (septembre, octobre, novembre et décembre 2002) et 20 563.34\$ pour le financement de base annuel.

Conclusion

Nous souhaiterions bien sûr que la tenue des *Magasins-Partage* n'ait pas lieu d'être dans notre société, mais, quoi qu'en disent les statisticiens qui ne s'entendent plus sur les taux de pauvreté, le phénomène de la pauvreté est une réalité bien présente. *Statistiques Canada* plaçait récemment Montréal au premier rang des villes ayant le plus haut taux de pauvreté au Canada. Même ici, au Québec, la répartition des richesses est de plus en plus inégale entre les classes sociales.

Encore cette année, la confiance et l'appui de nos partenaires ainsi que l'arrivée de quelques nouveaux donateurs émergeant de différents secteurs d'activités ont su faire de cette campagne la plus importante et marquante de son histoire.

Nous avons connu une très belle campagne. Ceci s'explique de plusieurs façons. De manière générale, nous avons récolté les fruits des partenariats développés au cours des dernières années. D'autres part, nous avons eu une équipe de travail plus importante au sein du *Regroupement* pour notre campagne de Noël 2002.

La crédibilité du *Regroupement* est de plus en plus grande. Nos partenariats sont là pour le prouver. Nous constatons que d'année en année, nous devenons un acteur de plus en plus important sur la scène de la sécurité alimentaire à Montréal car de plus en plus de ménages appauvris désirent être desservis par la formule originale des *Magasins-Partage*.

Suite au travail de développement effectué ces dernières années et de façon plus marquée en 2002, nous allons accentuer et supporter en 2003 l'implantation de nouveaux *Magasins-Partage* dans des arrondissements où le concept est inexistant et où la population désire un tel service.

Nous espérons qu'à la lecture de ce bilan, vous aurez trouvé réponse à vos questions et ainsi pu vous faire une image globale de la campagne 2002 du *Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal*.

Au nom de tous les participants des *Magasins-Partage*, encore une fois merci!

Annexes

Dons reçus sous forme d'argent

Ville de Montréal		52 000,00 \$
Partenaires du cardinal Léger		25 000,00 \$
Recours collectifs		27 195,00 \$
Fondation Marcelle et Jean Coutu		20 000,00 \$
Fondation Jacques Francoeur		13 846,50 \$
FTQ et Syndicats affiliés		3 582,00 \$
FTQ	1 000,00 \$	
Fonds FTQ Solidarité	1 000,00 \$	
Fonds humanitaire SCEP	500,00 \$	
AIMTA	225,00 \$	
SCFQ-SEUQAM 1294	200,00 \$	
SEPB 57	157,00 \$	
TCA 4511	100,00 \$	
SEIU	100,00 \$	
TUAC 500	100,00 \$	
SCFP 957	50,00 \$	
SCEP 84Q	50,00 \$	
TCA Québec	50,00 \$	
SCFP Québec	50,00 \$	
Mayrand		3 000,00 \$
CSQ		1 290,00 \$
Jeune chambre de commerce de Montréal		655,00 \$
Fondation Mazon Canada		507,00 \$
Bell Canada		500,00 \$
CGI		500,00 \$
SPPMM		396,00 \$
dons d'individus		350,00 \$
Fond d'employés Labatt		250,00 \$
Conseil central CSN		100,00 \$
SPUQ		100,00 \$
Banque National		50,00 \$

Dons sous forme de biens et services

Association canadienne des chefs de police

Coffrets timbres cadeaux
Friandises

Évalué approx. à 75 110.00\$

Hebdos-transcontinental

Partage des frais de parution de l'encart publicitaire
avec le Regroupement dans les hebdomadaires locaux.
(Parution encarts 2 semaines)

Évalué approx. à 5 000.00\$

Mayrand

Préparation des 20 commandes, service de livraison à prix réduits,
présence d'un représentant pour achats personnalisés (deux jours),
participation active à la vente des billets de tirage, don de pâtes
alimentaires et don d'un bon d'épicerie de 500\$ pour le tirage

Évalué approx. à 8 500.00\$

Les industries Majestic

Prêt d'espace en entrepôt dès l'automne, appareils de manutention
et main d'œuvre

Évalué approx. à 3 500.00\$

Bombardier Canadair

115 caisses de denrées diverses

Évalué approx. à 2 875.00\$

Journal Le Faubourg

Partage des frais de parution de l'encart publicitaire
avec le Regroupement dans le journal local

Évalué approx. à 400.00\$

Journal Parc Extension

Partage des frais de parution de l'encart publicitaire
avec le Regroupement dans le journal local

Évalué à 372.00\$

Cascade Groupe Tissu inc.

453 caisses de papier hygiénique et 22 caisses de
serviettes de table

Évalué approx. à 18 838.00\$

Moisson Montréal

27 palettes de denrées diverses (produits d'hygiène corporelle,
produits de nettoyage)

Évalué approx. à 18 413.00\$

Tour de jeux

Jouets variés

Évalué approx. à 392.00\$

Madame Angèle Coutu

Cassettes vidéos prévisionnées

Évalué approx. à 1 105.00\$

Méga Bloks

Jeux et jouets

Évalué approx. à 4 175.00\$

Modus Vivendi

Livres de bandes dessinées pour enfants

Évalué approx. à 2 192.00\$

Éditions La courte échelle

Livres variés

Évalué approx. à 3 173.00\$

Bell Canada

Jouets et foulards

Évalué approx. à 3 728.00\$

Éditions Flammarion

Livres divers

Évalué approx. à 2 610.00\$

Allard et Johnson communications

Jouets variés

Évalué approx. à 1 800.00\$

Centre d'appel des Rôtisseries St-Hubert

Denrées non-périssables

Évalué approx. à 75.00\$

Madame Marie-Michèle Nadon

Jouets divers

Évalué approx. à 300.00\$

Canadian Tire Cavendish

Jouets divers

Évalué approx. à 525.00\$

Monsieur Patrick Levy

Jouets divers

Évalué approx. à 1 316.00\$

Détails des activités de financement de 2002

Revenu	Golf	Souper bénéfice	Tirage de Noël	Total
Revenu d'activité	1199.29\$			1199.29\$
<i>Vente de billets et/ou tables</i>		10125.00\$	8611.75\$	18736.75\$
Vente à l'encan		4150.00\$		4150.00\$
Don			500.00\$	500.00\$
Tirelire		282.70\$	103.00\$	385.70\$
Total	1199.29\$	14557.70\$	9214.75\$	24971.74\$
Dépenses				
<i>Frais d'activités</i>	37.61\$	481.89\$		519.50\$
<i>Impression</i>		19.45\$	247.28	266.73\$
Location/Traiteurs		4472.52\$		4472.52\$
Musiciens		750.00\$		750.00\$
<i>Permis de tirage</i>			325.00\$	325.00\$
<i>Certificat cadeau</i>			1000.00\$	1000.00\$
<i>Frais bancaire</i>		233.84		233.84
Total	37.61\$	5957.70\$	1572.28\$	7567.59\$
Différences	1161.68\$	8600.00\$	7642.47\$	17404.15\$
Répartition				
Achats collectifs	199.29\$	8600.00\$	2642.47\$	11441.76\$
Fonctionnement de base	962.39\$	-	5000.00\$	5962.39\$

Liste des denrées alimentaires achetées par le Regroupement en 2002

Denrées achetées par le Regroupement pour les achats collectifs

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Beurre d'arachides | <input checked="" type="checkbox"/> Pêches en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Céréales Corn Flakes™ | <input checked="" type="checkbox"/> Pois verts en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Céréales Frosted Flakes™ | <input checked="" type="checkbox"/> Salade de fruits en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Céréales Rice Krispies™ | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (sauce à la viande) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Confiture Fraises/pommes | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (sauce tomates) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Haricots verts coupés en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Soupe aux légumes |
| <input checked="" type="checkbox"/> Huile Canola | <input checked="" type="checkbox"/> Soupe poulet et nouilles |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus de fruits (pomme, orange) | <input checked="" type="checkbox"/> Sucre blanc |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus de tomates | <input checked="" type="checkbox"/> Thon en morceaux dans l'eau |
| <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en grain en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Tomates en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Margarine non hydrogénée | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Pâtes alimentaires macaroni | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Pâtes alimentaires spaghetti | |

Denrées achetées par le Regroupement pour les achats personnalisés

- | | | |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Tartinade caramel | <input checked="" type="checkbox"/> Pâte de tomates | <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en crème en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Craquelins | <input checked="" type="checkbox"/> Café instantané | <input checked="" type="checkbox"/> Lait 1 litre |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus d'oranges | <input checked="" type="checkbox"/> Thon en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Tomates en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Sauce BBQ | <input checked="" type="checkbox"/> Relish | <input checked="" type="checkbox"/> Olives farcies |
| <input checked="" type="checkbox"/> Fromage à la crème | <input checked="" type="checkbox"/> Nutri-oeufs | <input checked="" type="checkbox"/> Quick au chocolat |
| <input checked="" type="checkbox"/> Margarine | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à salade | <input checked="" type="checkbox"/> Mélange à gâteau |
| <input checked="" type="checkbox"/> Ragoût de boulettes | <input checked="" type="checkbox"/> Sachet soupe poulet et nouilles | <input checked="" type="checkbox"/> Pommes de terre 5lb |
| <input checked="" type="checkbox"/> Lait évaporé | <input checked="" type="checkbox"/> Œufs | <input checked="" type="checkbox"/> Biscuits sucrés |
| <input checked="" type="checkbox"/> Fèves au lard | <input checked="" type="checkbox"/> Thé | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (à la viande) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Riz à grains longs | <input checked="" type="checkbox"/> Ragoût de poulet en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Ketchup |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus de tomates | <input checked="" type="checkbox"/> Nouilles instantanées | <input checked="" type="checkbox"/> Farine |
| <input checked="" type="checkbox"/> Beurre d'arachides | <input checked="" type="checkbox"/> Jus de légumes | <input checked="" type="checkbox"/> Ragoût au boeuf |
| <input checked="" type="checkbox"/> Lait 2 litres | <input checked="" type="checkbox"/> Dentifrice | <input checked="" type="checkbox"/> Papier mouchoir |
| <input checked="" type="checkbox"/> Céréales Fruit loops™ | <input checked="" type="checkbox"/> Savon à main | <input checked="" type="checkbox"/> Ragoût irlandais |
| <input checked="" type="checkbox"/> Céréales Raisin Bran™ | <input checked="" type="checkbox"/> Vinaigre blanc | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (aux tomates) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Moutarde | <input checked="" type="checkbox"/> Carottes 2 lb | <input checked="" type="checkbox"/> Pois chiches en conserve |

Coordonnées des Magasins-Partage de Noël 2002

Magasins-Partage	Secteurs	Personnes ressources
Magasin-Partage CERF	Centre-ville	Mme Ermsgath Guerrier 288-8314
Magasin-Partage Chemins du soleil	Centre-sud	M. Marc Alarie 528-9991
Magasin-Partage Corbeille	Bordeaux-Cartierville	Mme Linda Vincent 856-0838
Magasin-Partage Côte St-Paul/Ville Emard	Côte St-Paul/Ville Emard	Mme Anne-Rose Dubreuil 761-1280
Magasin-Partage GEMO	Mercier-ouest	Mme Anne-Marie Rochon 253-0297
Magasin-Partage Hochelaga-Maisonneuve	Hochelaga-Maisonneuve	Mme Jeannelle Bouffard 251-2081
Magasin-Partage Jean XXIII	Anjou	M. Réal Lefebvre 353-1223
Magasin-Partage Parc Extension	Parc Extension	M. Jean-Simon Houle 948-3246
Magasin-Partage Petite patrie	Petite Patrie	Mme Chantal Lagacé 277-4993
Magasin-Partage Petite Bourgogne	Petite Bourgogne	Mme Paulette Lambert 932-7270
Magasin-Partage Rosemont	Rosemont	Bouffe-action (M. Yves Pellerin) 523-9111
Magasin-Partage SÉSAME	Mercier-est	M. Paul-Émile Rochon 439-7656
Magasin-Partage SNAC	Ahuntsic	Mme Brigitte Dubeau 385-6499
Magasin-Partage St-François d'Assise	Mercier-est	Paroisse (Mme Yvette Vinet) 353-2620
Magasin-Partage St-Irénée	St-Henri	Mme Jocelyne Rolland 932-3341
Magasin-Partage St-Michel	St-Michel	M. Lotfi Khiari 723-3940
Magasin-Partage St-Victor	Mercier-est	Paroisse (M. Roland Lévesque) 351-4960
Magasin-Partage St-Louis-de-Gonzague	Plateau Mont-Royal	Soeur Anne-Marie Salomia 521-7984
Magasin-Partage Pte-St-Charles	Pointe-St-Charles	Mme Lucie Giroux 937-7609
Magasin-Partage Villeray	Villeray	Mme Micheline Roy 273-8535 #223

Témoignage d'une participante ...

Les Magasins-Partage commencent leur collecte de Noël et il est important pour moi de dire comment les dons qui ont été faits aux Magasins-Partage m'ont aidés à me sortir d'une situation difficile.

Après avoir travaillé 14 ans au même endroit, fermeture d'entreprise. La roue commence à tourner, je me retrouve au chômage et me voilà arrivée prestataire de l'aide sociale. Je vis l'isolement, je perds ma dignité et je n'ai plus d'estime de moi.

Monoparentale, pas assez d'argent pour mes besoins vitaux (loyer, électricité, nourriture, téléphone), je fréquente le comptoir alimentaire Villeray. Pour sortir de mon isolement, je m'implique bénévolement au comptoir alimentaire et c'est à ce moment que j'entends parler du Magasins-Partage .

Noël approche et je m'inscris comme famille pour avoir l'occasion de faire une petite épicerie et un bon repas de Noël. Je contribue au Magasin en déboursant 10% de mes achats. Enfin, je peux avoir des produits que je choisis et je n'ai pas l'impression de quémander.

Cette façon de procéder m'intéresse, donc l'année suivante je m'inscris encore une fois comme famille et de plus, je m'inscris pour être bénévole et cela durant quatre années.

Maintenant que j'ai un emploi, je ne m'inscris plus comme famille, mais je continue à donner de mon temps bénévolement à toutes les années au Magasin-Partage. POURQUOI JE FAIS ÇA? Parce que j'ai retrouvé ma dignité, je me suis sentie revalorisée et j'ai brisé les barrières de l'isolement.

Je peux maintenant aider des gens, je peux maintenant aller plus loin que la faim et donner de l'espoir. Le plaisir que j'ai à voir l'étincelle de bonheur et de joie dans les yeux des gens qui viennent au Magasin-Partage ne peut s'exprimer. Il faut vraiment vivre cette expérience pour ressentir le bien que je fais aux personnes qui le plus souvent sont rejetés et vivent les préjugés de notre société.

Le Magasin-Partage m'a redonné le courage et la force de continuer dans ce que je fais tous les jours.