

« Soulager la faim, Nourrir l'espoir »

**Bilan de la
Campagne de Noël 2003**

Table des matières

Introduction	p.3
Portrait du Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal	p.4
Un brin d'histoire / Le Regroupement, une force / La pauvreté, une triste réalité / À l'écoute des demandes de la population montréalaise / Le Magasin-Partage répond aux besoins de la population / Le réseau des Magasins-Partage de Noël	
La campagne de Noël	p.6
La campagne de financement	
Les sollicitations / Les partenariats / Les activités de financements / La distribution des dons / L'achat des denrées / Les achats collectifs / Les achats personnalisés / La redistribution des achats collectifs / Distribution des dons sous forme de biens / Valeur du don offert par le Regroupement à chaque Magasin-Partage	
La campagne médiatique	p.9
Sensibilisation de la population / Interpeller les futurs donateurs / Soutien aux campagnes locales / Promotion du souper bénéfice	
Portrait de la population desservie	p.11
Portrait socio-économique	p.11
Les enfants et la pauvreté / Les femmes et la pauvreté / Les familles et la pauvreté / La source de revenu et la pauvreté / Un réseau d'entraide	
Le Magasin-Partage en action	p.12
Les campagnes locales / Le bénévolat / Les services	
Le bilan financier de la campagne de Noël 2003	p.13
Conclusion	p.14
Les annexes	
Annexe 1 : Dons reçus sous forme d'argent	p.15
Annexe 2 : Dons sous forme de biens et services	p.16
Annexe 3 : Collaborateurs de la soirée bénéfique 2003	p.17
Annexe 4 : Liste des denrées alimentaires achetées par le Regroupement	p.18
Annexe 5 : Détails des activités de financement 2003	p.19
Annexe 6 : Coordonnées des Magasins-Partage de Noël 2003	p.20

Introduction

Bien qu'une annonce publique faite au cours de l'automne 2003 informant que la pauvreté **marquait un recul** sur le territoire de l'île de Montréal, notre constat en est un tout autre. Vous remarquerez à la lecture de ce bilan que le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal et ses membres ont observé que la pauvreté ne cesse de progresser, non seulement ne cesse-t-elle de progresser mais elle atteint maintenant des zones résidentielles où jadis celle-ci était absente.

De plus en plus de demandes d'aide affluent au Regroupement. Une très grande partie de la population appauvrie désire avoir accès à un Magasin-Partage. Notre organisme est à l'écoute de ces demandes grandissantes et sensible aux détériorations marquées des conditions de vie d'une population fragilisée par la pauvreté.

C'est pourquoi l'équipe du Regroupement redouble d'efforts d'année en année pour mener à bien sa campagne de Noël afin de mieux supporter les Magasins-Partage dans leur action. La campagne 2003 fut extraordinaire tant au niveau des revenus qu'au niveau du développement des activités bénéfice. Le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal est fier de vous présenter ce bilan et est persuadé qu'après la lecture de celui-ci, vous aussi serez fiers d'avoir été associés à une telle campagne.

L'intérêt que vous avez démontré à l'égard de notre mission ainsi que votre collaboration ont fait du Regroupement une force de solidarité dans la tenue d'un service qui a pour but de soulager la faim et nourrir l'espoir des gens appauvris.

Nous désirons attirer votre attention aux mots et aux phrases inscrits en caractère italique gras. Ce sont bien souvent les faits saillants de la campagne 2003.

Nous vous souhaitons bonne lecture.

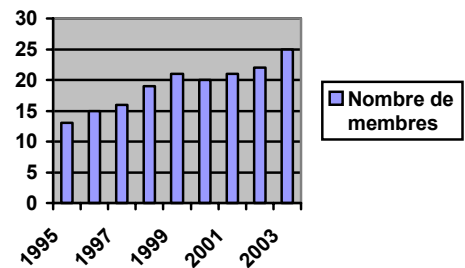
Sylvie Rochette
Directrice

Portrait du Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal

Un brin d'histoire

C'est en décembre 1986, dans le quartier Villieray, au Patro le Prevost, que naît l'ancêtre du Magasin-Partage. Il accueillit alors 35 familles. Cette initiative locale a suscité l'intérêt d'autres organismes qui désiraient mettre sur pied une alternative aux traditionnels paniers de Noël. Ils étaient insatisfaits et inconfortables d'offrir des denrées alimentaires où le rapport entre donateur et bénéficiaire favorisait 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. En 1996, une première coordonnatrice fut embauchée pour mener à bien une première campagne de Noël. C'est au cours de l'année 1998 que le Regroupement devient un organisme à but non lucratif légalement constitué et reconnu comme un organisme de bienfaisance. En 2004, 25 organisations locales en sont membres. **Aujourd'hui, le Regroupement des Magasins-Partage est un acteur majeur en sécurité alimentaire à Montréal.**



Le Regroupement, une force

Le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal est né du besoin des premiers Magasins-Partage à s'unir pour développer un meilleur pouvoir d'achat, développer une meilleure crédibilité auprès des donateurs et bailleurs de fonds et être une force génératrice de solidarité dans le domaine de la sécurité alimentaire. Il se veut également un lieu de rassemblement, d'échanges, d'informations et de représentations pour ses membres. Il veille au respect et au développement du concept du Magasin-Partage. Il mène des campagnes de financement, organise des activités médiatiques et ce afin de supporter les Magasins-Partage. De plus, il répond aux organisations locales qui désirent avoir des informations sur le concept, accompagne celles qui le désirent dans une réflexion et la mise sur pied d'un Magasin-Partage. Il voit également au respect du fonctionnement de base et assure le suivi auprès des Magasins-Partage.

Du fait que le concept du Magasin-Partage a été élaboré et expérimenté à Montréal, le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal détient l'idée originale et voit à son évolution.

La pauvreté, une triste réalité

Sur le terrain, depuis 1996, le Regroupement a pu observer des changements importants dans l'expansion de la pauvreté hors des territoires traditionnels. Il est vrai que la population de certains arrondissements est beaucoup plus touchée par la pauvreté. Cependant, **nous constatons que des zones de pauvreté existent aujourd'hui dans des quartiers considérés jadis plus privilégiés et ayant une population mieux nantie. Ces nouvelles zones de pauvreté sont plus difficiles à atteindre car elles sont moins apparentes dans la masse et que certains secteurs désirent ignorer et cacher cette pauvreté.**

La situation des ménages appauvris se détériore de plus en plus à Montréal. La difficulté d'avoir accès à une saine alimentation et en quantité suffisante, à un logement décent, à des services de santé rapide et des médicaments à faible coût, pour ne nommer que celles-ci font que les ménages appauvris voient leur qualité de vie se dégrader. Il est de plus en plus difficile pour les organismes communautaires de répondre aux nombreux besoins de cette clientèle car ceux-ci sont essouffés et manquent de supports financiers. Pour aider les Magasins-Partage à bien mener leur mission, le Regroupement développe constamment de nouveaux outils et de nouvelles activités.

À l'écoute des demandes de la population montréalaise

Le concept du Magasin-Partage se fait de plus en plus connaître et de nombreux montréalais désirent y avoir accès. Du grand nombre d'appels reçus, plusieurs venaient de citoyens résidant sur un territoire non desservi par un Magasin-Partage. **Même au plus fort de la campagne, le Regroupement se préoccupe des besoins de**

cette population. Dans cette optique, il accompagne actuellement trois arrondissements intéressés par le concept soit Montréal-Nord, Côte-des-Neiges et Lasalle. Les comités de réflexion de ces derniers ont participé avec intérêt au cours de l'automne aux différentes rencontres du Regroupement, ont visité un Magasin-Partage en action et ont pu ainsi constater les bienfaits d'un Magasin-Partage auprès d'une population fragilisée par la pauvreté.

Le Magasin-Partage répond aux besoins spécifiques de la population

Le Magasin-Partage est à l'image d'une épicerie de quartier d'autrefois par son ambiance chaleureuse et familiale. Peu importe sa source de revenu, son statut social, culturel ou religieux, un ménage dans le besoin ne peut être exclu. À l'inverse d'un comptoir alimentaire, un Magasin-Partage est le lieu où **chaque personne peut y choisir ce qui lui convient, en tenant compte de ses goûts et de ses besoins spécifiques.** Le Magasin-Partage prône des valeurs de dignité, de prise en charge et de solidarité. De plus, il permet aux personnes à faibles revenus de briser leur isolement et de pouvoir magasiner comme tout le monde dans le respect.

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 puisque ces sommes 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 de celui-ci 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 assister dans leur cheminement de prise en charge, et ce, tout au cours de l'année** (Ex. : cuisines collectives, groupes d'achats, ACEF, Groupe d'entraide, etc.).

Le réseau des Magasins-Partage de Noël

Ce sont actuellement vingt-cinq (25) organisations locales qui sont membres du Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal. À l'occasion de Noël 2003, dix-neuf d'entre elles ont tenu un Magasin-Partage de Noël, deux autres membres n'ont pu tenir l'activité par manque de ressources humaines et/ou de financement, trois organisations locales sont présentement en réflexion et voient à la possibilité de tenir un Magasin-Partage de Noël en 2004 et enfin, un dernier s'est vu retirer provisoirement (Noël 2003) le soutien du Regroupement puisque celui-ci n'arrivait pas à se conformer aux règles et fonctionnement qui régissent le concept et qui sont adoptés par les membres.

La campagne de Noël

À chaque année, **la campagne de Noël du Regroupement des Magasins-Partage comporte principalement deux volets**. Le premier consiste en une **campagne de financement** tenue de mars à décembre 2003 sous laquelle se retrouvent la sollicitation, les partenariats et les activités de financement. Ce volet comprend également les achats collectifs et la gestion des dons reçus sous forme de biens. Le second volet est la **campagne médiatique** tenue principalement à l'automne. Celle-ci couvre les relations de presse, la promotion du concept du Magasin-Partage ainsi que l'élaboration, la conception et la distribution des outils de visibilité.

La campagne de financement

Les sollicitations

Plus de 100 demandes de soutien financier ont été acheminées à différentes organisations, entreprises et fondations susceptibles de nous supporter dans notre campagne. Plusieurs de celles-ci ont répondu favorablement à notre demande. D'année en année, plusieurs partenaires sont fidèles au Regroupement et inspirent une confiance favorisant la venue de nouveaux donateurs. Les dons offerts ont été reçus en espèce, en biens de consommation et en service¹. Certains ont décidé de combiner deux types de dons. En exemple, on peut citer Les Hebdos Transcontinental qui nous ont offert à un très bon prix de l'espace publicitaire dans leurs hebdos en plus de payer une part de celui-ci.

Les partenariats

Certains partenaires d'action choisissent de s'investir davantage et cela au-delà de leur don financier. Afin de faciliter l'investissement et de renforcer les liens déjà existants avec ces derniers, le Regroupement a travaillé de nouveau au développement d'ententes personnalisées. Les ententes permettent une meilleure collaboration dans le respect des possibilités et des limites de chacun. Ces ententes se sont concrétisées par des partenariats plus qu'intéressants pour le Regroupement. À titre d'exemples :

Ville de Montréal: En plus de nous offrir un soutien financier pour les achats collectifs, le fonctionnement de base et les outils de visibilité, à l'initiative de celle-ci et du Regroupement, une rencontre a été organisée où représentants des Magasins-Partage et d'arrondissement ont été convoqués dans le but de rapprocher les deux parties, de créer de nouveaux liens ou encore de développer ceux déjà existants.

Centraide : En plus de nous offrir un soutien financier pour le fonctionnement de base, Centraide a approché le Regroupement à plusieurs reprises, afin de l'associer à certains de leurs donateurs qui souhaitaient offrir des dons sous forme de biens.

Mayrand : Cette collaboration se traduit de plusieurs façons soit l'accès à des prix concurrentiels, des dons en denrées alimentaires et en argent, un service de vente d'une qualité hors pair, un montage individuel des achats collectifs, une collaboration à leur tournoi de golf, une participation à la vente de billets de tirage ainsi qu'un soutien sous forme de produits du terroir lors de notre soirée bénéfice.

Œuvres du Cardinal Léger : En plus de nous offrir un soutien financier pour les achats collectifs et le fonctionnement de base, les Œuvres du Cardinal Léger via leur volet «Partenaires contre la violence et la faim» ont approché le Regroupement à quelques reprises afin de l'associer à certains de leurs donateurs qui souhaitaient offrir des dons sous forme de biens.

Moisson-Montréal : Depuis quelques années, Moisson-Montréal offre en grand volume au Regroupement des denrées spécifiques afin de mieux répondre aux besoins des participants. De plus, cette année, Moisson-Montréal a mis en lien le Regroupement avec l'un de leur donateur pour un don appréciable de produits d'hygiène corporelle.

Pour bien faire comprendre aux partenaires le concept des Magasins-Partage et l'impact de leurs dons, il n'y a rien de mieux que la visite d'un Magasin-Partage. Elle permet de visualiser l'ampleur d'un Magasin-Partage en action.

Les activités de financement

Trois activités de financement ont été tenues au profit de la campagne 2003. La première d'une grande envergure a été la **soirée bénéfice**. La deuxième, à une plus petite échelle, a été la **vente de billets pour le**

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

tirage de certificats cadeaux. Et enfin la dernière a été la participation du Regroupement à ***l'émission télévisée «L'Union fait la force»***.

Soirée bénéfice

Grâce à l'investissement exceptionnel d'Unibroue et d'une collaboration énergique de la Jeune Chambre de Commerce de Montréal (JCCM), nous avons pu tenir une soirée bénéfice le 26 novembre dernier. ***Lors de cette soirée, 202 invités du milieu des affaires, publiques et parapubliques, et du communautaire ainsi que des amis du Regroupement nous ont fait l'honneur de leur présence. Ceux-ci ont été conviés à un cocktail, à un souper fine cuisine, à un encan silencieux et à un spectacle du fabuleux et légendaire Robert Charlebois dont la première partie était présentée par Jérôme Charlebois (Fils du célèbre interprète) le tout en échange d'une contribution de 100\$ ou 200\$ selon la catégorie de l'emplacement choisie. De plus, l'accessibilité au balcon a été réservée au grand public. Ce sont donc plus de 275 personnes qui ont assisté au spectacle au coût de 25\$ ou 40\$. Cette activité a généré un revenu net de 34 825\$***

Unibroue : Unibroue s'est investie de façon grandiose dans cet événement. Ils ont contribué financièrement à la soirée en nous offrant l'accessibilité gratuite au théâtre Corona et en négociant les services rattachés à la location. Ils ont offert aux invités du parterre une grande variété de bières et ce gratuitement en plus de nous permettre de récolter les profits de la vente de bières au bar du balcon. Ils ont également assumé la vente de billets à 200\$ ainsi que ceux de deux loges corporatives. Ils ont vu à l'organisation complète du spectacle offert par Robert Charlebois et son équipe et en ont assumé les coûts. De plus, Unibroue a participé à la recherche de dons pour l'encan silencieux et a offert des paniers cadeaux de leurs produits. Le Regroupement a pu bénéficier d'une collaboration et d'un soutien exceptionnels de la part de la coordonnatrice aux promotions ce qui fut fort apprécié de l'équipe du Regroupement.

JCCM : L'implication de la JCCM s'est concrétisée par une participation active au comité organisateur de l'événement, à la constitution d'un comité composé exclusivement de membres de la JCCM pour la vente de billets à 100\$ ainsi que ceux du balcon en plus d'effectuer une recherche pro-active de prix et de forfaits pour l'encan silencieux.

Encan silencieux

Grâce à la générosité d'une quarantaine de donateurs, tant du milieu agro-touristique, récréotouristique, de soins de détente, culturel, de la restauration que d'entreprises privées, plus de ***14 forfaits ont été vendus***. De plus, ***5 artistes-peintres*** ont offert gracieusement une de leurs œuvres. Notons que pour une deuxième année consécutive, madame Chantal De Serres artiste-peintre a exécuté une toile en direct et ce au grand plaisir des invités. ***L'encan par lui-même a rapporté un bénéfice net de 7 397\$***

Il est évident que sans le concours d'Unibroue, de la JCCM, de la générosité de Mayrand Ltée, d'une collaboration professionnelle de l'équipe du Corona, du restaurateur Il Teatro ainsi que de nombreux autres collaborateurs², cette soirée n'aurait pas été couronnée d'un tel succès. Nous restons confiants de reconduire l'activité à l'automne 2004.

Tirage de paniers d'épicerie

Le Regroupement a organisé en partenariat avec le distributeur alimentaire Mayrand Ltée un tirage de paniers d'épicerie. Six prix totalisant une valeur de 1 100\$ sous forme de bons d'épicerie (un de 500\$, un de 250\$, trois de 100\$ et un de 50\$) ont été attribués.

La vente des billets au coût de 2\$ s'est tenue du 6 octobre au 19 décembre 2004. Ceux-ci ont été vendus par l'entremise du distributeur alimentaire Mayrand Ltée auprès de sa clientèle, des Magasins-Partage, de la JCCM et de la permanence du Regroupement. De plus, soulignons que Mayrand s'implique également dans l'activité par le don d'un certificat-cadeau d'une valeur de 500\$. ***Le tirage 2003 aura généré un profit net de 6 581\$.***

L'union fait la force

Le 15 novembre 2003 a été l'occasion pour le Regroupement, ses membres et ses bénévoles de s'amuser tout en récoltant des fonds au profit de la campagne de Noël. En effet, nous avons eu la chance de participer à l'émission «L'Union fait la force» animée par Patrice L'Écuyer et diffusée sur le réseau de télévision de Radio-Canada. ***L'équipe du Regroupement accompagnée par plus de 50 supporters a affronté l'équipe de la Guignolée des médias et leur a proposé de diviser en deux la somme globale récoltée au cours de la semaine quelque soient les résultats et ce dans un esprit de partage. Cette activité a généré un profit de 2 500\$.***

L'ensemble des activités de financement a permis d'amasser 43 806\$.

² Pour la liste complète des collaborateurs de la soirée bénéfice voir annexe 3

La redistribution des dons

À l'occasion de la campagne 2003, le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal a redistribué aux 19 Magasins-Partage de Noël membres 213 550.90\$ en denrées alimentaires et produits d'hygiène corporelle. Ce montant équivaut à une somme de 37.52\$ par ménage.

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
2003	213 550.90\$	37.52\$	5 692

En ajoutant aux chiffres ci-haut mentionnés la valeur de 99 591\$ sous forme de dons de jouets, livres et autres cadeaux, le Regroupement aura donc versé une somme équivalente à 55.01\$ pour chaque ménage inscrit à un Magasin-Partage.

L'achat des denrées

Le Regroupement des Magasins-Partage a procédé à l'achat de denrées alimentaires de deux façons. Une première façon qui est celle de regrouper un grand volume d'achats sous le volet : **achats collectifs**. Ce qui permet l'accès à de meilleurs prix. Une seconde façon permet de répondre plus spécifiquement aux besoins des participants desservis par les Magasins-Partage soit les **achats personnalisés**.

Les achats collectifs

Au printemps, un comité composé de membres et de la permanence a procédé à l'élaboration d'une liste exhaustive de denrées alimentaires. Ils se sont **inspirés des commentaires de l'ensemble des membres concernant les produits achetés l'année précédente**.³ Les denrées choisies sont souvent des produits de base qui correspondent de façon générale aux besoins des participants. À tous les ans, le Regroupement se fait un devoir de consulter ses membres sur leur satisfaction face à la sélection des achats. À l'occasion de Noël 2003, **les achats collectifs ont représenté une somme de 148 340.90\$**

Les achats personnalisés

En plus des achats collectifs, **le Regroupement met à la disposition des membres une somme de 3,00 \$ par ménage inscrit pour les achats personnalisés**. Cette pratique **permet aux Magasins-Partage de répondre aux particularités de leur milieu** (Origine ethnique, religion, âge des enfants, types de familles, nombre de personnes qui la composent, etc.). Afin de faciliter les démarches, un représentant du distributeur alimentaire Mayrand ltée s'est rendu disponible les 4 et 5 décembre 2003, dans les locaux du Regroupement, pour recevoir à tour de rôle les responsables de Magasins-Partage. **Les achats personnalisés ont représenté une somme de 17 106.43\$.**

La redistribution des achats collectifs

Le Regroupement effectue les calculs pour la **division des achats collectifs selon le prorata des ménages inscrits** dans les Magasins-Partage. **À partir des divisions, le distributeur alimentaire Mayrand procède au montage** des différentes commandes. Se joignent à ces commandes, les achats personnalisés et les achats de quartier (effectués et payés par les organisations locales.)

Distribution des dons sous forme de biens

Tous les dons reçus sous forme de biens⁴ ont été acheminés vers l'entrepôt des industries Majestic. Une équipe de quatre personnes a procédé à la **division et au montage de l'ensemble des dons respectifs à chaque Magasin-Partage**.

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

⁴ Pour la liste complète des dons sous forme de biens et service, voir l'annexe 2.

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

La somme totale redistribuée par le Regroupement pour chaque ménage représentante 55.01\$.

Nom du Magasin-Partage	Valeur totale remis par le Regroupement	Valeur en achats collectifs 26.06\$/ménages	Valeur en biens (denrées et produits d'hygiène corporelle) 11.45\$/ménages	Valeur en jouets, livres et Cadeaux 17.50\$/ménages
La Corbeille	19 253.50 \$	9 121.00\$	4 007.50\$	6 125.00 \$
Les Chemins du soleil	17 878.25 \$	8 469.50 \$	3 721.25 \$	5 687.50 \$
Côte St-Paul/Émard	7 261.32 \$	3 439.92 \$	1 511.40 \$	2 310.00 \$
Dupéré	9 626.75 \$	4 560.50 \$	2 003.75 \$	3 062.50 \$
GEMO	12 377.25 \$	5 863.50 \$	2 576.25 \$	3 937.50 \$
Hochelaga-Maisonneuve	50 884.25 \$	24 105.50\$	10 591.25 \$	16 187.50 \$
Jean XXIII	4 950.90 \$	2 345.40 \$	1 030.50 \$	1 575.00 \$
Parc Extension	14 878.25 \$	8 469.50 \$	3 721.25 \$	5 687.50 \$
Plateau	\$12102.22 \$	5 733.20 \$	2 519.00 \$	3 850.00 \$
Petite Patrie	22 004.00\$	16 424.00\$	4 580.00 \$	7 000.00 \$
Pointe St-Charles	8 251.50\$	3 909.00\$	1 717.50 \$	2 625.00 \$
Pointe-aux-Trembles	4 400.80\$	2 084.80 \$	916.00 \$	1 400.00 \$
Réseau Providence	8 251.50\$	3 909.00 \$	1 717.50 \$	2 625.00 \$
SNAC	20 353.70\$	9 642.20 \$	4 236.50 \$	6 475.00 \$
St-François d'Assise	13 752.50 \$	6 515.00 \$	2 862.50 \$	4 375.00 \$
St-Henri / Petite Bourgogne	13 752.50 \$	6 515.00 \$	2 862.50 \$	4 375.00 \$
St-Michel	11 002.00 \$	5 212.00 \$	2 290.00 \$	3 500.00 \$
St-Victor	15 127.75 \$	7 166.50 \$	3 148.75 \$	4 812.50 \$
Villeray	41 257.50 \$	19 545.00 \$	8 587.50 \$	13 125.00 \$

Ce sont plus de 600 000 \$ qui ont été redistribués aux 5 692 ménages participants par le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal et ses membres lors de la campagne de Noël 2003.

Deuxième volet : La campagne médiatique

La campagne médiatique avait pour but de **sensibiliser la population, d'interpeller de futurs partenaires** à se joindre aux donateurs actuels, **de soutenir les Magasins-Partage dans leur campagne locale** et de **promouvoir la soirée bénéfice** du 26 novembre 2003. Et tout cela s'inscrit dans l'actualisation de notre plan d'action

Sensibilisation de la population

À travers des **entrevues télévisées, radiophoniques, et des articles de la presse écrite**, le Regroupement s'est assuré que la grande population montréalaise a été rejointe et **sensibilisée aux problèmes qu'engendre la pauvreté**. Lors de ces différentes interventions publiques, le Regroupement a fait connaître davantage le concept des Magasins-Partage et son action auprès de la population appauvrie. De plus, **des cartons descriptifs du concept et du rôle du Magasin-Partage** dans les arrondissements ont été **distribués auprès de la population**.

Interpeller les futurs donateurs

Afin de **rejoindre de potentiels donateurs**, le Regroupement des Magasins-Partage en collaboration avec les Hebdomadaires Transcontinental a fait paraître à quelques reprises un **encart publicitaire invitant les entreprises et la population à soutenir les Magasins-Partage et le Regroupement**. Le Regroupement a également organisé une

visite d'un Magasin-Partage pour de futurs et nouveaux partenaires 2004. Cette visite permet de constater les besoins des Magasins-Partage et la façon dont se traduisent les dons reçus. C'est le moment où nous démontrons que tous ensemble il est possible d'aller plus loin que la faim et de nourrir l'espoir des plus démunis de notre collectivité.

Soutien aux campagnes locales

De nouveau cette année, **des outils de visibilité** ont été **élaborés, produits et distribués par le Regroupement aux Magasins-Partage de Noël** et ce afin de les soutenir les Magasins Partage dans leur campagne locale.

Promotion du souper bénéfice

Le 16 septembre au théâtre Corona s'est tenue une **conférence de presse** pour annoncer la soirée bénéfice du 26 novembre. Monsieur Robert Charlebois et Madame Francine Grimaldi ont été les portes-paroles de l'événement. Pour promouvoir la soirée bénéfice et la vente de billets de spectacle, des **encarts publicitaires** ont paru à quelques reprises dans certains hebdos du groupe Transcontinental. Dans le cadre de cette publicité, des **entrevues** ont été accordées à différents médias. La JCCM a assuré un soutien technique concernant l'envoi et le suivi des différents **communiqués de presse**.

Outils de presse utilisés

Pochette de presse, invitation aux médias, communiqué de presse, fil de presse

Outils de visibilité utilisés

Cartons promotionnels, feuillets promotionnels, encarts publicitaires, affiches, tirelires, autocollants.

Médias rejoints

Radio-Canada, RDI, TQS, CBC, Canal Vox, CIBL, CINF-infoAM 690, Cité rock détente, CKAC, CKOI, Radio-Canada première chaîne, la Presse, Métro, Montréal métropolitain, Hebdo Transcontinental, 24heures, Journal de Montréal, Écho vedette.

Portrait de la population desservie

Cette section du bilan est toujours fort intéressante, car elle permet de voir le **profil des ménages participants, ainsi que les effets positifs**. 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.

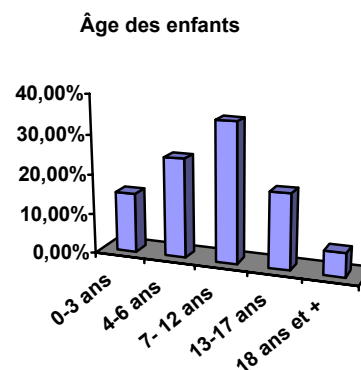
Chaque Magasin-Partage détermine le nombre de ménages qu'il peut accueillir selon son nombre d'années d'expérience, la variété de dépannages alimentaires dans son milieu, et de sa capacité financière découlant du succès anticipé de sa campagne locale. Cette année, **ce sont 5651 ménages montréalais, soit 13 799 adultes et enfants, qui ont fait une épicerie de Noël à travers le réseau des Magasins-Partage**.

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
2003	19	13 799	5 651

Portrait socio-économique

Les enfants et la pauvreté

Des 13 799 personnes accueillies, près de la moitié sont des enfants (5953 enfants) âgés de moins de 17 ans. On constate également que lorsqu'une famille participe au Magasin-Partage, elle a **majoritairement des enfants qui fréquentent l'école primaire** ce qui représente 60% des enfants desservis. Les enfants de plus de 18 ans vivant à la charge de leurs parents sont considérés comme des adultes à charge pour le ménage lorsque l'on détermine la valeur du panier d'épicerie.



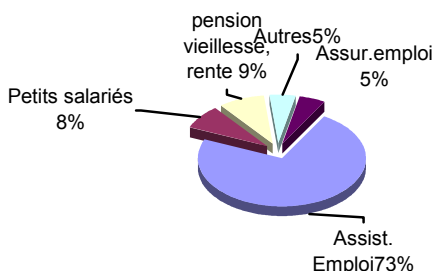
Les femmes et la pauvreté

En 2004, nous avons constaté que c'est **un nombre plus grand de femmes (61%)** qui ont été **desservies par les Magasins-Partage**. De ce pourcentage, **30% d'entre elles étaient chefs de familles monoparentales**.

Les familles et la pauvreté

Des 5 651 ménages accueillis, plus de **58% des ménages étaient des familles**. À l'étude des compilations, nous avons remarqué que **32% des familles étaient composées de 3 enfants et plus**, ce qui obligeait les Magasins-Partage à diversifier le format d'une même denrée (plus gros format) .

La source de revenu et la pauvreté



On observe que des ménages desservis, plus de **73%** vivent de **l'assistance emploi** (Aide sociale), 9% des ménages étaient des prestataires de pensions de vieillesse et de rentes de retraite, 8% des ménages, malgré le fait qu'ils aient un travail rémunéré, ont un revenu insuffisant pour subvenir aux besoins de leur famille, 5% des ménages étaient prestataires d'assurance emploi et les derniers 5% des ménages avaient pour source de revenu soit des prestations de la CSST, des prêts et bourses, en attente de prestations ou encore un fonds de grève.

Un réseau d'entraide

Nos statistiques démontrent ***qu'il est faux de croire que les participants développent une certaine dépendance au Magasin-Partage, car seulement moins du tiers de ceux-ci étaient à leur troisième participation ou plus.*** Puisque le Magasin-Partage est une opération de quartier, celui-ci informe les participants sur les autres ressources existantes dans leur quartier tel que cuisine collective, groupe d'achat, groupe d'alphabétisation, ACEF, association des locataires, groupe d'entraide. ***Les participants accèdent donc à d'autres formes d'aides et améliorent leur qualité de vie voire même s'éloignent de la pauvreté après avoir cheminé.***

Le Magasin-Partage en action

Les 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. 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.

Encore cette année, plusieurs Magasins-Partage nous ont souligné que la collecte locale de fonds et de denrées fut laborieuse. Deux facteurs sont en causes. Le premier est que plusieurs entreprises partenaires des Magasins-Partage ont changé leur façon de faire dans l'octroi de dons. Celles-ci n'offrent plus leurs dons localement mais les dirigent entièrement vers Moisson-Montréal et ce bien souvent dans le cadre de la Guignolée des médias. La deuxième cause est que la pauvreté gagne de plus en plus de terrain et que les conditions de vie des personnes démunies ne cesse de se détériorer les Magasins-Partage ne suffisent plus à la demande.

Malgré tout, les responsables des Magasins-Partage sont satisfaits du travail accompli. Ils considèrent avoir une bonne organisation qui repose sur un nombre accru de bénévoles.

Le bénévolat

Pour mener à bien l'action des Magasins-Partage, il faut une solide équipe de bénévoles et de salariés. ***Cette année, ce sont plus de 1 521 bénévoles qui ont généreusement offert de leur temps et leur énergie aux Magasins-Partage : cela représente 18 752 heures de bénévolat.***

Les bénévoles ont plusieurs visages. Ceux-ci peuvent être des étudiants, des scouts, des rentiers, des travailleurs de différents milieux, etc. On remarque que déjà sensibilisés à la pauvreté, ***les bénévoles par leur implication comprennent davantage les détreesses que peuvent vivre les plus démunies et s'impliquent dans d'autres organisations d'entraide tout au cours de l'année.***

Les Magasins-Partage encouragent également les participants à donner de leur temps, ce qui leur permet de vivre une expérience positive, de briser leur isolement, de se sentir solidaire d'une cause et de développer ou d'entretenir des habitudes de travail.

Les services

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 leur 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.

Bilan financier de la campagne de Noël

	Total	Achats collectifs	Coordination/adm.	Biens/services	Camp. Médiatique
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	26 500.00 \$	26 500.00 \$			
Entrepr. privées/org. Publiques	139 933.00 \$	3 100.00 \$		129 961.00 \$	6 872.00 \$
Syndicat	2 900.00 \$	2 900.00 \$			
Individus	6 090.00 \$	3 000.00 \$		3 090.00 \$	
Activités de financement	56 157.00 \$	46 157.00 \$	10 000.00 \$		
Moisson Montréal	36 750.00 \$			36 750.00 \$	
Centraide	43 000.00 \$		*43 000.00 \$		
Total	415 525.00 \$	160 852.00\$	63 000.00 \$	169 801.00 \$	21 872.00 \$
Dépenses					
Denrée alim/hygiène corpor.	213 551.00 \$	148 341.00\$		65 210.00 \$	
Jouets et cadeaux	99 591.00 \$			99 591.00 \$	
Salaire et avantage sociaux	29 835.00 \$		29 835.00 \$		
Contrat de service	1 706.00 \$		206.00 \$	1 500.00 \$	
Publicité / promotion	21 872.00 \$				21 872.00
Frais act. de financement	12 351.00 \$	12 351.00 \$			
Fournitures de bureau	782.00 \$		782.00 \$		
Frais de déplacement	733.00 \$		733.00 \$		
Téléphonie/loyer	2 656.00 \$		2 656.00 \$		
Frais de poste	317.00 \$		317.00 \$		
Frais d'impression	203.00 \$		203.00 \$		
Frais de transport	349.00 \$		349.00 \$		
Frais d'entrepôt	3 500.00 \$			3 500.00 \$	
total	387 465.00 \$	160 692.00 \$	35 081.00 \$	169 801.00 \$	21 872.00 \$
Différence	28 079.00 \$	161.00\$	*27919 \$	0\$	0 \$

* Centraide a subventionné le Regroupement pour une somme de 43 000\$ (29835\$ ont été appliqués aux salaires de la campagne (septembre, octobre, novembre et décembre 2003) et 13 165\$ au financement de base annuel.

Conclusion

La solution à la pauvreté, nous ne l'avons pas car notre action n'en est pas une. Nous considérons plutôt que nous sommes un service de transition du dépannage alimentaire vers des mesures alternatives dans l'optique de permettre aux participants d'améliorer leur qualité de vie. La vraie solution à la pauvreté c'est notre société «gouvernement, administration publique, patronat, syndicat, citoyen et autres » qui la détient, soit celle d'écouter et de travailler ensemble à l'élimination de la pauvreté. Nous espérons que nos décideurs politiques comprendront que les moyens pour palier à la pauvreté ne doivent pas majoritairement venir que du milieu communautaire.

Encore aujourd'hui, après cette réflexion, le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal maintient ses activités parce qu'il croit essentiel d'offrir à la population appauvrie l'accès à un service qui respecte la dignité et facilite le cheminement vers un réseau d'entraide local. Malheureusement, le Regroupement et ses membres doivent user d'imagination et faire des prouesses pour bonifier leur campagne. Par contre, le Regroupement désire être présent et supporter ses membres tant et aussi longtemps que des solutions durables à l'élimination de la pauvreté et aux supports apportés aux différentes détresses sociales ne seront mises en place.

Nous prévoyons pour la campagne de Noël 2004 la tenue de nouveaux Magasins-Partage; donc une augmentation du nombre de ménages à desservir : c'est pourquoi nous compterons de nouveau sur l'appui de nos partenaires actuels et redoublerons d'ardeur en ce qui a trait au développement de nouveaux partenariats.

Le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal, ses membres et les 13 800 participants désirent remercier de nouveau l'ensemble de ses partenaires et collaborateurs.

Le succès de cette campagne nous appartient, à nous tous.

Dons reçus sous forme d'argent 2003

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		5 000,00 \$
Mayrand		3 000,00 \$
Dons d'individus		3 000,00 \$
FTQ et Syndicats affiliés		1 803,00 \$
	FTQ	300,00 \$
	Fonds FTQ Solidarité	500,00 \$
	Fonds humanitaire SCEP	500,00 \$
	SCFP 301	103,00 \$
	SEIU 800	100,00 \$
	TUAC 500	100,00 \$
	SCFP 957	50,00 \$
	SCEP 84Q	50,00 \$
	SCFP 2000	50,00 \$
	SCFP Québec	50,00 \$
Festin de la St-Hubert		1 500,00 \$
CSQ		1 000,00 \$
Conseil central CSN		100,00 \$
Caisse populaire Desjardins - Centre administratif		50,00 \$
Caisse populaire Ahuntsic		50,00 \$

Dons sous forme de biens et services

Hebdos-Transcontinental

Partage des frais de parution de l'encart publicitaire avec le Regroupement dans les hebdomadaires locaux.

Évalué approx. à 5 000.00\$

Mayrand

Préparation des 19 commandes, service de livraison à prix réduit, 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 Aéronautique

55 caisses de denrées diverses, 56 caisses de chips et 78 caisses d'eau en bouteilles

Évalué approx. à 4 076.00\$

Chomeday News / Parc Extension

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

Évalué à 372.00\$

Atelier du Père Noël (Garnison Montréal) via le Magasin-Partage Pointe-aux-Trembles

96 casse-têtes pour bébés

Évalué approx. à 288.00\$

Moisson Montréal

1 palette de café moulu en vrac, 1 palette de café en grain en vrac, 218 caisses de mayonnaise, 120 caisses de Kraft Diner et 74 caisses de brosses à dents Spin Brush de Crest

Évalué approx. à 36 750.00\$

Quebecor World

Livres variés

Évalué approx. à 273.00\$

Reader Digest (via Centraide)

Cassettes vidéos pour enfants (700 copies)

Évalué approx. à 7 000.00\$

Brasserie Labatt

Disques compacts de François Pêrusse (2 225 copies)

Évalué approx. à 33 375.00\$

Méga Bloks

Jeux et jouets

Évalué approx. à 2 376.00\$

Capilex Charel

210 caisses de produits capillaires

Évalué approx. à 19 993.00\$

Yves Rocher (via le Magasin-Partage de Villeray)

Produits cosmétiques variés

Évalué approx. à 45 900.00\$

Café Rico

3000 sacs à café vides

Évalué approx. à 322.50\$

Librairie Leblanc

Jouets et services d'évaluation de dons

Évalué approx. à 250.00\$

Éditions Flammarion

Livres divers

Évalué approx. à 9 776.00\$

Valet de coeur

Jouets variés

Évalué approx. à 266.47\$

Association canadienne des chefs de police

Friandises

Évalué approx. à 75 .00\$

Particuliers

Dons divers

Évalué approx. à 91.25\$

Collaborateurs de la soirée bénéfice 2003**Unibroue**

Location du théâtre Corona et des services s'y rattachant (conférence de presse et soirée bénéfice), location d'équipements et embauche de musiciens pour le spectacle de Robert Charlebois, approvisionnement de bières (conférence de presse et soirée bénéfice), vente de billets à 200\$ et de loges corporatives, recherche de dons pour l'encan, participation à la logistique de la soirée.

Évalué approx. à 21 510\$

La Jeune Chambre de Commerce de Montréal

Implication au sein du comité organisateur, constitution d'un comité interne pour la vente de billets à 100\$ et du balcon, recherche de prix et de forfaits pour l'encan silencieux

Évalué approx. à 5 000\$

Auberge L'Autre jardin
 Auberge Les P'tits pommiers
 Auberge de la Montagne coupée
 B&B La Maison Ducharme
 Canon
 Chantal De Serres
 Centre de vacances Le P'tit Bonheur
 Cité de l'énergie et Kosmogonia
 Club de golf de Terrebonne
 Club de hockey Canadiens
 Croisières AML
 Fourquet Fourchette
 Galerie Simon Blais
 Galerie SAS
 Galerie Clair Obscure
 GSI Musique (Bachelor)
 Groupe Le Germain
 Groupe Génération et Diffusion YFB
 Hotel Crown Plaza
 Hôtel La Sapinière
 Il Teatro
 La Corbeille
 L'Estérel
 Première Moisson

L'internationale de Mongolfières
 Manoir Rouville-Campbell
 Marché des saveurs
 Mayrand
 Mont Garceau
 Musée des Beaux-Arts de Mtl
 Paniers Bonne idée
 Plaza Hotel Maritime
 Relais Champêtre
 Relais des Gouverneurs
 Restaurant L'Actuel
 Restaurant Guy et Dodo Morali
 Restaurant La Mère Poule
 Restaurant Toqué
 SAQ
 SÉPAQ
 Séquoia Massothérapie
 The Grand Hotel
 Théâtre Jean-Duceppe
 Tonic Salonspa
 VIA Rail

Liste des denrées alimentaires achetées par le Regroupement en 2003**Denrées achetées par le Regroupement pour les achats collectifs**

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Margarine non hydrogénée | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (sauce à la viande) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Huile Canola | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (sauce tomates) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Céréales Corn Flakes™ | <input checked="" type="checkbox"/> Soupe aux légumes |
| <input checked="" type="checkbox"/> Céréales Frosted Flakes™ | <input checked="" type="checkbox"/> Soupe poulet et nouilles |
| <input checked="" type="checkbox"/> Beurre d'arachides | <input checked="" type="checkbox"/> Biscuits soda |
| <input checked="" type="checkbox"/> Confiture Framboises | <input checked="" type="checkbox"/> Thon en morceaux dans l'eau |
| <input checked="" type="checkbox"/> Confiture Fraises | <input checked="" type="checkbox"/> Saumon |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus de fruits (pomme, orange) | <input checked="" type="checkbox"/> Ananas en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus de tomates | <input checked="" type="checkbox"/> Salade de fruits en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Tomates en dés | <input checked="" type="checkbox"/> Sucre blanc |
| <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en grain en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Cassonade |
| <input checked="" type="checkbox"/> Haricots verts coupés en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Biscuits pépites de chocolats & Oréo |
| <input checked="" type="checkbox"/> Pois verts en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Barres tendres |
| <input checked="" type="checkbox"/> Pâtes alimentaires macaroni | <input checked="" type="checkbox"/> Poudre de chocolat |
| <input checked="" type="checkbox"/> Pâtes alimentaires spaghetti | <input checked="" type="checkbox"/> Ketchup |

Denrées achetées par le Regroupement pour les achats personnalisés

- | | | |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Tartinade caramel | <input checked="" type="checkbox"/> Sachet soupe poulet et nouilles | <input checked="" type="checkbox"/> Thon en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Beurre d'arachides | <input checked="" type="checkbox"/> Nouilles instantanées | <input checked="" type="checkbox"/> Sardines |
| <input checked="" type="checkbox"/> Miel | <input checked="" type="checkbox"/> Soupe aux pois | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce soya |
| <input checked="" type="checkbox"/> Sirop de table | <input checked="" type="checkbox"/> Jus de tomates | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce cerises ou prunes |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus d'oranges | <input checked="" type="checkbox"/> Jus de légumes | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce BBQ |
| <input checked="" type="checkbox"/> Céréales | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à salade | <input checked="" type="checkbox"/> Barres tendres |
| <input checked="" type="checkbox"/> Gruau | <input checked="" type="checkbox"/> Moutarde | <input checked="" type="checkbox"/> Mélange à gâteau |
| <input checked="" type="checkbox"/> Café instantané | <input checked="" type="checkbox"/> Relish | <input checked="" type="checkbox"/> Papier hygiénique |
| <input checked="" type="checkbox"/> Thé | <input checked="" type="checkbox"/> Ketchup | <input checked="" type="checkbox"/> Papier mouchoir |
| <input checked="" type="checkbox"/> Œufs | <input checked="" type="checkbox"/> Cornichons | <input checked="" type="checkbox"/> Dentifrice |
| <input checked="" type="checkbox"/> Fromage à la crème | <input checked="" type="checkbox"/> Vinaigre blanc | <input checked="" type="checkbox"/> Pain de savon |
| <input checked="" type="checkbox"/> Fromage en tranches | <input checked="" type="checkbox"/> Olives farcies | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (à la viande) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Poudre de chocolat | <input checked="" type="checkbox"/> Betteraves | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (aux tomates) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Margarine | <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en crème en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Pâté de jambon en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Lait 2 litres | <input checked="" type="checkbox"/> Tomates en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Pâté de foie en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Lait 1 litre | <input checked="" type="checkbox"/> Pâte de tomates | <input checked="" type="checkbox"/> Ragoût de poulet en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Lait en poudre | <input checked="" type="checkbox"/> Tomates entières en boîte | <input checked="" type="checkbox"/> Ragoût de boulettes |
| <input checked="" type="checkbox"/> Lait évaporé | <input checked="" type="checkbox"/> Pois chiches en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Ragoût au bœuf |
| <input checked="" type="checkbox"/> Farine | <input checked="" type="checkbox"/> Carottes 2 lb | <input checked="" type="checkbox"/> Ragoût bœuf et pâtes |
| <input checked="" type="checkbox"/> Huile | <input checked="" type="checkbox"/> Pommes de terre 5lb | <input checked="" type="checkbox"/> Ragoût irlandais |
| <input checked="" type="checkbox"/> Sel | <input checked="" type="checkbox"/> Fèves au lard | <input checked="" type="checkbox"/> Tourtières |
| <input checked="" type="checkbox"/> Riz à grains longs | | |

Détails des activités de financement de 2003

	Soirée bénéfice	Tirage de Noël	Union fait la force	Total
Revenu				
Vente de billets et/ou tables	22 800 \$	7 708 \$		30 508 \$
Vente à l'encan	7 397 \$			7 397 \$
Vente de loge	7 100 \$			7 100 \$
Vente de billets de spectacle	6 260 \$			6 260 \$
Revenu d'activité			2 500 \$	2 500 \$
Don/Tirelire	1 332 \$	500 \$		1 832 \$
Revenu du bar	560 \$			560 \$
Total	45 449 \$	8 208 \$	2 500 \$	56 157 \$
Dépenses				
Restauration	6 297 \$			6 297 \$
Frais d'organisation	2 819 \$			2 819 \$
Certificat cadeau		1 100 \$		1 100 \$
Impression/graphisme	567 \$	272 \$		839 \$
Frais bancaire	500 \$			500 \$
Frais encan	441 \$			441 \$
Permis de tirage		355 \$		355 \$
Total	10 624 \$	1 727 \$	0	12 351 \$
Différences	34 825 \$	6 481 \$	2 500 \$	43 806 \$
Répartition				
Achats collectifs	29 825 \$	1 481 \$	2 500 \$	33 806 \$
Fonctionnement de base	5 000 \$	5 000 \$	0 \$	10 000 \$

Coordonnées des Magasins-Partage de Noël 2003

Magasins-Partage	Secteurs	Personnes ressources
Magasin-Partage Chemins du soleil	Centre-sud	M. Marc Alarie 528-9991
Magasin-Partage Corbeille	Bordeaux-Cartierville	M. René Tremblay 856-0838
Magasin-Partage Côte St-Paul/Emard	Côte St-Paul/Ville Emard	Mme Anne-Rose Dubreuil 761-1280
Magasin-Partage Dupéré	Mercier-est	M. Paul-Émile Rochon 493-7656
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. Pierre Villeneuve 353-1223
Magasin-Partage Parc Extension	Parc Extension	M. Jean-Simon Houle 948-3246
Magasin-Partage Petite patrie	Petite Patrie	Mme Louise Fuoco 277-4993
Magasin-Partage Réseau Providence	Petite Bourgogne	Mme Paulette Lambert 932-7270
Magasin-Partage Plateau	Plateau Mont-Royal	Soeur Anne-Marie Salomia 521-7984
Magasin-Partage Pte-St-Charles	Pointe-St-Charles	Mme Lucie Giroux 937-7609
Magasin-Partage Pte-aux-Trembles	Pointe-aux-Trembles	Mme Nathalie Otis 495-4273
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-Henri/Petite Bourgogne	St-Henri	M. Marcel Vanasse 932-3341
Magasin-Partage St-Michel	St-Michel	M. Jose Mejia 723-3940
Magasin-Partage St-Victor	Mercier-est	Paroisse (M. Roland Lévesque) 351-4960
Magasin-Partage Villeray	Villeray	Mme Carole Therrien 273-8535 #223