

**« *Soulager la faim, Nourrir l'espoir* »**

**Bilan de la  
Campagne de Noël 2005**

# Table des matières

<b>Introduction</b>	<b>p.3</b>
<b>Portrait du Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal</b>	<b>p.4</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Un brin d'histoire</li><li>• Le Regroupement, une force</li><li>• La pauvreté, une triste réalité</li><li>• À l'écoute des demandes de la population montréalaise</li><li>• Le Magasin-Partage répond aux besoins de la population</li><li>• Le réseau des Magasins-Partage de Noël</li></ul>	
<b>La campagne de Noël</b>	<b>p.6</b>
<b>La campagne de financement</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Les sollicitations</li><li>• Les partenariats</li><li>• Les activités de financement</li><li>• La redistribution des dons</li><li>• L'achat des denrées</li><li>• Les achats collectifs</li><li>• Les achats personnalisés</li><li>• La redistribution des achats collectifs</li><li>• Distribution des dons sous forme de biens</li><li>• Valeur du don offert par le Regroupement à chaque Magasin-Partage</li></ul>	
<b>La campagne médiatique</b>	<b>p.10</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Sensibiliser la population</li><li>• Outils de visibilité utilisés</li><li>• Outils de promotion utilisés</li></ul>	
<b>Portrait de la population desservie</b>	<b>p.11</b>
<b>Portrait socio-économique</b>	<b>p.11</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Les enfants et la pauvreté</li><li>• Les adultes et la pauvreté</li><li>• Les femmes et la pauvreté</li><li>• Les familles et la pauvreté</li><li>• La source de revenus et la pauvreté</li><li>• Un réseau d'entraide</li></ul>	
<b>Le Magasin-Partage en action</b>	<b>p.12</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Les campagnes locales</li><li>• Le bénévolat</li><li>• Les services</li></ul>	
<b>Bilan financier des achats collectifs et de la redistribution des dons</b>	<b>p.14</b>
<b>Bilan financier de la logistique de la campagne de Noël 2005</b>	<b>p.14</b>
<b>Conclusion</b>	<b>p.15</b>
<b>Les annexes</b>	
Annexe 1 : Dons reçus sous forme d'argent attribué aux achats collectifs	<b>p.16</b>
Annexe 2 : Dons sous forme de biens et services	<b>p.17</b>
Annexe 3 : Liste des personnalités présentes lors de la soirée bénéfice	<b>p.18</b>
Annexe 4 : Collaborateurs de la soirée bénéfice 2005	<b>p.19</b>
Annexe 5 : Liste des denrées alimentaires achetées par le Regroupement	<b>p.20</b>
Annexe 6 : Bilan financier des activités de financement 2005	<b>p.21</b>
Annexe 7 : Coordonnées des Magasins-Partage de Noël 2005	<b>p.22</b>
<b>Coupures de presse</b>	<b>p.23</b>

# **Introduction**

## **Un contexte difficile pour 2005**

L'année 2005 a connu des bouleversements climatiques et plusieurs catastrophes naturelles. Ces fléaux ont eu pour résultat des pays dévastés, laissant des peuples en détresse. Or, tous; citoyens, fondations, entreprises privées et gouvernements furent sollicités et plusieurs d'entre eux ne sont pas restés indifférents face aux multiples requêtes.

Que ce soit pour les Gonaïves en Haïti, le Tsunami de l'Asie, l'ouragan Katrina en Louisiane, beaucoup de dons ont été acheminés et bon nombre d'escouades de secouristes ont été mobilisées afin de venir en aide aux victimes.

Toutefois, le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal, comme plusieurs autres organismes, en a subi les contrecoups et a dû composer avec cette triste réalité. Bien que sensibles à nos besoins, plusieurs organisations interpellées nous ont signalé l'épuisement de leurs fonds suite à ces cataclysmes. Ainsi, au cours de l'année, l'équipe de l'organisme a encore une fois retroussé ses manches et travaillé d'arrache-pied afin d'amasser le maximum d'argent pour, dans la mesure du possible, soutenir les dix-neuf Magasins-Partage de Noël.

Le défi fut énorme puisque la campagne débutait avec près de 60 000 \$ en moins. Ceci étant dit, un recours collectif reçu en 2001 était épuisé. Il fut octroyé en trois parts égales pour les campagnes de Noël de 2002, 2003 et 2004. De plus, s'ajoute à cela la réorientation des dons venant d'un important partenaire, selon une nouvelle politique de soutien.

## **Une visibilité inespérée**

Concernant les relations publiques, l'année 2005 fut couronnée de succès pour l'organisme, ne serait-ce que de reconnaître la très généreuse couverture de presse obtenue au cours de la campagne et de la soirée bénéfice. Somme toute, sans la crédibilité obtenue par le travail accompli au cours des dix dernières années, le Regroupement n'aurait pas un tel privilège médiatique et donc, une telle notoriété aujourd'hui.

Que ce soit par le biais d'entrevues, de participations à des panels de discussion, de reportages, de conférences de presse, de participations à des émissions d'actualité, la liste des médias ayant couvert nos activités est longue.

## **Une équipe dynamique**

Je suis fière de pouvoir affirmer qu'avec le nouveau dynamisme de l'équipe de travail, notamment par l'arrivée de deux nouvelles employées permanentes ainsi que la relation de confiance exceptionnelle avec les membres du conseil d'administration, l'organisme a tout de même obtenu de très bons résultats lors de cette campagne.

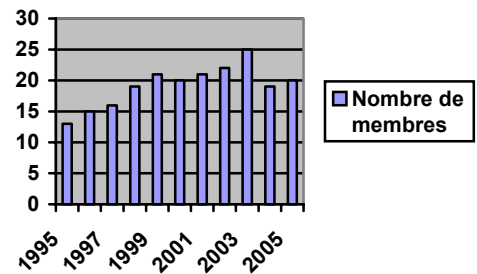
Sylvie Rochette  
Directrice

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

## Un brin d'histoire

C'est en décembre 1986, dans le quartier Villeray, au Patro le Prévost, que naît l'ancêtre du Magasin-Partage. Il accueille alors trente-cinq 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 2005, vingt organisations locales en sont membres pour un total de vingt-neuf Magasins-Partage tenus au cours de l'année.** 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, une meilleure crédibilité auprès des donateurs et bailleurs de fonds et ainsi devenir une force génératrice de solidarité dans le domaine de la sécurité alimentaire.** Il se veut également un lieu de rassemblement, d'échange d'information 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 besoins des organisations locales qui s'interrogent sur le concept, accompagne celles qui réfléchissent au projet et celles qui mettent sur pied 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. De plus, il voit à protéger le nom « Magasin-Partage » et voit à son utilisation.**

## 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 connus pour avoir un haut taux de pauvreté. **Bien qu'il soit vrai que la population de certains arrondissements est beaucoup plus touchée par la pauvreté, 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 efficaces et des médicaments à faible coût pour ne nommer que celles-ci, font que les ménages appauvris voient leur qualité de vie se dégrader.

**Au cours du mois de janvier 2006, Statistique Canada a annoncé que le nombre de prestataires de l'assurance-emploi avait diminué de 1,4 % comparativement à 2005. Il faut comprendre que ces statistiques confondent tous les types d'emplois, que ce soit à temps plein, à temps partiel ou encore, sur appel. Lorsque l'industrie du marché du travail supprime un emploi à temps plein et en crée deux autres à temps partiel, il est certain que le taux de chômage diminue. Toutefois, celui de la pauvreté tend à augmenter puisqu'un emploi à vingt heures par semaine est nettement insuffisant pour subvenir aux besoins des individus. Être sur le marché du travail n'assure pas nécessairement aux individus de se maintenir au dessus du seuil de pauvreté.**

**Alors qu'une grande majorité des participants aux Magasins-Partage sont des bénéficiaires de l'assistance emploi (sécurité du revenu), au cours des dernières années, on observe qu'un grand nombre de travailleurs au salaire minimum, à temps partiel ou encore sur appel ont recours à nos services puisqu'ils n'arrivent plus à boucler leur budget. Il est de plus en plus difficile pour les organismes communautaires de répondre aux nombreux besoins de la clientèle, car ceux-ci sont essouffés et manquent de support financier. Afin de les aider 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

Au cours de l'automne et à l'approche du temps des fêtes, le Regroupement a reçu un grand nombre d'appels 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 un premier temps, il a informé les intervenants qui travaillent dans ces quartiers du désir de leurs concitoyens d'être desservis par un Magasin-Partage. Dans un deuxième temps, les quartiers intéressés à amorcer une réflexion sur la mise en place d'un Magasin-Partage ont fait appel aux services du Regroupement.

**De plus, certains Magasins-Partage ont été approchés par le Regroupement afin d'évaluer leur capacité à recevoir des résidents hors de leur territoire pour répondre aux besoins d'un plus grand nombre d'individus. Ce sont quatre Magasins-Partage qui ont eu la capacité de répondre à la demande du Regroupement.**

## 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 dans le respect comme tout le monde.

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, celle-ci étant la force même du concept.** 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 tout au cours de l'année, en les orientant vers les ressources communautaires les plus aptes à les assister dans leur cheminement de prise en charge** (Ex. : cuisines collectives, groupes d'achats, ACEF, groupes d'entraide, groupes de recherche d'emploi, etc.).

## Le réseau des Magasins-Partage de Noël

Ce sont actuellement **vingt organisations locales** qui sont membres en règle du Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal. **À l'occasion de Noël 2005, dix-neuf d'entre elles ont tenu un Magasin-Partage. C'est plus de cent cinquante organismes communautaires, publics, parapublics et privés qui ont travaillé ensemble à la tenue des Magasins-Partage. Considérant le nombre et le type d'organisations impliquées, le Magasin-Partage est évidemment synonyme d'un projet de quartier qui se veut rassembleur.**

## La campagne de Noël

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 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, la distribution et l'exposition des outils de visibilité.

## La campagne de financement

### Les sollicitations

**Encore cette année, plus de cent vingt-cinq demandes de soutien financier ont été acheminées à différentes organisations, entreprises et fondations susceptibles de nous soutenir dans notre campagne**. Certaines de celles-ci ont répondu favorablement à notre demande. D'une année à l'autre, plusieurs partenaires restent fidèles au Regroupement et inspirent une confiance favorisant la venue de nouveaux donateurs. Les dons offerts ont été reçus en espèces, en biens de consommation et en services<sup>1</sup>.

### Les partenariats

**Certains partenaires choisissent de s'investir davantage ce faisant, au-delà du 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 le fonctionnement de base et les outils de visibilité, elle interpelle ses employés et partenaires à collaborer au Magasin-Partage de leur territoire. **Cette année, nous avons constaté qu'un plus grand nombre de mairies d'arrondissements se sont associées au Magasin-Partage de leur territoire**.

**Centraide** : en plus de nous offrir un soutien financier pour le fonctionnement de base, **Centraide a approché le Regroupement afin de l'associer à une entreprise intéressée à offrir un don substantiel à un organisme bien implanté au cours de la période de Noël, geste s'inscrivant au-delà du don de nourriture**.

**Mayrand Itée** : Cette collaboration se traduit de plusieurs façons. Tout d'abord par l'accès à des prix concurrentiels pour certaines denrées ou encore, par des dons en denrées alimentaires et en espèces. **Il offre également au Regroupement un service de vente d'une qualité hors pair, un montage individuel des achats collectifs (dix-neuf commandes distinctes), une importante participation à la vente de billets de tirage, ainsi qu'un soutien à l'occasion du souper bénéfique afin d'offrir un service de fromages aux convives**.

**Les Œuvres du Cardinal Léger** : Elles nous offrent un soutien financier via leur volet « Partenaires contre la violence et la faim » pour les achats collectifs et le fonctionnement de base. De plus, à l'occasion elles nous associent à certains de leurs donateurs qui souhaitent offrir des dons sous forme de biens.

**Moisson Montréal** : De nouveau cette année, des lettres conjointes sollicitant des fruits et légumes pour la campagne 2005 ont été acheminées à certains fournisseurs de Moisson Montréal. Cette démarche a remporté un franc succès et a permis aux Magasins-Partage d'offrir aux participants des denrées fraîches. L'organisme a également offert au Regroupement des denrées non périssables ainsi qu'un grand nombre d'oursons en peluche. **De plus, Moisson Montréal a mis à la disposition du Regroupement un espace d'entrepôt sur une période de cinq jours afin de faire la division des dons périssables**.

**Pelmorex Communications inc. / Météo Média (une division de Pelmorex Communication inc.)** : **Pour une première année, ils ont offert un soutien financier considérable et approché certains de leurs fournisseurs afin de les inviter à contribuer à la campagne. De plus, ils ont offert une vitrine médiatique sous forme d'interview avec madame Sylvie Rochette, diffusée sur les ondes de Météo Média**.

**La Fédération des caisses Desjardins du Québec** : **Pour sa première participation à la campagne de Noël, elle a offert un don en espèces et a permis à ses employés de donner du temps bénévolement dans l'un des Magasins-Partage**.

---

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

**Le Regroupement a également organisé une visite d'un Magasin-Partage pour d'actuels et futurs partenaires.** Malheureusement, celle-ci a coïncidé avec la tempête du 16 décembre, où sont tombés quarante centimètres de neige. Cependant, quelques aventuriers se sont présentés. Cette visite permet habituellement de constater les besoins des Magasins-Partage et la façon dont se traduisent les dons reçus. C'est le moment où nous démontrons aux partenaires que tous ensemble, il est possible d'aller plus loin que la faim et de nourrir l'espoir des plus démunis de notre collectivité.

## **Les activités de financement**

**Deux activités de financement ont été tenues au profit de la campagne de Noël 2005. La première, d'une grande envergure, a été la tenue de la soirée bénéfique avec un tout nouveau concept. La deuxième, à une plus petite échelle, a été la vente de billets pour le tirage de certificats-cadeaux pour une épicerie.**

### **Soirée bénéfique**

**La « Soirée des célébrités » a été un tout nouveau concept mis de l'avant en 2005. Elle s'est tenue au prestigieux restaurant Hélène de Champlain. L'événement s'est déroulé sous la présidence d'honneur de monsieur Sylvain Simard, directeur de la programmation d'Énergie 94,3 du groupe Astral média. L'activité a permis de rassembler cent cinquante-deux convives autour d'un succulent repas. La « soirée des célébrités » fut ainsi nommée, car vingt-deux personnalités<sup>2</sup> des milieux artistique et sportif y ont assisté. Le concept voulait que chacune d'entre elles soit assise à une table parmi les convives. De plus, l'événement fut admirablement animé par le duo les Grandes Gueules, messieurs José Gaudet et Mario Tessier. La tenue de la « Soirée des célébrités » a été possible grâce à la générosité de quatre-vingt-dix collaborateurs<sup>3</sup>.**

#### **Déroulement de la soirée**

**Le cocktail : à l'arrivée, du porto blanc Cabral, de la bière « Brava » et des boissons douces ont été offerts aux convives.**

**L'encan : lors du cocktail et du souper, un encan silencieux offrant différents types de forfaits; aventure, détente, évasion, ainsi qu'un encan chinois a été tenu à l'intention des convives. Grâce à la collaboration de la marraine du Regroupement, madame Francine Grimaldi, dans la recherche de prix, c'est 21 forfaits et trois prix d'encan chinois qui ont été mis aux enchères. Les encans ont généré un profit net de 10 011 \$.**

**Le souper : un menu de cinq services a été offert aux convives. Le tout accompagné de vin blanc et rouge, ainsi qu'un porto rouge lors du service des fromages.**

#### **Partenaires majeurs**

##### **Énergie 94,3 (Astral média) et les Grandes Gueules**

**La station radio a offert gratuitement la diffusion d'une capsule de promotion au cours des trois semaines précédant l'événement. Ce message a été créé et enregistré par le duo Les Grandes Gueules. De plus, ceux-ci ont animé de façon dynamique et humoristique la soirée bénéfique et ce, au grand plaisir des convives. Monsieur Sylvain Simard, président d'honneur de l'événement et directeur de la programmation à Énergie 94,3, s'est assuré la collaboration et la présence de plusieurs personnalités artistiques.**

**Valeur approximative : 20 000 \$**

##### **Restaurant Hélène de Champlain**

**C'est avec enthousiasme que monsieur Pierre Marcotte, propriétaire du restaurant, a accepté de collaborer à la soirée bénéfique. L'administration du restaurant a généreusement allégé certains frais et le personnel a su être ouvert aux demandes du Regroupement.**

**Valeur approximative : 2 000 \$**

##### **Les Vins du réseau international global**

**Monsieur Émanuel Cabral, propriétaire de l'entreprise, a accepté d'offrir gracieusement les portos blancs et rouges de marque Cabral, ainsi que l'excellent vin blanc et rouge d'étiquette Marquès de Marialva en quantité suffisante pour l'ensemble des convives.**

**Valeur approximative : 2 200 \$**

<sup>2</sup> Pour la liste complète des personnalités présentes, voir annexe 3.

<sup>3</sup> Pour la liste complète des collaborateurs de la soirée bénéfique voir annexe 4.

## Mayrand Itée

**Grâce à la générosité de Mayrand Itée, le Regroupement des Magasins-Partage a pu offrir aux convives lors du cocktail, en plus du porto et de la bière, des rafraîchissements non alcoolisés. De plus, il a offert à l'organisme une variété de fromages de qualité, ce qui a permis l'ajout d'un cinquième service au menu, soit un magnifique plateau de fromages. Valeur approximative : 375 \$**

**Lors de la soirée, les partenaires majeurs ont tous annoncé le renouvellement de leur collaboration pour 2006.**

### Couverture médiatique de la soirée bénéfice :

- Radio-Canada : Véro (entrevues en direct)
- TQS : Flash (entrevues en direct)
- Journal de Montréal : La page de Rodger Brulotte « Tout partout en ville »
- Énergie 94,3 : Capsules
- TVA : La bonne nouvelle

### Bénévoles

Ce sont quatorze bénévoles qui ont travaillé à la préparation de l'événement et au cours de la soirée pour un total de 143 heures.

**La soirée a généré un bénéfice net de 25 000 \$**

### Tirage de paniers d'épicerie

Pour une huitième année consécutive, le Regroupement des Magasins-Partage a organisé, en partenariat avec le distributeur alimentaire Mayrand Itée, un tirage de paniers d'épicerie. Six prix totalisant une valeur de 1 100 \$ sous forme de bons d'épicerie (soit 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 début octobre au 20 décembre 2005 inclusivement. Ceux-ci ont été vendus auprès de la clientèle du distributeur alimentaire Mayrand Itée, des contacts des organisateurs de Magasins-Partage et de la permanence du Regroupement. Soulignons qu'en plus de participer activement à la vente de billets de tirage, Mayrand Itée a offert un don d'un certificat-cadeau d'une valeur de 500 \$. **Le tirage de Noël a généré un profit net de 6 606 \$.**

**L'ensemble des activités de financement a permis d'amasser 31 606 \$.**

## La redistribution des dons

**À l'occasion de la campagne 2005, le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal a redistribué aux dix-neuf Magasins-Partage de Noël membres 155 070.00 \$ en denrées alimentaires et en produits d'hygiène corporelle. Ce montant équivaut à une somme de 27.68 \$ 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
2004	180 443.00 \$	32.79 \$	5 502
<b>2005</b>	<b>155 070.00 \$</b>	<b>27.68 \$</b>	<b>5 603</b>

**En ajoutant aux chiffres ci-haut mentionnés la valeur de 31 431 \$ sous forme de dons de jouets, livres et autres cadeaux, le Regroupement aura donc versé une somme équivalente à 33.29 \$ 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 trois façons différentes. Une première façon est celle de regrouper un grand volume d'achats sous le volet : achats collectifs, ce qui permet l'accès à de meilleurs prix. Une deuxième façon permet de répondre plus spécifiquement aux besoins des participants desservis par les Magasins-Partage, soit les achats personnalisés. Et finalement, une troisième façon qui consiste à redistribuer aux Magasins-Partage les argents reçus entre le début décembre et le 22 décembre au prorata des ménages inscrits. Le Regroupement s'assure que ces argents sont imputés à l'achat de denrées alimentaires par les Magasins-Partage de Noël.**

## 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.**<sup>4</sup> Les denrées choisies sont souvent des produits de base qui correspondent de façon générale aux besoins des participants. 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 2005, **les achats collectifs ont représenté une somme de 95 065 \$**

## Les achats personnalisés

En plus des achats collectifs, **le Regroupement met à la disposition des membres une somme de 2 \$ 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 était à la disposition des membres les 5 et 6 décembre 2005 dans les locaux du Regroupement pour recevoir à tour de rôle les responsables de Magasins-Partage. **Les achats personnalisés ont représenté une somme de 11 330 \$**

## 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 (ex : un Magasin-Partage qui a 450 ménages d'inscrits recevra 450 pots de beurre d'arachide). **À partir des divisions, le distributeur alimentaire Mayrand Ltée 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).

## La redistribution des dons en espèces reçus à la dernière minute

**Le Regroupement effectue les calculs pour la division des argents reçus du début décembre au 22 décembre et il retourne ceux-ci au prorata des ménages inscrits dans chacun des Magasin-Partage. Au cours de cette période, les représentants des Magasin-Partage sont informés des sommes que le Regroupement prévoit pouvoir leur remettre. Cette formule permet aux membres de faire des achats de dernière minute pour compléter la gamme des produits qu'ils offrent aux participants.**

## Distribution des dons sous forme de biens

**Tous les dons reçus sous forme de biens<sup>5</sup> et denrées non périssables ont été acheminés vers l'entrepôt des Industries Majestic. Une équipe de sept personnes a procédé à la division et au montage de l'ensemble des dons respectifs à chaque Magasin-Partage. Pour ce qui est des fruits et légumes frais, ils ont été redistribués à l'entrepôt même de Moisson Montréal.**

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

Nom du Magasin-Partage	Valeur totale remise par le Regroupement	Valeur en achats collectifs	Valeur en biens (denrées)	Valeur en jouets, livres et cadeaux
Anjou	3 059.70 \$	1 792.11 \$	752.37 \$	515.22 \$
La Corbeille	11 515 \$	6 744.50 \$	2 831.50 \$	1 939 \$
Les Chemins du soleil	11 515 \$	6 744.50 \$	2 831.50 \$	1 939 \$
Côte St-Paul/Émard	4 342.80 \$	2 543.64 \$	1 067.88 \$	731.28 \$
Côte-des-Neiges	5 264 \$	3 083.20 \$	1 294.40 \$	886.40 \$
Hochelaga-Maisonneuve	27 965 \$	16 379.50 \$	6 876.50 \$	4 709 \$
Mercier-Ouest	8 225 \$	4 817.50 \$	2 022.50 \$	1 385 \$
Parc Extension	9 870 \$	5 781.00 \$	2 427 \$	1 662 \$

<sup>4</sup> Pour connaître la liste complète des achats collectifs, voir l'annexe 5

<sup>5</sup> Pour la liste complète des dons sous forme de biens et service, voir l'annexe 2.

Nom du Magasin-Partage	Valeur totale remise par le Regroupement	Valeur en achats collectifs	Valeur en biens (denrées)	Valeur en jouets, livres et cadeaux
Plateau-Est	5 593 \$	3 275.90 \$	1 375.30 \$	941.80 \$
Petite-Patrie	13 160 \$	7 708.00 \$	3 236 \$	2 216 \$
Pointe-aux-Trembles	3 290 \$	1927.00 \$	809 \$	554 \$
Petite-Bourgogne	2 044.50 \$	2 890.50 \$	1 213.50 \$	831 \$
Rosemont	11 515 \$	6 744.50 \$	2 831.50 \$	1 939 \$
SNAC	12 173 \$	7 129.90 \$	2 993.30 \$	2 049.80 \$
St-François d'Assise	6 840 \$	4 817.50 \$	2 022.50 \$	1 385 \$
St-Justin / Dupéré	5 909.40 \$	3 456.00 \$	1 456.20 \$	997.20 \$
St-Michel	6 580 \$	3 854.00 \$	1 618 \$	1 108 \$
St-Victor	8 554 \$	5 010.20 \$	2 103.40 \$	1 440.40 \$
Villeray	24 675 \$	14 452.50 \$	6 067.50 \$	4 155 \$

**Ce sont plus de 500 000 \$ en denrées alimentaires, en produits de consommation et en cadeaux qui ont été redistribués aux 5 603 ménages participants par le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal et ses membres lors de la campagne de Noël 2005.**

## La campagne médiatique

**La campagne médiatique comporte deux volets.** Le premier appartient davantage au Regroupement des Magasins-Partage. Il consiste à faire connaître la mission de l'organisme et à rendre célèbre le logo représenté par un panier d'épicerie, par conséquent de l'associer dans la mémoire de la population à l'arrivée de la campagne de financement. Donc, par le fait même, mobiliser la population. Le second volet est de répondre davantage aux besoins des Magasins-Partage en leur offrant une variété d'outils de visibilité qu'ils pourront utiliser pour promouvoir leur propre campagne locale.

## **Sensibiliser la population**

À travers des **entrevues télévisées et radiophoniques, des conférences, des participations à des panels lors d'émissions d'actualité, ainsi que la publication d'articles de presse**, le Regroupement s'est assuré que l'ensemble de la population montréalaise a été rejoint et **sensibilisé 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.

### **Couverture médiatique de la campagne :**

Radio-Canada télévision : Des Kiwis et des hommes, le bulletin de nouvelles de 18 h, Matin express

Radio-Canada radio : C'est bien meilleur le matin, Désautels

TVA : La bonne nouvelle

TQS : Caféine

Météo Média : Reportage

CIBL : Entrevue

CKAC : Entrevue

Journal de Montréal : Articles

La Presse : Articles

Hebdos Transcontinental : Articles et encarts

Journal de la ville de Montréal : Montréal en tête

## **Outils de visibilité utilisés**

Affiches promotionnelles

Feuillets promotionnels avec signets décrivant le concept

Tirelires

Autocollants

## Outils de promotion utilisés

Pochettes de promotion  
Témoignages  
Description du Regroupement et du concept des Magasins-Partage  
Vidéocassette  
Communiqués de presse  
Fil de presse  
Encarts publicitaires

## Portrait de la population desservie

*Cette section du bilan permet de voir le profil des ménages participants. Suite à l'opération de Noël, chaque comité organisateur du Magasin-Partage se doit de produire, à l'intention du Regroupement, une compilation de données à partir de laquelle cette section est rédigée.*

*Chaque Magasin-Partage, avec l'accord du Regroupement, détermine le nombre de ménages qu'il peut accueillir, et ce, selon son nombre d'années d'expérience, la variété de dépannages alimentaires dans son milieu et surtout, sa capacité financière découlant du succès anticipé de sa campagne locale. Cette année, ce sont 5 603 ménages montréalais, soit 13 137 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
2004	19	12 158	5 502
<b>2005</b>	<b>19</b>	<b>13 137</b>	<b>5 603</b>

## Portrait socio-économique

### Les enfants et la pauvreté

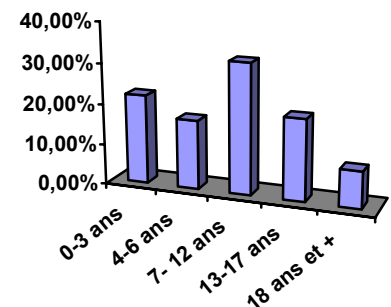
*Ce sont 13 137 individus qui ont été accueillis dans un Magasin-Partage. De ce nombre, 5 580 étaient des enfants. 93 % de ceux-ci se retrouvent dans le groupe des 12 ans et moins. Ainsi, nos statistiques démontrent que les enfants provenant de familles appauvries sont principalement des enfants d'âge préscolaire et de niveau primaire.*

Les enfants de plus de 18 ans étant sous 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 adultes et la pauvreté

*Suivant les courants démographiques d'une population vieillissante et un taux de natalité à la baisse, le portrait des ménages participant au Magasin-Partage démontre qu'un plus grand nombre d'adultes que d'enfants ont été desservis. Des 7 557 ayant eu recours au Magasin-Partage, ce sont 1 060 adultes qui étaient en couple sans enfant et 2 300 adultes qui vivaient seuls.*

Âge des enfants



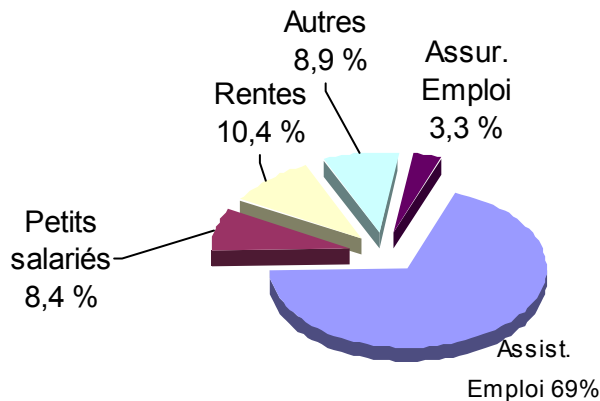
## Les femmes et la pauvreté

*La pauvreté touche de plus en plus de femmes monoparentales. Comparativement à l'an dernier, pour un nombre sensiblement identique de ménages inscrits on constate une hausse du nombre de demandes provenant de femmes monoparentales. Cette hausse représente une augmentation de 23 %.*

## Les familles et la pauvreté

*Des 5 603 ménages accueillis, 49,49 % des ménages étaient des familles avec enfant. À l'étude des compilations, nous avons remarqué que 35 % des familles étaient composées de 3 enfants et plus, ce qui obligeait les Magasins-Partage à diversifier le format d'une même denrée.*

## La source de revenus et la pauvreté



*On observe que, des ménages desservis, plus de 69 % vivent de l'assistance-emploi (Sécurité du revenu), 10,4 % des ménages étaient des prestataires des rentes, 8,4 % des ménages, malgré le fait qu'ils aient un travail rémunéré, ont un revenu insuffisant pour subvenir aux besoins de leur famille, 3,3 % des ménages étaient prestataires d'assurance-emploi et les derniers 8,9 % des ménages avaient pour source de revenus, soit des prestations de la CSST, des prêts et bourses, étaient en attente de prestations ou encore un fonds de grève.*

## Un réseau d'entraide

*Il est faux de croire que les participants développent une certaine dépendance au Magasin-Partage, car seulement le 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 telles que les cuisines collectives, les épiceries communautaires, les groupes d'alphabétisation, ACEF, l'association des locataires, les groupes d'entraide, les groupes d'achats et toutes autres ressources répondant à leurs besoins. Les participants accèdent donc à d'autres formes d'aide tout au cours de l'année et améliorent ainsi leur qualité de vie voire 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 entreprennent 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 la création 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.

*De nouveau cette année, plusieurs Magasins-Partage nous ont souligné que la collecte de fonds et de denrées locale fut laborieuse. Les partenariats locaux sont difficiles à développer pour plusieurs raisons telles que l'essoufflement du milieu économique à répondre aux nombreuses demandes de sollicitation, le manque d'effectifs dédiés à la collecte de fonds au sein des organismes communautaires, la difficulté des organisations locales d'offrir une grande visibilité aux partenaires, etc.*

### Le bénévolat

Pour mener à bien l'action des Magasins-Partage, il faut une solide équipe de bénévoles. *Cette année, ce sont plus de 1 741 bénévoles qui ont généreusement offert de leur temps et de leur énergie aux Magasins-Partage : cela représente 18 816 heures de bénévolat. La plupart offrent leur temps lors de la tenue du Magasin-Partage.*

***Une nouvelle tendance semble évidente. De plus en plus, ce sont des groupes de bénévoles qui offrent leurs services aux Magasins-Partage. Ces groupes sont souvent issus de milieux de travail, de clubs sociaux ou encore de clubs sportifs.*** Nous remarquons que déjà sensibilisés à la pauvreté, les bénévoles comprennent davantage par leur implication, les détresses que peuvent vivre les plus démunis et par le fait même, offrent leur coup de pouce dans d'autres organisations d'entraide tout au cours de l'année.

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

## **Les services**

Les Magasins-Partage prennent en considération que peu de ménages appauvris sont propriétaires d'un véhicule. De plus, il est difficile d'imaginer que ceux-ci peuvent retourner à la maison en transport en commun avec une épicerie comprenant plusieurs paquets ou encore qu'ils peuvent se payer un taxi. Un service de raccompagnement à la maison est donc offert gratuitement aux participants.

D'autres services tels que l'emballage des cadeaux, le service de collation et le service de halte-garderie sont offerts dans certains Magasins-Partage et ce, selon leur capacité.

## Bilan financier des achats collectifs et de la redistribution des dons

	Total	Achats collectifs	Biens/services
<b>Revenus</b>			
Partenaires du Cardinal Léger	20 000 \$	20 000 \$	
Recours collectifs	10 390 \$	10 390 \$	
Fondation	25 000 \$	25 000 \$	
Entrepr. privées/org. publiques	63 466 \$	20 233 \$	43 233 \$
Syndicats	11 446 \$	11 446 \$	
Individus	680 \$	680 \$	
Activités de financement	21 606 \$	21 606 \$	
Organismes communautaires	40 753 \$		40 753 \$
<b>Total</b>	<b>193 341 \$</b>	<b>109 355 \$</b>	<b>83 986 \$</b>
<b>Dépenses</b>			
Denrées alim./hygiène corporelle	155 070 \$	109 215 \$	45 855 \$
Jouets, livres et cadeaux	31 431 \$		31 431 \$
Frais d'entrepôt montage et redistribution	6 700 \$		6 700 \$
<b>Total</b>	<b>193 201</b>	<b>109 215 \$</b>	<b>83 986 \$</b>
<b>Différence</b>	<b>140 \$</b>	<b>140 \$</b>	<b>0 \$</b>

## Bilan financier de la logistique de la campagne de Noël 2005

### Revenus

Partenaires du Cardinal	5 000 \$
Ville de Montréal	16 000 \$
Centraide	13 940 \$
Entreprise privée (Pelmorex)	1 250 \$
Syndicat (CSQ)	500 \$
<b>Total</b>	<b>36 690 \$</b>

### Dépenses

Salaire et av. sociaux	27 655 \$
Contrat de service	450 \$
Outils de visibilité	7 965* \$
Déplacement	233 \$
Envois postaux	200 \$
Représentation	187 \$
<b>Total</b>	<b>36 690 \$</b>

\* Les outils de visibilité sont payés par le Regroupement à même le budget du fonctionnement de base et redistribués gratuitement aux Magasins-Partage afin de soutenir leur campagne locale.

## **Conclusion**

Nous pouvons conclure que quelle que soit la situation à laquelle fait face le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal et ses membres, d'année en année, le leitmotiv qui nous porte à nous dépasser est toujours le même, soit la possibilité de « soulager la faim et de nourrir l'espoir » des nombreux participants des Magasins-Partage.

La solidarité de différents milieux à travailler ensemble pour la cause des Magasins-Partage est la force de notre organisation et nous croyons en l'avenir de cette démarche.

Nous souhaitons vous compter de nouveau parmi nos partenaires pour la prochaine campagne et espérons que vous saurez convaincre d'autres organisations à s'associer tout comme vous aux Magasins-Partage de Noël.

Aux noms des 5 603 ménages montréalais qui ont participé à un Magasins-Partage de Noël, nous vous remercions de votre collaboration et soutien dans le cadre de la campagne 2005.

**Dons reçus sous forme d'argent attribué  
aux achats collectifs**

Partenaires du Cardinal Léger		20 000.00 \$
Fondation Marcelle et Jean Coutu		20 000.00 \$
Pelmorex		16 250.00 \$
Recours collectifs		10 390.32 \$
FTQ et Syndicats affiliés		7 375.00 \$
	Fonds de solidarité FTQ	5 000,00 \$
	Fonds humanitaire SCEP	500,00 \$
	AIMTA 712	500.00 \$
	FTQ	300.00 \$
	AFPC Québec	250.00 \$
	SCFP 1500	200.00 \$
	AIMTA 11	225.00 \$
	TUAC 500	100,00 \$
	UES 800	100,00 \$
	TCA 4511	100.00 \$
	SCEP 84Q	50,00 \$
	SCFP Québec	50,00 \$
Fondation Jacques Francoeur		5 000.00 \$
Mayrand ltée		3 483.00 \$
SPPMM		1 875.00 \$
SNEE-CSDM, APPA, ACDEM		1 196.05 \$
CSQ		500.00 \$
Conseil central CSN		500.00 \$
Fédération des caisses populaires Desjardins		500.00 \$

**Dons sous forme de biens et services****Bombardier Aéronautique**

Caisses de denrées diverses.

évaluation approximative : 7 820 \$

**Buroplus**

Stylos

évaluation approximative : 2 663 \$

**Chomeday News/Parc Extension**

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

évaluation approximative : 325 \$

**Éditions Flammarion**

Livres divers.

évaluation approximative : 6 000 \$

**Hebdos Transcontinental**

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

évaluation approximative : 6 700 \$

**L'Actualité N.D.G.**

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

évaluation approximative : 325 \$

**Les industries Majestic**

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

évaluation approximative : 3 500 \$

**Maison de quartier Villeray**

46 Tasses thermos

évaluation approximative : 98 \$

**Mayrand Itée**

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, de ragoûts, de riz et de jus de canneberge et don d'un bon d'épicerie de 500 \$ pour le tirage.

évaluation approximative : 10 000 \$

**Mission Bon Accueil**

2 palettes de jouets

évaluation approximative : 2 620 \$

**Moisson Montréal**

500 X 2 litres de lait, fruits (pommes, clémentines, oranges, bananes et citrons) et légumes frais (poivrons, pommes de terre, oignons, champignons, carottes, navets, brocolis), denrées diverses en conserve et en boîtes, toutous.

évaluation approximative : 38 035 \$

**Produits d'ambiance Corpus**

Minis-vases et chandeliers

évaluation approximative : 8 250 \$

**Yves Rocher**

9 caisses de produits cosmétiques variés.

évaluation approximative : 5 000 \$

**Liste des personnalités présentes lors de la soirée bénéfice**

José Gaudet  
Mario Tessier  
Francine Grimaldi  
Mitsou Gélinas  
François Pérusse  
Nadia Bilodeau  
Pierre Marcotte  
Pierre Pagé  
Éric Salvail  
Martin Giroux  
Patrick Leduc  
Charles Dubé  
Ménick  
Rodger Brulotte  
Sœur Angèle  
Katerine Mousseau  
Gaston L'Heureux  
Maxime Guérin  
Julie St-Pierre  
Jean-François Mercier  
Martin Rouette

**Collaborateurs de la soirée bénéfice 2005**

Académie culinaire  
 Auberge Hatley  
 Auberge L'Autre Jardin  
 Auberge Le Moulin Wakefield Mill  
 Auberge Le p'tit Bonheur & Camp Jeune-Air  
 Auberge & Spa West Brome  
 Boutique la Tomate  
 Café du Musée canadien des civilisations  
 Cabosse d'Or  
 Centre Épic  
 Centre Santé Euro Spa  
 Chantal De Serres (artiste-peintre)  
 Chocobel  
 Cinéma Beaubien  
 Cineplex Odéon (Quartier Latin)  
 Cité de l'énergie  
 Club Azur Condos (Dany Boyer)  
 Club de golf Dunnderosa  
 Club de golf Montpellier  
 Club de golf Terrebonne  
 Club de hockey Canadien  
 Confiserie Louise Décarie  
 Copie Rapide  
 Cosmétiques Oracle  
 Croisières AML  
 Croisière Évasion Plus  
 Éditions Flammarion  
 Festival Juste Pour Rire  
 Furisme  
 Gîte de la Ste-Lawrence  
 GPI Communication  
 Grand Prix Formule 1  
 Jardin Botanique  
 J.L. Freeman  
 Hôtel Royal William  
 Hostellerie Les Trois Tilleuls  
 Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec  
 Institut le Farfelu & Boutique Snak  
 La Forêt des Aventures Arbraska  
 Les Grandes Gueules  
 L'Oie Naudière  
 Maison Cakao  
 Maison Saint-Gabriel  
 Manoir Rouville-Campbell  
 Marie-France Roy (artiste)  
 Mayrand Ltée  
 Milano  
 Musée canadien des civilisations & Musée de la guerre  
 Musée des Beaux-Arts de Montréal  
 Musée Pointe-à-Callière  
 Musée québécois de culture populaire & La vieille prison  
 Omer DeSerres  
 Parc Aventures Cap Jaseux  
 Pâtisserie Bella Vista  
 Pâtisserie De Gasgogne  
 Pizzédélic  
 Procter & Gamble  
 Productions Daniel Caron  
 Quincaillerie Dante  
 Radio Énergie 94.3  
 Restaurant Aux Truffes  
 Restaurant Garçon  
 Restaurant Guy et Dodo  
 Restaurant Hélène de Champlain  
 Restaurant La Colombe  
 Restaurant L'Ambroisie  
 Restaurant le Club chasse & pêche  
 Restaurant Le Colbert  
 Restaurant Le Toqué  
 Restaurant l'Orée du bois  
 Restaurant Version  
 Salon des métiers d'art du Québec  
 Sequoia Massothérapie  
 Société des alcools du Québec  
 Sogestalt Télévision Québec  
 Splendid Chocolat  
 Station touristique Val Saint-Côme  
 Théâtre Hector-Charland  
 Théâtre de la Manufacture & théâtre La Licorne  
 Train à vapeur Wakefield  
 Via Rail  
 Vins du réseau international global  
 Vignoble de l'Orpailleur  
 Vignoble Domaine des Côtes d'Ardoise  
 Vignoble Les Blancs Côteaux

## Liste des denrées alimentaires achetées par le Regroupement en 2005

### 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 tomate)               |
| <input checked="" type="checkbox"/> Beurre d'arachide                              | <input checked="" type="checkbox"/> Biscuits pépites de chocolats & Oreo           |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus de fruits (pomme, orange)                  | <input checked="" type="checkbox"/> Thon en morceaux dans l'eau                    |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus de tomates                                 | <input checked="" type="checkbox"/> Sardines dans l'huile                          |
| <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en grain en conserve                      | <input checked="" type="checkbox"/> Salade de fruits en conserve                   |
| <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en crème en conserve                      | <input checked="" type="checkbox"/> Céréales (riz croustillant et flocons de maïs) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Haricots jaunes coupés en conserve             | <input checked="" type="checkbox"/> Fèves au lard                                  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Pois verts en conserve                         | <input checked="" type="checkbox"/> Fèves aux tomates                              |
| <input checked="" type="checkbox"/> Pâtes alimentaires (macaronis et spaghettinis) |                                                                                    |

### Denrées achetées par le Regroupement pour les achats personnalisés

- |                                                         |                                                                |                                                                     |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Beurre d'arachide   | <input checked="" type="checkbox"/> Nouilles instantanées      | <input checked="" type="checkbox"/> Thon en conserve                |
| <input checked="" type="checkbox"/> Miel                | <input checked="" type="checkbox"/> Soupe aux pois             | <input checked="" type="checkbox"/> Sardines                        |
| <input checked="" type="checkbox"/> Sirop de table      | <input checked="" type="checkbox"/> Jus de tomates             | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce BBQ                       |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus d'orange        | <input checked="" type="checkbox"/> Jus de légumes             | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce hot chicken               |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus de pomme        | <input checked="" type="checkbox"/> Sucre                      | <input checked="" type="checkbox"/> Papier hygiénique               |
| <input checked="" type="checkbox"/> Céréales            | <input checked="" type="checkbox"/> Soupe aux légumes          | <input checked="" type="checkbox"/> Pâtes alimentaires macaronis    |
| <input checked="" type="checkbox"/> Café instantané     | <input checked="" type="checkbox"/> Fèves au lard              | <input checked="" type="checkbox"/> Pâtes alimentaires spaghettinis |
| <input checked="" type="checkbox"/> Œufs                | <input checked="" type="checkbox"/> Ketchup                    | <input checked="" type="checkbox"/> Salades de fruits               |
| <input checked="" type="checkbox"/> Fromage en tranches | <input checked="" type="checkbox"/> Champignons frais          | <input checked="" type="checkbox"/> Pain de savon                   |
| <input checked="" type="checkbox"/> Poudre de chocolat  | <input checked="" type="checkbox"/> Bouillons de poulet        | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (à la viande) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Margarine           | <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en grains en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (aux tomates) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Lait évaporé        | <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en crème en conserve  | <input checked="" type="checkbox"/> Haricots jaunes en conserve     |
| <input checked="" type="checkbox"/> Farine              | <input checked="" type="checkbox"/> Pâte de tomates            | <input checked="" type="checkbox"/> Pois verts en conserve          |
| <input checked="" type="checkbox"/> Macaroni au fromage | <input checked="" type="checkbox"/> Tomates entières en boîte  | <input checked="" type="checkbox"/> Biscuits pépites de chocolat    |
| <input checked="" type="checkbox"/> Bœuf haché          | <input checked="" type="checkbox"/> Fromage Cheddar            | <input checked="" type="checkbox"/> Biscuits Oreo                   |
| <input checked="" type="checkbox"/> Porc haché          | <input checked="" type="checkbox"/> Sirop de chocolat          | <input checked="" type="checkbox"/> Huile                           |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mayonnaise          | <input checked="" type="checkbox"/> Confiture de fraises       | <input checked="" type="checkbox"/> Biscuits soda                   |

**Bilan financier des activités de financement de 2005**

	<b>Soirée bénéfice</b>	<b>Tirage de Noël</b>	<b>Total</b>
<b>Revenus</b>			
Vente de billets et tables	21 675 \$	7 776 \$	29 451 \$
Vente à l'encan (silencieux et chinois)	10 011 \$		10 011 \$
Dons	3 102 \$	501 \$	3 603 \$
<b>Total</b>	<b>34 788 \$</b>	<b>8 277 \$</b>	<b>43 065 \$</b>
<b>Dépenses</b>			
Restauration	7 424 \$		7 424 \$
Frais d'organisation	1 816 \$		1 816 \$
Certificats-cadeaux		1 100 \$	1 100 \$
Impression/graphisme		246 \$	246 \$
Frais bancaires	548 \$		548 \$
Permis de tirage		325 \$	325 \$
<b>Total</b>	<b>9 788 \$</b>	<b>1 671 \$</b>	<b>11 459 \$</b>
<b>Différences</b>	<b>25 000 \$</b>	<b>6 606 \$</b>	<b>31 606 \$</b>
<b>Répartition</b>			
Achats collectifs	20 000 \$	1 606 \$	21 606 \$
Fonctionnement de base	5 000 \$	5 000 \$	10 000 \$

**Coordonnées des Magasins-Partage de Noël 2005**

<b>Magasins-Partage</b>	<b>Secteurs</b>	<b>Personnes-ressources</b>
Magasin-Partage Anjou	Anjou	(Paroisse) Pierre Villeneuve 353-1223
Magasin-Partage Chemins du soleil	Centre-sud	Marc Alarie 528-9991
Magasin-Partage Corbeille	Bordeaux-Cartierville	Johanne Bellemo 856-0838
Magasin-Partage Côte St-Paul/Émard	Côte St-Paul/Ville-Émard	Anne-Rose Dubreuil 761-1280
Magasin-Partage Côte-des-Neiges	Côte-des-Neiges	Louise Royer 737-8149
Magasin-Partage Hochelaga-Maisonneuve	Hochelaga-Maisonneuve	Jeannelle Bouffard 251-2081
Magasin-Partage Mercier-Ouest	Mercier-Ouest	Solange Champagne 253-0297
Magasin-Partage Parc Extension	Parc Extension	Valérie Lajoie 948-3246
Magasin-Partage Petite Patrie	Petite-Patrie	Bessy Hernandez 277-4993
Magasin-Partage Petite Bourgogne/ Réseau Providence	Petite-Bourgogne	Paroisse (Gérard Cordebas) 932-7270
Magasin-Partage Plateau-Est	Plateau Mont-Royal	Carole de Courval 521-7984
Magasin-Partage Pointe-aux-Trembles	Pointe-aux-Trembles	Pierrette Joly 645-3415
Magasin-Partage Rosemont	Rosemont	Ester Carter 523-2460
Magasin-Partage SNAC	Ahuntsic	Brigitte Dubeau 385-6499
Magasin-Partage St-François d'Assise	Mercier-Est	Paroisse (Lisette Beaulieu) 353-2620
Magasin-Partage St-Justin / Dupéré	Mercier-Est	Paul-Émile Rochon 354-7575
Magasin-Partage St-Michel	St-Michel	Jose Mejia 727-1403
Magasin-Partage St-Victor	Mercier-Est	Paroisse (Roland Lévesque) 351-4960
Magasin-Partage Villeray	Villeray	Micheline Roy 272-4589