

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

Bilan

Campagne de Noël 2006

Table des matières

Introduction / Mot de la directrice	p. 4
Portrait du Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal	p.6-7
<ul style="list-style-type: none">• 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 spécifiques de la population• Le réseau des Magasins-Partage de Noël	
La campagne de Noël	p. 8-14
1^{er} volet : Le soutien aux membres	p. 8
<ul style="list-style-type: none">• Rencontre avec les représentants• Évaluation	
2^e volet : La campagne de financement	p. 8-11
<ul style="list-style-type: none">• Les sollicitations• Nos principaux partenaires• Nos principaux donateurs• Les activités de financement	
3^e volet : La gestion des dons	p. 11-13
<ul style="list-style-type: none">• La redistribution 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	
4^e volet : La campagne de visibilité	p.14
<ul style="list-style-type: none">• Les outils de visibilité utilisés• Sensibiliser la population• Outils de promotion	
Portrait de la population desservie	p.15-17
Portrait socio-économique	p. 15
<ul style="list-style-type: none">• Les enfants et la pauvreté• Les adultes et la pauvreté• Les femmes et la pauvreté• Les familles et la pauvreté• La source de revenus et la pauvreté• Un réseau d'entraide	
Le Magasin-Partage en action	p. 16
<ul style="list-style-type: none">• Les campagnes locales• Le bénévolat• Les services	
Bilan financier de la campagne	p. 18
Bilan financier des activités de financement	p. 20
Conclusion	p. 22
Les annexes	
Annexe 1 : Dons reçus sous forme d'argent attribué aux achats collectifs	p. 24
Annexe 2 : Dons sous forme de biens et services	p. 25
Annexe 3 : Liste des personnalités présentes lors de la soirée bénéfice	p. 26
Annexe 4 : Liste des collaborateurs de la soirée bénéfice 2006	p. 27
Annexe 5 : Liste des denrées alimentaires achetées par le Regroupement en 2006	p. 28
Annexe 6 : Les 18 Magasins-Partage de Noël 2006	p. 29

Introduction

La campagne de Noël 2006 en fut une de grands défis. Dès le départ, une situation particulière au niveau du financement nous apparaissait plus qu'ardue car certains de nos partenaires nous annonçaient en début de campagne une réduction, voire même l'impossibilité de nous octroyer leur don annuel. Nous avons donc débuté cette campagne avec un manque à gagner de 25 000 \$ par rapport à l'an dernier. De plus, faute de budget, le Regroupement ne pouvait offrir à cette campagne et à ses membres toute la visibilité voulue. Nous avons également été confrontés à un manque de vitrine médiatique dû à toute la place qu'occupe la Grande Guignolée des médias à ce moment de l'année. Ces faits vous sont mentionnés non pas pour attiser votre sympathie, mais plutôt dans le but de vous démontrer avec quel dynamisme l'équipe du Regroupement a su relever le défi et que l'appui reçu de la part de nouveaux et anciens donateurs a pu faire toute la différence pour les ménages desservis.

Je vous invite donc à lire ce bilan et j'attire aussi votre attention sur les phrases et les mots inscrits en italique, qui s'avèrent les faits saillants de la campagne 2006.

La Directrice

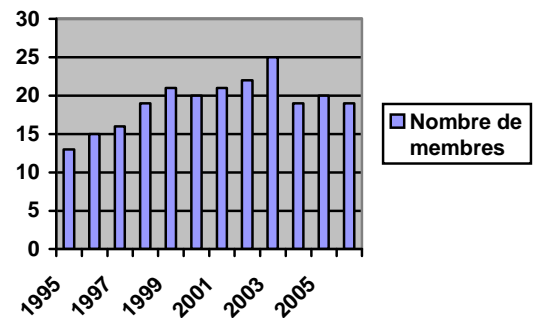
Sylvie Rochette

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 Prevost, 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 et le développement social 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 2006, dix-neuf organisations locales en sont membres pour un total de trente 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 à bon escient.

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 se retrouvent enclavées dans des quartiers résidentiels où aucun commerce d'alimentation n'est accessible. Puisqu'ils se retrouvent dans des territoires isolés commercialement, les résidents se tournent bien souvent vers les dépanneurs pour s'approvisionner en denrées (coûts plus élevés, aliments frais inexistantes, choix limités, etc.)***

Régulièrement, Statistique Canada annonce que le nombre de prestataires de l'assurance-emploi diminue. 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. D'ailleurs, au cours des dernières années, nous avons remarqué 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. Être sur le marché du travail n'assure pas nécessairement aux individus de se maintenir au dessus du seuil de la pauvreté et d'accéder à une qualité de vie décente.

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 et désire dans un futur travailler avec les arrondissements où le service est inexistant. Nous désirons sensibiliser les intervenants aux demandes de leurs concitoyens et s'il y a lieu, entamer une réflexion avec eux à savoir si l'implantation d'un Magasin-Partage dans leur territoire est possible.**

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.

Le Magasin-Partage répond aux besoins spécifiques de la population

Peu importe sa source de revenu, son statut social, culturel ou religieux, un ménage dans le besoin ne peut être exclu. Le Magasin-Partage est à l'image d'une épicerie de quartier d'autrefois par son ambiance chaleureuse et familiale. À l'inverse d'un comptoir alimentaire, il 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. **Il est également la porte d'entrée dans un réseau d'entraide.**

Une contribution de 10 % du coût réel de l'épicerie est demandée au participant, ce qui lui permet de participer concrètement 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 organisations 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 partenaires 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.). **Voilà les bénéficiaires de la porte d'entrée dans un réseau d'entraide.**

Le réseau des Magasins-Partage de Noël

Ce sont actuellement **dix-neuf organisations locales** qui sont membres en règle du Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal. **À l'occasion de Noël 2006, dix-huit d'entre elles ont tenu un Magasin-Partage. C'est près de cent quarante organismes communautaires, organisations publiques, parapubliques, privées et autres qui ont travaillé ensemble à l'organisation et à la tenue des Magasins-Partage. Considérant le nombre et le type d'organisations qui s'y sont investies, 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 quatre volets**. Le premier volet est le **soutien offert aux membres**. Le deuxième est la **campagne de financement** tenue de mars à décembre sous laquelle se retrouvent la sollicitation, les partenariats et les activités de financement. Le troisième volet comprend, quant à lui, les achats collectifs et la **gestion des dons** reçus sous forme de biens. Enfin, le quatrième volet est la **campagne de visibilité** tenue d'octobre à décembre. Celle-ci couvre principalement la promotion du concept du Magasin-Partage, l'élaboration, la conception, la distribution et l'exposition des outils de visibilité, ainsi qu'à l'occasion, une couverture médiatique.

1^{er} volet : Le soutien aux membres

Tout au cours de l'année et de façon plus accrue à l'approche de l'automne, le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal soutient particulièrement chaque organisation locale et personnalise son service aux différents besoins de celle-ci.

Rencontre avec les représentants

Afin de s'assurer que les représentants d'organisations locales saisissent bien le fonctionnement du Magasin-Partage, ainsi que la philosophie, une première rencontre est systématiquement tenue avec tous les nouveaux représentants.

Par la suite, qu'ils soient anciens ou nouveaux membres, le Regroupement investit le temps qu'il faut pour les soutenir et ce, quels que soient les questionnements (inscriptions, recherche de locaux, sélection de denrées, recherche de bénévoles, de partenaires et de financement, etc.).

Évaluation

À la suite d'une tournée de visites effectuée auprès de l'ensemble des Magasins-Partage et avec l'aide d'une grille, la permanence procède à l'évaluation de l'application du concept et du respect des valeurs s'y rattachant. La grille d'évaluation a été élaborée à partir du fonctionnement de base adopté en rencontre régulière par l'ensemble des membres. La préoccupation première du Regroupement est de s'assurer que les participants, peu importe leur secteur de résidence, soient tous desservis également et de la même façon.

2^e volet : La campagne de financement

Le Regroupement a vécu une situation particulière cette année. Dès le début, cette campagne nous apparaissait plus laborieuse qu'habituellement puisqu'une fondation partenaire du Regroupement depuis de nombreuses d'années vivant des contraintes financières nous annonçait une diminution de son apport à la campagne de 5 000 \$. De plus, nous notions un manque de 10 000 \$ comparativement à la campagne de l'année précédente, somme provenant d'un recours collectif en 2005. Au cours de la campagne, nous avons également été confrontés à d'autres imprévus. Une autre fondation qui jusqu'ici, nous octroyait un soutien de 5 000 \$, a modifié ses champs d'allocations. Enfin, une organisation syndicale vivant une situation particulière cette année n'a pas reconduit son don annuel de 5 000 \$. Donc, un manque à gagner de 25 000 \$ s'inscrivait par rapport à l'an dernier.

Les sollicitations

Compte tenu de la situation, le Regroupement a sollicité de nouveaux secteurs d'activités afin de bonifier la campagne et de combler le manque à gagner. Plus de cent quinze demandes de soutien financier ont été acheminées à l'endroit de différentes organisations, entreprises et fondations susceptibles de nous soutenir dans notre campagne. Certaines de celles-ci ont répondu favorablement à notre demande. Nombreux sont les partenaires qui restent fidèles au Regroupement et ils inspirent une confiance favorisant la venue de nouveaux donateurs. Les dons offerts ont été reçus en espèces, en biens de consommation et en services¹.

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

Nos principaux partenaires

Valeur de 5 000 \$ et plus

Certains partenaires choisissent de s'investir davantage ce faisant, au-delà du don financier et d'autres concrétisent leur dons uniquement sous forme de biens, d'ententes spéciales ou de services. 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 :

Les hebdomadaires Transcontinental : L'entreprise a offert au Regroupement deux parutions d'encarts dans neuf journaux locaux qui couvrent le territoire de la plupart des Magasins-Partage. Ces parutions permettent au Regroupement de redonner de la visibilité à certains de ses partenaires, de faire connaître davantage le travail des Magasins-Partage et de rejoindre la population en général.

Mayrand Itée : Cette collaboration se traduit de plusieurs façons. Tout d'abord, par l'accès à des prix plus que compétitifs pour certains produits et 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-huit commandes distinctes), une importante participation à la vente de billets de tirage, ainsi qu'un généreux soutien à l'occasion du souper bénéfique afin d'offrir un service de fromages aux convives.***

Moisson Montréal : De nouveau cette année, Moisson Montréal a sollicité de ses fournisseurs des fruits et des légumes afin d'offrir des dons en exclusivité au Regroupement. Cette démarche a remporté un franc succès et a permis aux Magasins-Partage d'offrir aux participants ***une plus grande variété de denrées fraîches. L'organisme a également offert au Regroupement des denrées sèches en grand volume, ainsi que des produits d'hygiène corporelle, des produits pour nourrissons et des jouets de toutes sortes. De plus, Moisson Montréal a mis à la disposition du Regroupement un espace d'entrepôt sur une période de cinq jours afin d'effectuer la division des dons.***

Météo Média, une division de Pelmorex Communication inc. : En plus d'offrir un important soutien financier et d'inviter leurs fournisseurs à contribuer à la campagne, ils ont offert une ***vitrine médiatique*** sous forme de ***reportage***. D'autre part, une ***équipe de travailleurs*** s'est volontairement portée ***bénévole au sein d'un Magasin-Partage.***

Les éditions Flammarion : Ce fidèle partenaire offre des livres tout au cours de l'année. Ce geste permet au Regroupement de non seulement nourrir au sens propre, mais également au sens figuré.

Nos principaux donateurs

Dons en espèce d'une valeur de 4 500 \$ et plus

Œuvres du Cardinal Léger : De nouveau cette année, les Œuvres du cardinal Léger ont priorisé dans leur budget, l'octroi d'un important don au Regroupement.

Fondation Marcelle et Jean Coutu : Fier partenaire du Regroupement depuis les débuts, la Fondation Marcelle et Jean Coutu s'est montré généreuse à la cause des Magasins-Partage.

FTQ et ses syndicats affiliés : Par un geste de solidarité, de nombreux syndicats affiliés à la FTQ, ainsi que la centrale ont contribué à la campagne.

Le Regroupement a également organisé sa traditionnelle visite d'un Magasin-Partage pour des donateurs ou futurs donateurs. Cette visite permet à ceux-ci 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

Au profit de la campagne de Noël 2006, deux activités de financement ont été organisées. La première, d'une grande envergure, a été la tenue de la deuxième édition de la soirée des célébrités. La seconde, à une plus petite échelle, a été la vente de billets pour le tirage de certificats-cadeaux pour une épicerie.

Soirée bénéfice

Elle a connu un franc succès, au-delà de nos espérances ! En compagnie de **22 personnalités**² des milieux artistiques, sportifs et politiques et de **cent soixante convives**, nos animateurs du duo **les Grandes Gueules**, soit messieurs José Gaudet et Mario Tessier, ainsi que notre marraine, **madame Francine Grimaldi** ont **animé brillamment la soirée**. L'événement s'est tenu le **21 novembre** au prestigieux **restaurant Hélène de Champlain** et était sous la **présidence d'honneur** de monsieur **Nicolas Savoie, Vice-président au développement des affaires, Les Chaînes Télé Astral**. À chaque table, il était possible de déguster un excellent repas en compagnie de huit autres convives, dont une personnalité publique. La soirée fut bonifiée par un encan silencieux offrant des forfaits tout autant alléchants les uns que les autres. La tenue de la « Soirée des célébrités » a été possible grâce à la **générosité de cent neuf collaborateurs, donateurs et partenaires**³.

Déroulement de la soirée

Le cocktail : À l'arrivée, du vin blanc, de la bière « Taïga » et des boissons douces ont été offerts aux convives.

L'encan : Tout au cours de la soirée, un encan silencieux, ainsi qu'un encan chinois offrant différents types de forfaits tels que culturel, détente, évasion, etc. ont été tenus à l'intention des convives. **C'est 27 forfaits et 6 prix d'encan chinois qui ont été mis aux enchères. Les encans ont généré un profit net de 11 775 \$.**

Le souper : Un menu de cinq services a été offert aux convives comprenant entre autres un service de fromages et de porto. De plus, celui-ci s'est terminé par un service de truffes. Le tout accompagné de vin blanc et rouge.

Notre marraine et nos parrains

Lors de l'événement, le Regroupement était fier de souligner les dix ans de collaboration et de bénévolat de notre merveilleuse marraine Francine Grimaldi. De plus, puisque le Regroupement ne fait jamais les choses à moitié et qu'il est orphelin de parrain, il a adopté formellement le duo les Grandes Gueules en tant que parrains de l'organisme.

Francine Grimaldi : Grâce à la collaboration et la grande crédibilité de notre marraine, 27 forfaits ont pu être constitués et mis aux enchères. Ceux-ci ont vivement suscité l'intérêt des invités. La compétition pour les acquérir a été féroce. À plusieurs reprises, elle a su verbaliser sur les ondes de Radio-Canada la portée du Regroupement et sa mission.

Les Grandes Gueules : Messieurs José Gaudet et Mario Tessier ont su, encore une fois, animer l'événement avec beaucoup d'énergie. De plus, ils nous ont généreusement offert une prestation musicale. Ils ont su susciter l'intérêt de leurs nombreux auditeurs sur les ondes d'Énergie 94,3.

Partenaires majeurs de l'événement

Restaurant Hélène de Champlain

C'est avec enthousiasme que l'équipe de monsieur Pierre Marcotte, propriétaire du restaurant, a collaboré de nouveau à l'événement. 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, était fier de s'associer de nouveau à la soirée des célébrités en offrant l'excellent vin Marqués de Marialva. De plus, c'est avec une générosité renouvelée qu'il a offert un service de porto rouge de marque Cabral aux convives.

Valeur approximative : 2 200 \$

Mayrand Itée

La grande générosité de Mayrand Itée a été encore démontrée puisqu'une fois de plus, le distributeur alimentaire s'est investi à titre de partenaire. Ainsi, le Regroupement des Magasins-Partage a pu offrir aux convives, en plus des produits alcoolisés lors du cocktail, d'autres boissons rafraîchissantes. Il a également offert à l'organisme la possibilité d'ajouter à son menu un service de fromages fins et raffinés.

Valeur approximative : 400 \$

² Pour la liste complète des personnalités présentes, voir annexe 3.

³ Pour la liste complète des collaborateurs de la soirée bénéfice voir annexe 4.

Praline et Caramel

Pour une première année, l'entreprise s'est associée au Regroupement en offrant des truffes en quantité suffisante pour l'ensemble des tables, le tout spécialement préparé pour l'occasion. **Ceci a permis aux convives de terminer le repas avec une délicieuse petite gourmandise.**

Valeur approximative : 500 \$

J.L. Freeman

Collaborateur pour divers événements du Regroupement, **J.L. Freeman** a participé avec empressement à la soirée bénéfice en offrant à l'organisme **la bière Taïga pour le cocktail, ainsi que 24 caisses de 12 bouteilles. Celles-ci ont fait l'objet d'un tirage à chaque table de convives.**

Valeur approximative : 550 \$

Bénévoles

Ce sont 15 bénévoles qui ont travaillé à la préparation de l'événement et au cours de la soirée pour un total de 155 heures.

La soirée a généré un bénéfice net de 31 599 \$

Tirage de paniers d'épicerie

Pour une **neuvième année** consécutive, le Regroupement des Magasins-Partage 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 (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 19 décembre 2006 inclusivement. **Un grand nombre** de ceux-ci ont été **vendus par le distributeur alimentaire Mayrand ltée** auprès de la clientèle. Par ailleurs, **chaque Magasin-Partage** avait la responsabilité de vendre un **minimum de 100 billets**. La permanence du Regroupement a, quant à elle, fait sa part de vente. Soulignons qu'en plus de participer activement à la vente de billets de tirage, Mayrand ltée a offert un don d'un certificat-cadeau d'une valeur de 500 \$. **Le tirage de Noël a généré un profit net de 6 094 \$.**

L'ensemble des activités de financement a permis d'amasser 37 693 \$, soit 6 550 \$ de plus que l'an dernier⁴.

3^e Volet : La gestion des dons

La redistribution des dons

Le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal a redistribué aux dix-huit Magasins-Partage de Noël membres **176 403 \$ en denrées alimentaires** et certains produits d'hygiène corporelle. Ce montant **équivalait** à une somme de **31,80 \$ par ménage**.

En ajoutant à ces chiffres la valeur de **20 335 \$ sous forme de dons de jouets, livres et autres cadeaux**, le Regroupement aura donc versé une somme équivalente à **35,46 \$ pour chaque ménage** inscrit à un Magasin-Partage.

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
2005	155 070,00 \$	27,68 \$	5 603
2006	176 403 \$	31,80 \$	5 548

Chaque Magasin-Partage bonifie la variété et la quantité d'aliments à offrir aux participants par sa campagne locale de financement. C'est donc une valeur de 456 543 \$ en denrées alimentaires que le Regroupement et ses membres ont distribué aux 5 548 ménages Montréalais.

⁴ Pour le bilan financier des activités de financement, voir page 20

L'achat des denrées

Deux façons différentes : Une première consiste à 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**.

Les achats collectifs

De façon démocratique, **un comité a été formé de membres et de représentants de la permanence**. Le rôle de celui-ci consistait à cibler des denrées alimentaires en élaborant une liste de priorité. Ils se sont inspirés des **commentaires de l'ensemble des membres concernant les produits achetés l'année précédente**.⁵ Les denrées choisies sont souvent des produits de base qui correspondent de façon générale aux besoins des participants. **Les achats collectifs ont représenté une somme de 88 940 \$.**

Les achats personnalisés

En plus des achats collectifs, le Regroupement libère des sommes d'argent dédiées à chaque Magasin-Partage au prorata du nombre de ménages inscrits. **Ces sommes permettent aux membres d'effectuer des achats à l'image et aux couleurs de leur quartier respectif. Par exemple, le Magasin-Partage Hochelaga-Maisonneuve ayant une clientèle majoritairement de souche québécoise privilégie l'achat de denrées moins exotiques comparativement au Magasin-Partage de Parc Extension.** Afin de faciliter les démarches, un représentant du distributeur alimentaire Mayrand Ltée était à la disposition des membres dans nos locaux pour recevoir à tour de rôle les responsables de Magasins-Partage. **Les achats personnalisés ont représenté une somme de 11 084 \$.**

La redistribution des achats collectifs

En plus de procéder et de négocier les meilleurs prix possibles pour les achats collectifs, le Regroupement effectue les calculs pour la **division des achats afin de diriger celle-ci de façon équitable auprès des 18 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.**

Distribution des dons sous forme de biens

Entrepôt du Regroupement

Grâce à ses nouvelles installations, le Regroupement a maintenant à sa disposition un petit entrepôt où il est possible d'emmagasiner les dons de jouets, livres et cadeaux tout au cours de l'année. Ce nouvel aménagement permet au Regroupement de maximiser ses déplacements, ses coûts et son énergie puisque les membres ont été invités à venir cueillir les dons autres que sous forme de denrées alimentaires dans les installations du Regroupement.

Entrepôt de Moisson Montréal

Pour ce qui est des denrées alimentaires et autres produits offerts par Moisson Montréal, une équipe du Regroupement des Magasins-Partage s'est rendue sur les lieux et a procédé au calcul de la division des dons. Afin de diminuer les coûts en ressources humaines pour effectuer la division des commandes, les membres ont accepté de se présenter à l'entrepôt avec une équipe de bénévoles et de procéder sous la supervision du Regroupement au montage de leur attribution de dons.

⁵ Pour connaître la liste complète des achats collectifs, voir l'annexe 5

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	3 189,60 \$	1 621,80 \$	1 238,40 \$	329,40 \$
La Corbeille	12 404,00 \$	6 307,00 \$	4 816,00 \$	1 281,00 \$
Les Chemins du soleil	12 404,00 \$	6 307,00 \$	4 816,00 \$	1 281,00 \$
Côte St-Paul/Émard	4 678,08 \$	2 378,64 \$	1 816,32 \$	483,12 \$
Côte-des-Neiges	7 088,00 \$	3 604,00 \$	2 752,00 \$	732,00 \$
Hochelaga-Maisonneuve	30 124,00 \$	15 317,00 \$	11 696,00 \$	3 111,00 \$
Mercier-Ouest	10 632,00 \$	5 406,00 \$	4 128,00 \$	1 098,00 \$
Parc Extension	11 518,00 \$	5 856,50 \$	4 472,00 \$	1 189,50 \$
Petite-Patrie	14 176,00 \$	7 208,00 \$	5 504,00 \$	1 464,00 \$
Pointe-aux-Trembles	2 835,20 \$	1 441,60 \$	1 100,80 \$	292,80 \$
Petite-Bourgogne	5 847,60 \$	2 973,30 \$	2 270,40 \$	603,90 \$
Rosemont	12 404,00 \$	6 307,00 \$	4 816,00 \$	1 281,00 \$
SNAC	13 112,80 \$	6 667,40 \$	5 091,20 \$	1 354,20 \$
St-François d'Assise	8 860,00 \$	4 505,00 \$	3 440,00 \$	915,00 \$
St-Justin / Dupéré	6 379,20 \$	3 243,60 \$	2 476,80 \$	658,80 \$
St-Michel	8 860,00 \$	4 505,00 \$	3 440,00 \$	915,00 \$
St-Victor	8 860,00 \$	4 505,00 \$	3 440,00 \$	915,00 \$
Villeray	23 036,00 \$	11 713,00 \$	8 944,00 \$	2 379,00 \$

L'impact du réseau des Magasins-Partage se chiffre à une somme tout près de 500 000 \$ en denrées alimentaires, en produits de consommation et en cadeaux, le tout étant retourné à la population.

4^e volet : La campagne de visibilité

La campagne de visibilité consiste à mieux faire connaître auprès de la population, le travail du Regroupement des Magasins-Partage, ainsi que le concept du Magasin-Partage. ***De plus, l'organisme agit à titre de centrale téléphonique où plusieurs appels d'individus demandant de l'aide y sont acheminés. Celui-ci redirige les appels vers les Magasins-Partage concernés.***

Les outils de visibilité

Le Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal offre gratuitement à ses membres un ensemble d'outils de visibilité aux couleurs et au logo de l'organisme ;

- Affiches promotionnelles
- Encarts dans les Hebdomadaires Transcontinental
- Feuillettes et signets
- Tirelires avec autocollants

Sensibiliser la population

Dès que l'occasion s'offre, notre marraine Francine Grimaldi, nos parrains Les Grandes Gueules, ainsi que la directrice s'assurent de diffuser auprès des médias, la mission des Magasins-Partage et les bienfaits de ceux-ci sur la population.

Outils de promotion

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

Portrait de la population desservie

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

Avec l'accord du Regroupement, **les Magasins-Partage déterminent le nombre de ménages** qu'ils peuvent accueillir selon leur nombre **d'années d'expérience**, leur **capacité financière** découlant du succès anticipé de leur campagne locale, de leur **bilan de l'année précédente** et de la variété de dépannages alimentaires dans leur milieu. **C'est 5 548 ménages montréalais appauvris, soit 13 111 adultes et enfants qui ont fait une épicerie de Noël dans l'un des dix-huit Magasins-Partage.**

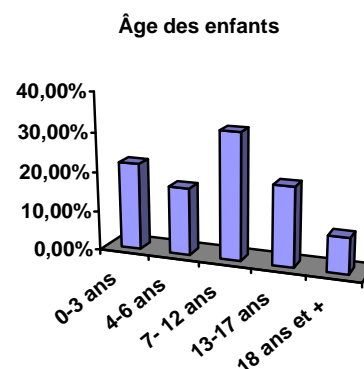
Campagne	Nombre de Magasins-Partage	Nombre de personnes desservies	Nombre de ménages desservis
1996	15	12 800	5 000
1997	16	13 650	5 650
1998	19	13 819	5 730
1999	21	16 300	6 330
2000	21	14 889	6 154
2001	21	15 700	6 425
2002	20	14 382	6 033
2003	19	13 799	5 651
2004	19	12 158	5 502
2005	19	13 137	5 603
2006	18	13 111	5 548

Portrait socio-économique

Les enfants et la pauvreté

Des 13 111 individus accueillis dans un Magasin-Partage, 5 110 étaient des enfants. 74 % 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, le **portrait des ménages** participant aux Magasins-Partage **démontre** qu'un nombre **important de personnes âgées** ont recours au Magasin-Partage. De plus, un **grand nombre de ménages sans enfant** ont été desservis. Des 8 001 adultes ayant eu recours aux Magasins-Partage, ce sont 890 adultes qui étaient en couple sans enfant et 2 292 adultes qui vivaient seuls. L'exode des familles vers les banlieues n'est certainement pas étranger à ces statistiques. Afin de mieux desservir la population vieillissante et à mobilité réduite, les membres se sont dotés d'une nouvelle politique de fonctionnement.

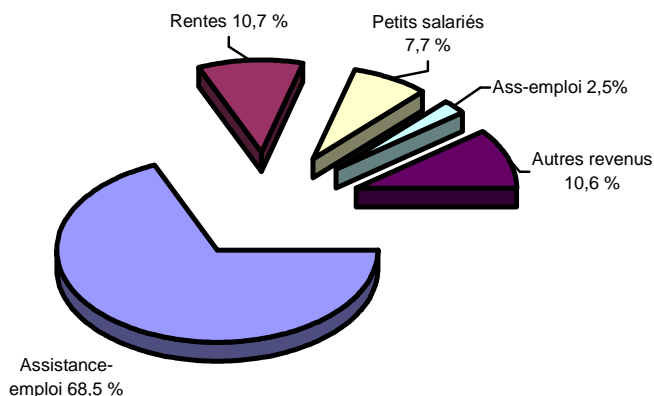
Les femmes et la pauvreté

La pauvreté touche de plus en plus de femmes monoparentales. Elles représentent tout près de 15 % des adultes desservis.

Les familles et la pauvreté

Des 5 548 ménages accueillis, 46,28 % des ménages étaient des familles avec enfant. À l'étude des compilations, nous avons remarqué que 30 % de celles-ci étaient composées de 3 enfants et plus, ce qui obligeait les Magasins-Partage à diversifier le format d'une même denrée. Ceci confirme que les familles avec de nombreux enfants et au prise avec la pauvreté demeurent à Montréal.

La source de revenus et la pauvreté



On observe que, des ménages desservis, **plus de 68.5 % vivent de l'assistance-emploi (Sécurité du revenu)**, 10,7 % des ménages étaient des prestataires des rentes, 7,7 % des ménages, malgré le fait qu'ils aient un travail rémunéré, ont un revenu insuffisant pour subvenir aux besoins de leur famille, 2,5 % des ménages étaient prestataires d'assurance-emploi et les derniers, 10,6 % des ménages avaient pour source de revenus, soit des prestations de la CSST, des prêts et bourses, étaient en attente de prestations ou n'avaient tout simplement pas de sources de revenu.

Un réseau d'entraide

Nos statistiques démontrent que le Magasin-Partage permet à près des deux tiers de la clientèle d'intégrer une ressource de leur quartier. Ceci leur permet d'améliorer sensiblement leur qualité de vie et ainsi, ne plus utiliser les services du Magasin-Partage. De ce fait, seulement un tiers des participants en étaient à leur troisième participation ou plus. 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 action⁶

Les campagnes locales

Les **campagnes locales** des Magasins-Partage reposent sur le dynamisme de leur milieu. Ceci est un **élément important** qui **détermine** le **nombre de ménages** qu'ils pourront accueillir. Les **comités organisateurs** locaux entreprennent leur travail dès le printemps. Ils **développent** et organisent des **activités de financement locales** afin de **recueillir les fonds nécessaires** à l'achat de **denrées alimentaires complémentaires aux dons** qu'ils reçoivent **du Regroupement**. 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, tout près de la moitié des Magasins-Partage nous ont souligné que la collecte locale de fonds et de denrées fut laborieuse. Les partenariats locaux sont difficiles à développer pour plusieurs raisons. Par exemple, le nombre croissant des services offerts à cette période et l'essoufflement du milieu économique à répondre à ces 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 et plusieurs autres. Par contre, dans d'autres quartiers, l'implication de la communauté tant économique que civique fut généreuse. Les campagnes locales de financement de ces quartiers se sont révélées fructueuses et ont permis aux organisations de Magasins-Partage de ne pas terminer leur opération avec un déficit.

Le bénévolat

Il faut une solide équipe de bénévoles pour mener à bien l'action des Magasins-Partage. **Ce sont 2 085 bénévoles qui ont généreusement offert de leur temps et de leur énergie aux Magasins-Partage, soit 340 bénévoles de plus que l'an dernier. Cela représente 26 568 heures de bénévolat, soit plus de 7 752 heures qu'en 2005.**

⁶ Pour la liste des Magasins-Partage de Noël 2006, voir annexe 6.

Bénévoles corporatifs

Après avoir formé une **équipe de collègues**, de plus en plus **d'entreprises et organisations** approchent le Regroupement afin de faire du **bénévolat en groupe**. Nombreux sont les **partenaires et donateurs** qui désirent aller **au-delà du don financier** en donnant de leur **temps bénévolement**. Le Regroupement s'assure de les jumeler aux Magasins-Partage qui répondent davantage à leur disponibilité et ayant la capacité de recevoir un grand groupe de bénévoles. Après la campagne, chaque **équipe provenant d'entreprises** reçoit un **suivi** de la part du **Regroupement**, à savoir **leur appréciation** quant à **l'accueil et au travail** qu'ils ont **effectués au sein d'un Magasin-Partage**. Nous remarquons que malgré qu'ils soient 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, ils offrent leur coup de pouce dans d'autres organisations d'entraide tout au cours de l'année.

Bénévoles participants au Magasin-Partage

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

Les services

Les Magasins-Partage sont conscients 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 d'accompagnement** 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 d'organisation et d'espace**.

Bilan financier de la campagne

	Total	Achat de denrées	Biens/services	Frais généraux
Revenus				
Fondation Marcelle et Jean Coutu	20 000,00 \$	20 000,00 \$		
Partenaires du Cardinal Léger	20 000,00 \$	15 000,00 \$		5 000,00 \$
Entrepr. privées/org. publiques	67 394,00 \$	21 447,00 \$	45 130,00 \$	817,00 \$
Syndicats	8 903,00 \$	5 753,00 \$	150,00 \$	3 000,00 \$
Activités de financement	26 494,00 \$	26 494,00 \$		
Organismes religieux	2 530,00 \$	2 530,00 \$		
Députés et conseil du trésor	800,00 \$	800,00 \$		
Organismes communautaires	65 000,00 \$		65 00,00 \$	
Dons individus	8 050,00 \$	8 000,00 \$		50,00 \$
Total	219 171,00 \$	100 024,00 \$	110 280,00 \$	8 867,00 \$
Dépenses				
Denrées alimentaires et produits d'hygiène corporelle	176 403,00 \$	100 024,00 \$	76 379,00 \$	
Jouets, livres et cadeaux	20 335,00 \$		20 335,00 \$	
Frais d'entrepôts, montage et redistribution	2 500,00 \$		2 500,00 \$	
Promotion et outils de visibilité	15 343,00 \$		10 766,00 \$	4 577,00 \$
Déplacement / frais de transport	1 200,00 \$		300,00 \$	900,00 \$
Envois postaux	550,00 \$			550,00 \$
Représentation	200,00 \$			200,00 \$
Impression	500,00 \$			500,00 \$
Papeterie et fournitures de bureau	750,00 \$			750,00 \$
Total	217 781,00 \$	100 024,00 \$	110 280,00 \$	7 477,00 \$
Différence	1 390,00 \$			1 390,00 \$

Vous noterez que dans le tableau ci-haut, aucun frais pour les ressources humaines n'a été indiqué puisque ces frais sont supportés par le budget du fonctionnement de base de l'organisme.

Sans le soutien annuel de Centraide du Grand Montréal (67 000 \$) et de la Ville de Montréal (65 000 \$) pour l'ensemble des activités du Regroupement, il serait impossible de tenir une telle campagne.

Bilan financier des activités de financement

	Total	Soirée bénéfice	Tirage de Noël
Revenus			
Vente de billets et tables	30 139,00 \$	22 800,00 \$	7 339,00 \$
Vente à l'encan (silencieux et chinois)	11 775,00 \$	11 775,00 \$	
Dons	6 253,00 \$	5 753,00 \$	500,00 \$
Total	48 167,00 \$	40 328,00 \$	7 839,00 \$
Dépenses			
Restauration	7 336,00 \$	7 336,00 \$	
Frais d'organisation	1 159,00 \$	1 159,00 \$	
Certificats-cadeaux	1 100,00 \$		1 100 \$
Impression/graphisme	554,00 \$	234,00 \$	320,00 \$
Permis de tirage	325,00 \$		325,00 \$
Total	10 474,00 \$	8 729,00 \$	1 745,00 \$
Différence	37 693,00 \$	31 599,00 \$	6 094,00 \$
Répartition			
Achats collectifs	26 494,00 \$	25 400,00 \$	1 094,00 \$
Fonctionnement de base	11 199,00 \$	6 199,00 \$	5 000,00 \$

Conclusion

Nous vous informions en début de lecture de ce bilan, des grands défis de la campagne 2006. Comme vous l'avez sûrement constaté en cours de lecture, l'équipe du Regroupement a su non seulement relever les défis, mais développer de nouveaux partenariats, de nouvelles alliances et s'est aussi assuré d'avoir de solides collaborations pour le développement de notre principale activité de financement reliée à cette campagne.

Ainsi, nous sommes d'autant plus conscients que d'autres contraintes financières risquent d'avoir de nouveau, certains impacts sur la prochaine campagne. Or, ceci est souvent dû à une convergence des dons vers de plus grosses et plus visibles organisations. Toutefois, l'avenir ne nous semble pas sans espoir.

Le Regroupement a toujours su trouver les ressources et les collaborateurs clés afin de lui permettre de soutenir d'une année à l'autre, un grand nombre de ménages appauvris et il en sera de même pour la prochaine campagne.

L'espoir est au rendez-vous pour 2007 ! Notre marraine Francine Grimaldi, nos parrains messieurs José Gaudet et Mario Tessier, nos co-présidents d'honneur de la soirée des célébrités 2007, monsieur Serge Paquette, président Agropur division Natrel et monsieur Claude Pinard, président Saputo division boulangerie nous assurent leur appui, ainsi que de nombreux autres partenaires. De plus, la venue possible d'un cinquième collègue dans l'équipe de travail est plus que rassurante pour le futur de l'organisme.

Cependant, nous restons conscients que nous devons développer de nouveaux réseaux de donateurs et partenaires.

À vous, chers lecteurs, nous vous lançons l'invitation d'être au rendez-vous l'an prochain et vous remerciant sincèrement de votre appui à la cause, ce qui nous permet de nourrir l'espoir de nombreuses personnes moins bien nanties.

Merci 5 548 fois au nom des ménages qui ont eu recours aux Magasins-Partage de Noël 2006.

La direction et l'équipe du Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal

Dons reçus sous forme d'argent attribué aux achats collectifs

Partenaires du Cardinal Léger		15 000,00 \$
Fondation Marcelle et Jean Coutu		20 000,00 \$
Pelmorex / Météo Média		17 500,00 \$
FTQ et Syndicats affiliés		4 553,00 \$
	SCFP 2000	2 000,00 \$
	Fonds humanitaires SCEP	500,00 \$
	AIMTA 712	500,00 \$
	FTQ	500,00 \$
	AFPC Québec	250,00 \$
	TUAC 500	200,00 \$
	SCFP 1294	200,00 \$
	SCFP 301	103,00 \$
	UIES 800	100,00 \$
	TCA 4511	100,00 \$
	SCEP 84Q	50,00 \$
	SCFP Québec	50,00 \$
Mayrand Itée		1 913,00 \$
Fondation diocésaine Ignace Bourget		2 000,00 \$
Comité social de la CSQ		1 500,00 \$
Magnus Poirier		1 350,00 \$
SPPMM		1 100,00 \$
BMO Fontaine de l'espoir		1 000,00 \$
Fondation des conseillers et conseillères de la CSQ		600,00 \$
Corporation des syndicats apostoliques des frères mineurs		500,00 \$
Conseil du Trésor		500,00 \$
CSQ		500,00 \$
CSN		500,00 \$
Fédération des Caisses Populaires Desjardins		500,00 \$
Rita Marselais-Dionne, Députée de Rosemont		300,00 \$
Dons d'individus		8 050,00 \$
Fondation des sœurs de la providence Marie		30,00 \$
Reine du Monde		

Dons sous forme de biens et services

Avon Canada inc.

Produits cosmétiques variés.

Valeur approximative : 3 750,00 \$

Bombardier Aéronautique

Caisses de denrées diverses.

Valeur approximative : 4 675,00 \$

Buroplus

Casse-tête et jeux pour enfants.

Valeur approximative : 4 600,00 \$

Camp Jeune-Air

Forfait d'une semaine en camp de plein air.

Valeur approximative : 475,00 \$

Cascades inc.

15 caisses de papier hygiénique, mouchoirs et serviettes de table.

Valeur approximative : 1 200,00 \$

Chomeday News/Parc Extension

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

Valeur approximative : 424,00 \$

Comité social CSQ

Bas de Noël.

Valeur approximative : 150,00 \$

Discount location de véhicules

Prêt d'une camionnette pour trois jours.

Valeur approximative : 300,00 \$

Éditions Flammarion

Livres divers.

Valeur approximative : 6 000,00 \$

Hebdos Transcontinental

Deux parutions d'encarts publicitaires dans 10 hebdomadaires locaux.

Valeur approximative : 10 000,00 \$

L'Actualité N.D.G.

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

Valeur approximative : 342,00 \$

Magnus Poirier

Jouets.

Valeur approximative : 100,00 \$

Mayrand Itée

Préparation des 18 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 café, et don d'un bon d'épicerie de 500 \$ pour le tirage.

Valeur approximative : 10 500,00 \$

Moisson Montréal

Fruits (clémentines, oranges, bananes, mangues, pommes) et légumes frais (poivrons, pommes de terre, oignons, champignons, carottes, navets, épinard, etc.), bûches, tartes congelées, denrées diverses en conserves et en boîtes, produits pour bébé, produits d'hygiène corporelle, jouets et sacs à dos.

Valeur approximative : 65 000,00\$

Yves Rocher

Produits cosmétiques variés.

Valeur approximative : 3 200,00 \$

Liste des personnalités présentes lors de la soirée bénéfice

Notre Marraine : Francine Grimaldi

Nos Parrains : José Gaudet
Mario Tessier

Invités spéciaux :

Adèle Reinhardt	Comédienne
Claire Pimparé	Comédienne
Dominic Sillon	Humoriste du groupe Dominic et Martin
Emmanuel Bilodeau	Comédien
Éric Salvail	Animateur
Jici Lauzon	Comédien
Manuel Hurtubise	Animateur
Marc Boilard	Humoriste
Marcel Leboeuf	Comédien, conférencier
Martin Cloutier	Humoriste du groupe Dominic et Martin
Martin Petit	Humoriste
Mitsou Gélinas	Animatrice, femme d'affaire
Nicolas Girard	Député de Gouin
Patrick Leduc	Joueur vedette de l'Impact
Pierre Marcotte	Homme d'affaire, animateur
Réjean Ouimet	Animateur
Richard Turcotte	Animateur
Yves Corbeil	Animateur

Liste des collaborateurs de la soirée bénéfique 2006

Académie culinaire
 Auberge du Lac Taureau
 Auberge l'Autre Jardin
 Auberge Le Baluchon
 Auberge Les Victorines du lac
 Auberge Montebello
 Cabosse d'Or
 Café Méliès
 Canyon Ste-Anne
 Caroline Henri (création de bijoux)
 Catherine Charest (designer de bijoux)
 Centre d'histoire de Montréal
 Centre de villégiature l'Estérel
 Centre des sciences de Montréal
 Centre Épic
 Chantal De Serres (artiste-peintre)
 Chez l'Épicier
 Chocobel
 Cineplex Odeon (Quartier Latin)
 Club de golf Terrebonne
 Club de hockey Canadien inc.
 Coccinelle jaune, la boutique sympathique
 Confiserie Louise Décarie
 Copie Rapide
 Créations MF
 Croisières AML Montréal
 Croisières Archambault
 Croisières Évasion plus
 Dany Boyer (Club Azur Condos)
 Dyson
 Éditions Flammarion
 Espace Libre
 Excentris
 Festival Juste pour rire
 Folle guenille
 Gîte le Liguori
 GPI Communication
 Hôtel de Glace
 Hôtel Royal William
 Hôtel W & Spa Away
 Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec
 Intrawest placemaking
 Ishi
 J.L. Freeman
 J'les « M »
 L'Impact de Montréal
 L'Oie Naudière
 La Cité de l'énergie
 Le Moulin de Saint-Laurent
 Les Grandes Gueules
 Les Trois Tilleuls & Spa Givenchy
 Location Daniel Caron
 Maison Cakao
 Maison de Bouche
 Maison hantée
 Maison St-Gabriel
 Manoir des Laurentides
 Manoir Rouville-Campbell
 Manoir St-Andrews
 Mayrand Ltée
 Musée canadien des civilisations & Musée de la guerre
 Musée d'archéologie et d'histoire de Montréal
 Musée d'Art Contemporain
 Musée des Beaux-Arts de Montréal
 Musée du Château Dufresne
 Musée québécois de culture populaire & La vieille prison
 Muséums Nature Montréal
 Ofuro Spa
 Ovarium
 Parc Aventures Cap Jaseux
 Pâtisserie Bella Vista
 Pâtisserie de Gascogne
 Pizzédélic
 Praline & Caramel
 Procter & Gamble
 Productions Daniel Caron
 Quincaillerie Dante
 Radio Énergie 94,3
 Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal
 Restaurant du Vieux-Port
 Restaurant Europea
 Restaurant Fourquet Fourchette
 Restaurant Guy & Dodo
 Restaurant Hélène de Champlain
 Restaurant L'Ambroisie
 Restaurant la Bécane rouge
 Restaurant La Colombe
 Restaurant La Rapière
 Restaurant Le Colbert
 Restaurant Le Piémontais
 Restaurant Le Toqué
 Salon des métiers d'art du Québec
 Sequoia massothérapie
 Spa Eastman
 Spa St-James
 Station Santé Bagni
 Station touristique Duchesnay (SEPAQ)
 Station touristique Val St-Côme
 Théâtre de la Manufacture & théâtre La Licorne
 Théâtre de Quat'Sous
 Théâtre Denise-Pelletier
 Théâtre du Nouveau Monde
 Théâtre Hector-Charland
 Via Rail
 Vignoble de l'Orpailleur
 Vignoble Domaine des Côtes d'Ardoise
 Vignoble du Marathonien
 Vignoble Les Blancs Coteaux
 Vins du Réseau International Global

Liste des denrées alimentaires achetées par le Regroupement en 2006

Denrées achetées par le Regroupement pour les achats collectifs

- | | |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Ananas en morceaux | <input checked="" type="checkbox"/> Margarine non-hydrogénée |
| <input checked="" type="checkbox"/> Beurre d'arachide | <input checked="" type="checkbox"/> Pâtes alimentaires (macaronis et spaghettis) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Céréales (riz croustillant et flocons de maïs) | <input checked="" type="checkbox"/> Pois verts et carottes en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Confiture de framboises | <input checked="" type="checkbox"/> Riz à grains longs |
| <input checked="" type="checkbox"/> Gruau | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (sauce à la viande) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Haricots jaunes coupés en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (sauce tomate) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Huile canola | <input checked="" type="checkbox"/> Salade de fruits en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Jus de fruits (pomme, orange) | <input checked="" type="checkbox"/> Thon en morceaux dans l'eau |
| <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en grain en conserve | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en crème en conserve | |

Denrées achetées par le Regroupement pour les achats personnalisés

- | | | |
|---|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Ananas en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Gruau | <input checked="" type="checkbox"/> Pâte de tomates |
| <input checked="" type="checkbox"/> Biscuits pépites de chocolat | <input checked="" type="checkbox"/> Haricots jaunes en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Pois et carottes en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Biscuits Oreo | <input checked="" type="checkbox"/> Huile | <input checked="" type="checkbox"/> Préparation de fromage fondu |
| <input checked="" type="checkbox"/> Bûche de Noël | <input checked="" type="checkbox"/> Ketchup | <input checked="" type="checkbox"/> Poudre de chocolat |
| <input checked="" type="checkbox"/> Café | <input checked="" type="checkbox"/> Margarine | <input checked="" type="checkbox"/> Riz à grains long |
| <input checked="" type="checkbox"/> Céréales | <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en crème en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce à spaghetti (tomate) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Fèves au lard au sirop d'érable | <input checked="" type="checkbox"/> Maïs en grains en conserve | <input checked="" type="checkbox"/> Saumon en conserve |
| <input checked="" type="checkbox"/> Fèves au lard aux tomates | <input checked="" type="checkbox"/> Miel | <input checked="" type="checkbox"/> Sirop de chocolat |
| <input checked="" type="checkbox"/> Lait | <input checked="" type="checkbox"/> Moutarde | <input checked="" type="checkbox"/> Sucre |
| <input checked="" type="checkbox"/> Lait évaporé | <input checked="" type="checkbox"/> Œufs | <input checked="" type="checkbox"/> Tomates entières en boîte |
| <input checked="" type="checkbox"/> Farine | <input checked="" type="checkbox"/> Pains de savon | <input checked="" type="checkbox"/> Sauce soya |
| <input checked="" type="checkbox"/> Fromage cheddar | <input checked="" type="checkbox"/> Papier de toilette | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Fromage en tranches | | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Fromage mozzarella | | |

Les 18 Magasins-Partage de Noël 2006

Magasins-Partage	Secteurs	Personnes-ressources
Magasin-Partage Anjou	Anjou	(Paroisse) Pierre Villeneuve 514 353-1223
Magasin-Partage Centre-sud/Chemins du soleil	Centre-sud	Marc Alarie 514 528-9991
Magasin-Partage Bordeaux-Cartierville/ La Corbeille	Bordeaux-Cartierville	Johanne Bellemo 514 856-0838
Magasin-Partage Côte St-Paul/Émard	Côte St-Paul/Ville-Émard	Anne-Rose Dubreuil 514 761-1280
Magasin-Partage Côte-des-Neiges	Côte-des-Neiges	Komi Amouzou 514 739-7731
Magasin-Partage Hochelaga-Maisonneuve	Hochelaga-Maisonneuve	Jeannelle Bouffard 251-2081
Magasin-Partage Mercier-Ouest	Mercier-Ouest	Paul Mercier 514 253-0297
Magasin-Partage Parc Extension	Parc Extension	Christian Lefebvre 514 948-3246
Magasin-Partage Petite Patrie	Petite-Patrie	Bessy Hernandez 514 277-4993
Magasin-Partage Petite Bourgogne/ Réseau Providence	Petite-Bourgogne	Gérard Cordebas 514 932-7270
Magasin-Partage Pointe-aux-Trembles	Pointe-aux-Trembles	Lyne Pépin 514 642-7747 # 469
Magasin-Partage Rosemont	Rosemont	Rachel Landry 514 523-2460
Magasin-Partage Ahuntsic/SNAC	Ahuntsic	Brigitte Dubeau 514 385-6499
Magasin-Partage St-François d'Assise	Mercier-Est	Paroisse (Lisette Beaulieu) 514 353-2620
Magasin-Partage St-Justin/Dupéré	Mercier-Est	Paul-Émile Rochon 514 354-7575
Magasin-Partage St-Michel	St-Michel	Fatima Chouaby 514 376-3218
Magasin-Partage St-Victor	Mercier-Est	Paroisse (Roland Lévesque) 514 351-4960
Magasin-Partage Villeray	Villeray	Lorraine De Montigny 514 495-8101