



Capsule d'information

À l'intention des agents, fournisseurs et délégations commerciales

EXERCICE 2006-2007 : LA SAQ DÉCLARE UN BÉNÉFICE DE 710 M\$

Au terme de l'exercice 2006-2007, la SAQ déclare des ventes brutes de 2,980 milliards de dollars, une augmentation de 7,8% par rapport à l'exercice précédent et un bénéfice net de 710,1 millions de dollars comparativement à 656,9 millions en 2005-2006, soit une croissance de 8,1%. La croissance des ventes en volume (litres) a été de 6,5%. Les recettes gouvernementales totales tirées de l'exploitation, incluant les revenus fiscaux, ont atteint 1,4 milliard de dollars.

L'amélioration du ratio des charges d'exploitation sur les ventes brutes à 17,0% – par rapport à 17,7 % en 2005-2006 – de même que la réduction substantielle de l'endettement bancaire à 89,5 millions de dollars - par rapport à 196,4 millions de dollars l'année précédente – témoignent d'une discipline accrue sur le plan de la gestion. Le ratio du bénéfice net sur les ventes nettes se situe à 32,6 %, soit le meilleur résultat des six dernières années.

La SAQ a par ailleurs disposé en cours d'année de sa participation dans Maison des Futailles, S.E.C. La cession de ce placement d'entreprise, qui découle de la mise en œuvre de son plan stratégique, a engendré un gain de 3,0 millions de dollars.

La part du vin dans les ventes totales en dollars de la SAQ a continué de s'accroître pour atteindre 76,8 % (75,0% en 2005-2006) alors que celle des spiritueux a légèrement régressé à 15,6 % (16,0% en 2005-2006) et celle des boissons panachées (coolers) a diminué à 5,9 % (7,0% en 2005-2006). La bière ferme la marche avec 1,4 % des ventes (1,5% en 2005-2006).

La plus grande partie de la croissance des ventes provient des succursales, dont le niveau d'activité continue de croître alors que celui des secteurs de la restauration et de l'alimentation demeure stable.

« Nous sommes très satisfaits de ces résultats, non pas parce qu'il s'agit de résultats records, mais parce qu'ils sont le fruit des efforts de tous les employés pour faire de la SAQ un meilleur détaillant et une entreprise innovatrice », a commenté le président-directeur général de la Société, Sylvain Toutant. « Les nombreuses initiatives des dernières années pour améliorer le service à la clientèle et pour une gestion disciplinée portent fruit et traduisent par une solide croissance des ventes et une meilleure rentabilité, conformément à notre plan stratégique.

« La satisfaction de la clientèle s'accroît, atteignant un sommet de 97 % lors de la dernière enquête en août 2006. L'expérience de magasinage en succursales attire et retient de plus en plus les consommateurs. L'intérêt et la passion des Québécois pour le monde du vin et des spiritueux continuent de grandir sainement. La qualité de nos produits et de notre service en succursales s'améliore constamment, grâce en grande partie à la passion des employés », a indiqué M. Toutant.



Capsule d'information

À l'intention des agents, fournisseurs et délégations commerciales

Parmi les actions prises pour améliorer l'offre globale de produits et services de la SAQ en 2006-2007, il y a la disponibilité accrue du personnel dans l'aire de vente des succursales durant les périodes d'achalandage, de nouveaux investissements en formation pour les employés et les conseillers en vins des succursales, l'introduction d'environ 1000 nouveaux produits et le lancement du magazine Cellier destinée à une clientèle plus curieuse et plus exigeante.

Le réseau de succursales a également été rajeuni avec des interventions dans 45 magasins. Sept ont été ouverts dans de nouveaux secteurs, les 38 autres ont été agrandis, déménagés dans des locaux plus vastes ou rénovés. La SAQ a aussi actualisé son concept de SAQ Sélection qui mise davantage sur l'autoformation de la clientèle et sur la possibilité de déguster des produits sur place.

Consommation responsable, gouvernance et engagement social

La consommation d'alcool des Québécois de 7,6 litres par année d'alcool pur est alignée sur la moyenne canadienne et se situe en deçà des normes de Santé Canada. Le modèle de consommation des Québécois est le plus responsable au Canada avec des consommations plus fréquentes, mais en plus petites quantités qu'ailleurs au Canada. Les Québécois évoluent aussi vers la consommation de produits de gamme supérieure. La SAQ effectue régulièrement des études afin de suivre l'évolution du modèle de consommation des Québécois et est engagée depuis de nombreuses années dans la lutte à la consommation non responsable de l'alcool.

L'année 2006-2007 aura aussi donné lieu à une réforme majeure de la gouvernance de la Société. La SAQ est désormais dotée d'un modèle de gouvernance où les responsabilités des administrateurs se sont considérablement accrues et où un ensemble de nouvelles règles ont été introduites. Cette réforme découle à la fois de la nouvelle loi sur la gouvernance des sociétés d'état, adoptée en décembre 2006, des travaux internes menés sur cette question par le conseil lui-même – assisté d'un comité d'experts – et des recommandations formulées en novembre 2006 par le Vérificateur général du Québec. Il en résultera une organisation plus forte et plus apte à relever avec succès les défis des années à venir.

Sur le plan sociétal, la SAQ a entrepris le développement et la mise en œuvre d'un plan intégré de développement durable et a contribué à plus de 400 événements et campagnes de financement pour un montant de 5,3 millions de dollars. En vertu de sa politique de dons et de commandites, la SAQ vise particulièrement à s'associer à des événements populaires et aux activités de financement des organismes dans les secteurs qui constituent les grandes préoccupations actuelles : la santé, l'éducation et la culture.

Le rapport annuel 2007, version française, est en ligne sur www.saq.com