



Fairtrade Canada

# Rapport annuel 2010



# Message du président du conseil

L'année 2010 en fut une de grands défis et de réalisations majeures pour Fairtrade Canada.

Durant l'année écoulée, nous avons complété les démarches nécessaires pour changer notre appellation qui, de TransFair Canada, est devenue Fairtrade Canada, et nous avons réussi à implanter la nouvelle marque internationale Fairtrade à travers le pays. Ce furent de grandes étapes vers l'atteinte de notre objectif, qui était de mieux harmoniser le système canadien avec le système Fairtrade international. Nous avons poursuivi notre engagement auprès du Brésil et espérons voir d'importants développements à ce dossier au cours des mois à venir.

La conjoncture économique internationale a continué d'exercer une influence sur le système Fairtrade tout au long de l'année 2010. Bien que notre clientèle multinationale ait performé au-dessous de nos attentes, il était réconfortant de voir que les ventes de produits certifiés équitables au Canada se poursuivaient de bon train. Notre personnel a fait un travail remarquable, s'engageant auprès des entreprises, des consommateurs et des médias partout au Canada en vue de sensibiliser les Canadiens et Canadiennes et d'accroître leur appui des produits certifiés équitables. Au nom du conseil d'administration, je tiens à remercier tous les membres du personnel pour leur travail acharné et leur dévouement en 2010.

Je voudrais aussi transmettre les plus sincères remerciements du conseil à deux de nos collègues qui ont le plus d'ancienneté, Harry Cook et Stephanie Wells. Ils ont annoncé leur départ à l'assemblée générale annuelle qui a eu lieu à la fin juin 2011. Nous leur offrons nos meilleurs vœux.



**John Kay**  
Président du Conseil d'administration

## Table des matières

L'impact croissant du Canada	Page 4
2010 : Survol de l'année	Page 6
États financiers vérifiés	Page 13
Conseil d'administration et bénévoles	Page 14

*Images de la page titre:  
© Éric St-Pierre*

Gauche: 6 des 20 étapes de transformation du fruit du karité é en beurre de karité; image de la coopérative Cooprokasi au Mali.

Droite: Leonida Paqui, 62 ans, membre de l'Association des producteurs de Quinoa et Camelidos de Quillacas en Bolivie.

# Lettre du directeur général

C'est avec grand plaisir que nous présentons notre rapport annuel 2010.

L'année 2010 a vu l'aboutissement de nombreuses années d'efforts pour harmoniser et mettre en œuvre les pratiques du système Fairtrade afin d'offrir le meilleur service de sa catégorie au marché canadien et au grand public. Plusieurs grandes réalisations seront décrites dans le présent rapport, y compris l'amélioration du processus de certification au Canada, la modernisation des outils de communication et le renforcement du soutien aux entreprises.

Je tiens à souligner l'engagement du personnel de Fairtrade Canada envers la certification du commerce équitable. Collaborer en vue de gérer le changement interne et externe est un projet très noble auquel travaille chaque employé jour après jour.

L'objectif de la certification du commerce équitable, c'est de créer des possibilités autant pour les familles des producteurs que pour celles des consommateurs. Je suis très fier d'appartenir à un organisme qui en fait autant pour le bien de notre planète.

**Rob Clarke**  
Directeur général



Photos : Lena Granefelt et Didier Gentilhomme

## Notre mission

Fairtrade Canada contribue à la réussite du système international de certification Fairtrade en :

- Promouvant les avantages du système Fairtrade auprès des Canadiens.
- Créant un marché solide et diversifié pour les produits certifiés Fairtrade au Canada.
- Bâtissant la confiance envers la marque de certification Fairtrade par le biais d'un processus rigoureux de certification et d'octroi de licences.
- Travaillant avec des organisations similaires afin d'améliorer l'équité et l'impact du système Fairtrade.

## Notre vision

Un monde où les principes du commerce équitable et du développement durable sont internationalement mis en pratique, afin d'aider les agriculteurs et les travailleurs du monde entier à se sortir d'une position de vulnérabilité pour parvenir à la sécurité et à l'autosuffisance économique.

# L'impact croissant du Canada

## Volumes de produits certifiés équitables vendus au Canada

Kilogrammes	2010	Évolution par rapport à 2009
Cacao (kg)	1 385 069	310 %
Café (kg)	5 876 688	5 %
Fruits (kg)	3 104 787	35 %
Herbes et épices (kg)	3 989	-28 %
Céréales et légumineuses (kg)	18 370	-67 %
Sucre (kg)	440 044	12 %
Thé (kg)	56 833	-37 %
Noix et huiles (kg)	6 683	363 %
<b>Autres unités</b>		
Coton (unités)	37 586	-17 %
Ballons de sport (unités)	3 502	14 %
Vin (L)	164 998	296 %

Les volumes de fleurs et de jus de fruits ont été exclus pour respecter la confidentialité.

## Valeur estimative des produits certifiés équitables vendus au détail au Canada

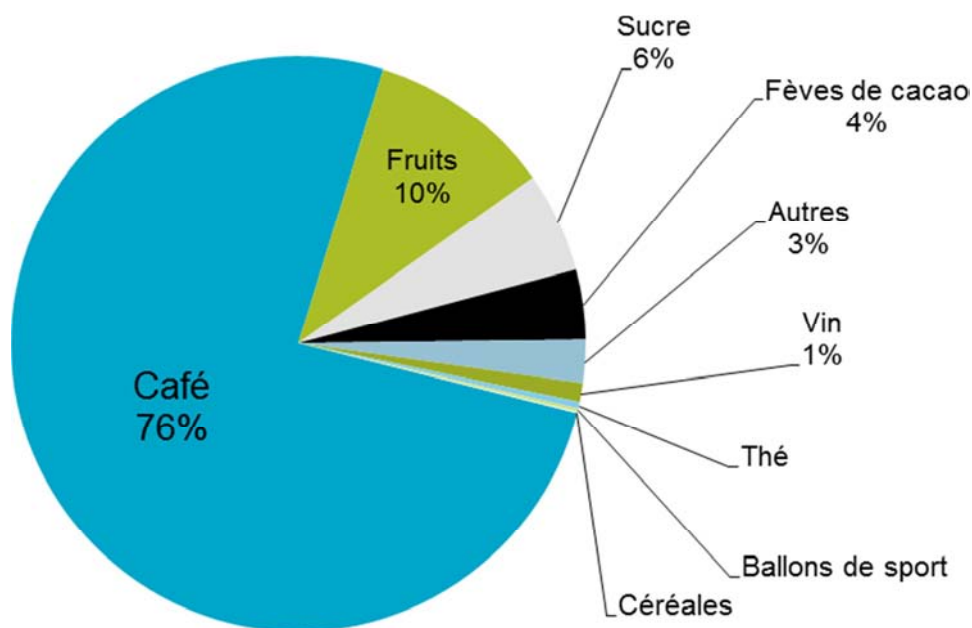
	2010
Valeur estimative totale des ventes au détail (\$CAD)	269 463 842 \$

Pour le calcul de la valeur estimative des ventes au détail, nous ne présumons pas un prix plus élevé pour les produits vendus dans les restaurants, les cafés, etc.

## Montant estimatif des primes de commerce équitable versées aux groupes de producteurs sur les produits certifiés équitables vendus au Canada

La prime du commerce équitable est un montant versé en sus du prix du commerce équitable convenu en vue d'être investi dans des projets de développement social, environnemental ou économique désignés de façon démocratique par les membres d'une organisation de producteurs ou par les travailleurs dans une plantation. Le tableau suivant indique les montants approximatifs des primes reçues par les producteurs pour la vente de produits certifiés Fairtrade au Canada.

	2010 (USD)	Évolution
<b>Café</b>	1 292 872	5 %
<b>Thé</b>	6 252	-37 %
<b>Sucre</b>	96 352	127 %
<b>Fèves de cacao</b>	67 282	73 %
<b>Vin</b>	17 801	303 %
<b>Fruits</b>	177 516	32 %
<b>Céréales</b>	939	-76 %
<b>Ballons de sport</b>	3 466	15 %
<b>Autres</b>	42 282	4 %
<b>Total</b>	<b>1 704 762</b>	<b>12 %</b>



*Remarque : Il est difficile de calculer les primes du commerce équitable pour les produits suivants : herbes et épices, coton, jus de fruits, noix de coco séchée. Les valeurs inférieures à 1 % ne sont pas affichées.*

*La catégorie Autres comprend les noix et graines oléagineuses, le miel et les fleurs.*

# 2010 : Survol de l'année

## À l'écoute: consultations nationales et mondiales

Le dialogue avec les parties prenantes a été une grande priorité pour le système Fairtrade en 2010, tant l'échelle nationale qu'internationale.

À l'échelle internationale, FLO a mené sa plus vaste consultation à ce jour sur un nouveau cadre de standards (NSF), tout en révisant les exigences environnementales. L'unité des standards de FLO a sollicité l'implication de producteurs, de négociants et d'intervenants importants pour l'élaboration du nouveau cadre de standards. Quatre ateliers (dont trois dans les régions productrices), des consultations écrites et une rencontre avec les trois réseaux de producteurs ont assuré un niveau élevé de participation. Tous les détenteurs de licence et commerçants canadiens ont été invités à participer à la consultation, et Fairtrade Canada s'est efforcée d'assurer que sa propre contribution soit réfléchie, bien documentée et orientée sur les producteurs. Bien des consultations sur les standards particuliers aux produits, ouvertes à toutes les parties prenantes, ont également eu lieu en 2010, notamment celles au sujet des standards et des prix du café en décembre.

À l'échelle nationale, le personnel de Fairtrade Canada a été à l'écoute des divers points de vue de nombreuses parties prenantes à une série de tables rondes à Vancouver, Montréal et Toronto, et lors de réunions individuelles avec les entreprises. Nos consultations portaient sur une variété de thèmes, y compris le lancement de la nouvelle marque Fairtrade et l'adoption de l'appellation Fairtrade Canada. Ces réunions ont été complétées par d'innombrables appels téléphoniques et courriels avec tous les intervenants ayant exprimé une opinion, le tout en vue de bénéficier de commentaires essentiels à l'amélioration du système Fairtrade.

## De meilleures communications : Fairtrade 2.0!

Fairtrade Canada a vraiment adopté la technologie en 2010, d'abord en transformant notre site Web et en publiant un nouveau bulletin électronique. Les sympathisants du commerce équitable peuvent s'abonner à certaines parties de notre site Web à l'aide de flux RSS afin de demeurer informés à la minute près. Le nouveau site web informatif offre maintenant beaucoup d'espace pour discuter, débattre et célébrer le commerce équitable. Fairtrade Canada valorise un dialogue animé, et c'est pourquoi plusieurs sections du site sont consacrées à des points de vue divergents. Nous avons également créé des outils électroniques, dont une liste plus claire et à jour des entreprises inscrites auprès de Fairtrade Canada, et l'Équi-Portail, qui permet de chercher des détaillants de produits équitables partout au Canada.

Nous avons également fait une incursion dans le monde des médias sociaux en lançant les pages Facebook et Twitter de Fairtrade Canada.



**Geneti Jio (vert), 10 ans, élève de 4e année dans une école primaire construite grâce aux primes du commerce équitable de la coopérative de café biologique et équitable de Negele Gorbitu (membre de l'union des coopératives de café Oromia), dans la région de Yirga Cheffe en Ethiopie.**

*Photo : © Éric St-Pierre*

## Le commerce équitable et nos collectivités

La croissance sans précédent du commerce équitable au Canada s'explique par le soutien qui nous est accordé par divers groupes communautaires d'un océan à l'autre. Nous leur avons fourni un appui et des ressources, et ils ont apporté l'initiative et la passion, dépassant toutes nos attentes! Les belles initiatives sont trop nombreuses pour être énumérées ici, mais en voici quelques-unes qui ont marqué l'année écoulée :

- Sous la direction d'Entraide universitaire mondiale du Canada (EUMC) et d'Ingénieurs Sans Frontières (ISF), 84 groupes à travers le Canada ont fait du porte-à-porte à l'Halloween, distribuant 70 000 chocolats équitables et de l'information pendant la campagne annuelle « Halloween Autrement ».
- Québec Équitable a mobilisé les habitants du Québec pour qu'ils distribuent 3000 cartes postales aux commerces de la région, demandant qu'ils offrent plus de produits équitables.
- Au Salon de consommation EPIC à Vancouver, en Colombie-Britannique, 91 bénévoles enthousiastes se sont joints à Fair Trade Vancouver pour coordonner un formidable pavillon du commerce équitable.
- En mai 2010, les produits équitables furent mis en vedette lors de la 3<sup>e</sup> Foire du commerce équitable de Montréal, présentée par la Société de développement commerciale de la promenade Sainte-Catherine Est et Laure Wadel à Mercier-Hochelaga-Maisonneuve, une nouvelle ville équitable.
- Le Barrie Fair Trade Working Group a célébré le nouveau statut de ville équitable de Barrie (ON) en organisant un concours de dessin pour les enfants et en distribuant gratuitement des chocolats et du café certifiés équitables à l'événement annuel « Celebrate Barrie » au parc Centennial.

## Villes équitables

La campagne Villes équitables a vraiment pris de son essor en 2010 grâce à des bénévoles dévoués qui ont constitué des comités directeurs passionnés et qui ont suscité la participation de leurs collectivités respectives partout au Canada. Ces groupes ont atteint six objectifs difficiles, dont le point culminant a été la décision de leurs conseils municipaux d'utiliser des produits certifiés équitables et d'appuyer officiellement la campagne Villes équitables. Les collectivités se sont rassemblées autour d'une cause commune, ont sensibilisé le public sur le commerce équitable et ont, à juste titre, célébré leurs réalisations extraordinaires.

<b>Nombre de villes équitables depuis 2007-2009</b>	8
<b>Nombre total de villes équitables en 2010</b>	14

### Nouvelles villes équitables en 2010 :

- Neuville (QC) - 31 mars 2010
- Mercier-Hochelaga-Maisonneuve (QC) - 19 avril 2010
- Vancouver (C.-B.) - 6 mai 2010
- Barrie (ON) - 10 mai 2010
- Sainte-Anne-de-Bellevue (QC) - 21 mai 2010
- Canmore (AB) - 6 juillet 2010

La couverture médiatique a augmenté de façon spectaculaire en 2010, autant en français qu'en anglais. Mentionnons notamment de longs articles dans *The Globe and Mail* et *La Presse*. Nous nous attendons à de plus en plus d'intérêt médiatique dans les années à venir.

## La coopération : au cœur du commerce équitable

Fairtrade Canada, l'Association des coopératives du Canada (ACC), le Conseil canadien de la coopération et de la mutualité (CCCM) et Équiterre ont lancé une campagne exceptionnelle ayant pour objectif de sensibiliser les acteurs du mouvement coopératif par rapport au commerce équitable.

Dans le cadre de cette campagne, nous visons à inciter au moins 100 coopératives, caisses d'épargne et de crédit et associations de coopératives à adopter une résolution par laquelle ils s'engageront à soutenir et à favoriser le commerce équitable, d'ici décembre 2011, la veille de l'Année internationale des coopératives en 2012.

Félicitations aux coopératives suivantes qui ont adopté une résolution sur le commerce équitable en 2010 :

- Association des coopératives du Canada (ACC)
- Fédération canadienne des coopératives de travail (FCCT)
- Planet Bean

## Groupes communautaires

Fairtrade Canada tient à remercier les sensationnels groupes communautaires qui ont travaillé inlassablement et avec une énergie débordante pour faire croître le commerce équitable au Canada, incluant :

- Tous les comités directeurs des villes équitables
- Ingénieurs sans frontières
- Entraide universitaire mondiale du Canada (EUMC)/Uniterra
- Projet Otesha
- Équiterre
- Association des coopératives du Canada (ACC)
- Conseil manitobain pour la coopération internationale (CMCI)
- Fair Trade Vancouver
- Barrie Fair Trade Working Group
- Fair Trade Kamloops
- Fair Trade Lethbridge
- Fair Trade Olds
- Fairtrade Montreal Equitable
- Revelstoke Fair Trade Society
- Québec Équitable
- Conseil canadien de la coopération et de la mutualité (CCCM)
- Katimavik
- ... et plus encore!



Erin Hay, employée de Fairtrade Canada, accompagnée de Michael Creighton et de Jason Blechta, bénévoles d'ISF, à un événement communautaire.

*Photo: Tia Loftsgard*



## Fairtrade Canada appuie les producteurs du commerce équitable

Fairtrade Canada fait de remarquables progrès dans la promotion de la représentation améliorée et des avantages accrus pour les producteurs au sein du système FLO. Le poste de directeur des relations internationales a été créé spécifiquement avec cet objectif à l'esprit.

Le Canada a noué des liens plus solides avec les groupes de producteurs aux salons BioFach et de la Specialty Coffee Association en Europe, à la conférence Fair Trade Futures à Quincy (Massachusetts), lors de la visite des fermes de producteurs de café et en participant à des réunions au Nicaragua et au Honduras. Les relations avec les réseaux de producteurs ont également été renforcées par notre présence constructive à l'Assemblée générale de la CLAC au Honduras, à l'événement Global Coffee au Nicaragua, ainsi qu'au forum et à l'assemblée générale de Fairtrade Afrique au Zimbabwe. Toutes ces rencontres nous ont permis de connaître les priorités des différents producteurs et d'ajuster notre action au Canada en conséquence. Elles nous ont également permis de parler directement avec les groupements de producteurs au sujet des opportunités qui se présentent dans le marché canadien.



Des représentants des initiatives de labellisation aux côtés d'employés de FLO et de producteurs de café au Nicaragua en mars 2010.

*Photo : Fairtrade Allemagne*

Nous avons pu incorporer cette meilleure connaissance des besoins et objectifs des producteurs aux positions maintenues par Fairtrade Canada auprès de FLO. Fairtrade Canada demeure présente au niveau international, lors des réunions des comités des licences et des contrats, ainsi que des initiatives de labellisation de FLO ainsi qu'à son assemblée générale. De plus, Fairtrade Canada a parrainé des représentants de l'Afrique du Sud, du Mexique et de l'Amérique du Sud afin de les permettre de participer à des réunions au Canada ou à assister à des événements de FLO.

Fairtrade Canada poursuit ses contributions à la mise sur pied d'une Initiative Fairtrade au Brésil, dans l'optique de développer son marché domestique de produits certifiés équitables. Le processus a commencé en 2008, mais c'est en 2010, à une réunion clé impliquant plus de 50 groupes de producteurs, des organismes de la société civile, des agences gouvernementales ainsi que des acteurs du système Fairtrade, incluant Fairtrade Canada, qu'un projet commun fut fixé. Une prochaine réunion à la ville de Mossoro a éclairci les rôles et responsabilités des initiatives de commercialisation nationales au sein du système Fairtrade, afin d'assurer la bonne compréhension de toutes les parties prenantes.

Les producteurs membres de la CLAC et Hugues Tshibemba (extrême droite), de Fairtrade Canada, visitent la coopérative de café COAGRICSAL au Honduras.

*Photo : Shannon Sutton*



*Fairtrade Canada est profondément reconnaissante envers toutes les entreprises enregistrées à travers le pays pour leur engagement et leur mobilisation.*

## Fairtrade Canada et les entreprises canadiennes

### Programme de Partenaires promotionnels

Nous avons lancé notre programme de partenaires promotionnels en 2010, afin de développer des relations constructions avec les détaillants et distributeurs de produits certifiés équitables partout au Canada. Les partenaires promotionnels aident à promouvoir le commerce équitable dans leurs ventes au détail, aux événements publics ou en mobilisant les médias. Par le biais du programme ils sont tenus informés des possibilités de marketing, du matériel promotionnel et de la recherche sur les consommateurs. Ce programme sera développé davantage en 2011.

### Transition à la marque Fairtrade

La transition vers l'emploi de la marque de certification internationale Fairtrade (et notre nouveau nom et « look ») a débuter en 2010, en commençant par des consultations approfondies avec plusieurs de nos parties prenantes. En coulisses, ceci impliquait le développement de contrats mis à jours pour tous nos clients, la mise à jour de nos politiques, et la participation à de multiples consultations internationales avec FLO quant aux nouveaux standards, aux politiques particulières aux catégories de produits et à la réglementation entourant l'utilisation de la marque.

Selon la recherche entreprise en 2010 auprès des consommateurs, la familiarité avec l'ancienne marque de certification (noir & blanc) avait atteint 27% parmi les Canadiens et Canadiennes, tandis que la familiarité avec la nouvelle marque (colorée) était à 15%. La connaissance de notre point de départ nous a permis de bâtir la plateforme pour l'introduction progressive de la marque Fairtrade en 2010, suivie par un lancement en douceur en 2011. De la recherche effectuée en 2011 démontre une équivalence des taux de familiarité des deux marques de certification. Notre objectif est l'adoption complète par les entreprises de la marque Fairtrade en 2012, et de poursuivre nos efforts afin de s'assurer que les consommateurs soient pleinement conscients de la nouvelle marque et de ce qu'elle représente.

Nombre de compagnies enregistrées	2010
Nouveaux détenteurs de licence et commerçants	15
Détenteurs de licence	220
Commerçants	11

## Articles promotionnels

Fairtrade Canada a distribué gratuitement aux entreprises et sympathisants de tous les coins du pays des articles promotionnels d'une valeur de 28 955 \$ afin de soutenir la sensibilisation au commerce équitable.

## Lancement de nouvelles catégories de produits

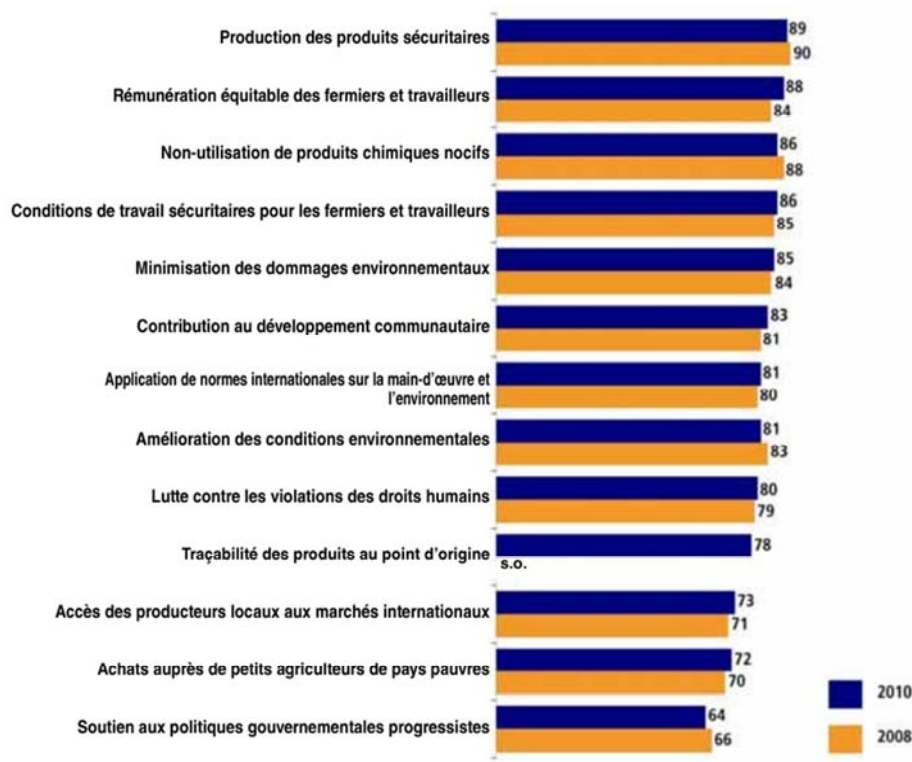
Huile d'olive certifiée équitable (Aide médicale pour la Palestine) et première barre chocolatée (candy bar) certifiée équitable (Cadbury Adams Canada)



## Recherche auprès des consommateurs

Chaque année, Globescan, une compagnie de recherche, effectue un sondage auprès de Canadiens et Canadiennes pour évaluer leur attitudes vis-à-vis le commerce certifié équitable. Les résultats du sondage effectué en 2010 sont révélateurs et encourageants. Par exemple :

*Globescan a demandé à des consommateurs canadiens de mentionner un certain nombre de facteurs qu'ils considèrent par rapport aux entreprises qui font affaires avec des pays en voie de développement. Ce graphique montre le pourcentage de personnes ayant déclaré qu'un facteur était « important ». Source : Globescan*



« Les Canadiens continuent d'avoir des attentes élevées à l'égard des entreprises qui font affaires avec des pays pauvres, en particulier sur les exigences de sécurité (produire de produits sûrs, éviter l'utilisation de produits chimiques nocifs, fournir des conditions de travail sécuritaires). Même s'ils s'inquiètent du prix des produits alimentaires, les Canadiens continuent de se soucier de la rémunération équitable des agriculteurs. Ils pensent également qu'il est important pour les entreprises de limiter les dommages environnementaux dans la production. »

Pour plus d'informations: <http://fairtrade.ca/fr/a-propos/faits-et-statistiques>

## Fiabilité du système

Le processus de certification de Fairtrade Canada est devenu plus efficace en 2010. Ayant effectué la vérification physique de tous les importateurs et détenteurs de licence au cours des deux années précédentes, Fairtrade Canada comprend mieux les risques, avantages et coûts réels associés à l'harmonisation de notre système de certification avec les standards ISO65 de FLO-Cert. Les producteurs et plusieurs initiatives européennes de labellisation se conforment déjà à ces standards. En plus, l'augmentation du nombre de vérifications physiques augmente la confiance accordée à la marque de certification Fairtrade et au système qu'elle représente.

En 2010, l'équipe de certification de Fairtrade Canada a réalisé 88 audits, prenant en moyenne 33 jours pour en faire le traitement.

## Utilisation des droits de licence facturés aux entreprises

<b>Coûts de contrôle et certification (y compris les droits payés à FLO) en % des frais de licence</b>	42,1 %
<b>Coûts de FLO en % des frais de licence</b>	24,5 %

En 2010, 42,1 % des frais payés à Fairtrade Canada ont été consacrés à la certification et au financement de Fairtrade International (FLO) et de FLO-CERT. FLO-CERT est un organisme international autonome qui fournit des services de certification à des clients (producteurs et négociants) dans plus de 70 pays, la majorité étant des producteurs Fairtrade dans les pays en voie de développement. FLO International établit les standards du commerce équitable et soutient les producteurs de diverses façons. Le soutien des producteurs est le mandat de l'unité des services aux producteurs (PSRU) de FLO, composée d'une équipe vouée à travailler avec les organisations de producteurs pour améliorer leur compréhension du système Fairtrade et les soutenir dans le respect des standards Fairtrade.

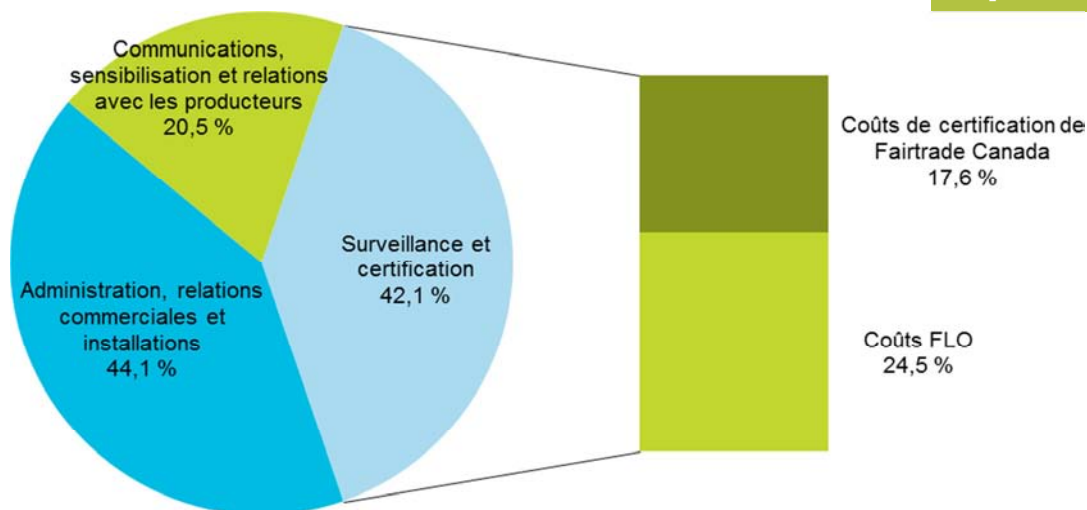
Le fonds des producteurs de FLO a attribué 239 386 € en subventions à la certification des producteurs en 2010.

Les cotisations des membres, tel que Fairtrade Canada, ont constitué 47 % des revenus de FLO en 2010. Une part de 50 % était constituée de subventions de généreux bailleurs de fonds dont certains organismes gouvernementaux de développement international.

Fairtrade Canada est un organisme sans but lucratif enregistré entièrement financé par les frais des opérateurs. Ses états financiers vérifiés sont rendus publics chaque année. En 2010, 20,5 % des frais ont été consacrés aux communications, à la sensibilisation et aux relations avec les producteurs. Par ailleurs, 44,1 % des frais ont été attribués aux relations commerciales, aux installations et à l'administration. (Le total est supérieur à 100% en raison des pertes constatées en 2010)

L'unité des services aux producteurs de FLO (Producer support and relations unit) soutient les producteurs en :

- fournissant une formation dans les langues locales;
- offrant des conseils sur les exigences de certification;
- aidant les producteurs à accéder à de nouveaux marchés;
- facilitant les relations avec les acheteurs;
- ayant des agents de liaison qui soutiennent les producteurs sur le terrain dans près de 50 pays producteurs;
- octroyant des subventions provenant du Fonds de certification des producteurs.



# États financiers vérifiés

## TRANSFAIR CANADA INC.

### BILAN DU REVENU ET DES DÉPENSES POUR L'ANNÉE TERMINÉE DECEMBRE 31, 2010 (CAD\$)

Revenu	2010	2009
Frais de licence	\$ 1,546,142	\$ 1,662,522
Autre	\$ 32,884	\$ 32,012
Intérêts	\$ 2,480	\$ 1,689
<b>Total</b>	<b>\$ 1,581,506</b>	<b>\$ 1,696,223</b>
Dépenses		
Administration, relations commerciales et installations	\$ 681,951	\$ 662,626
Certification	\$ 651,386	\$ 602,150
Communications et développement commercial	\$ 316,927	\$ 302,621
<b>Total</b>	<b>\$ 1,650,264</b>	<b>\$ 1,567,397</b>
Revenu net (Dépenses) pour l'année		
<b>Total</b>	<b>(\$ 68,758)</b>	<b>\$128,826</b>

Vérification indépendante par by McCay Duff LLP Comptables Agréés

Pour des états financiers plus détaillés, veuillez s'il-vous-plaît consulter: <http://fairtrade.ca/finances2010>

# Conseil d'administration et bénévoles

*Merci à tous nos bénévoles!*

## Conseil d'administration - 2010

**Harry Cook** – Trésorier, président du Comité d'audit et des finances

**Nettie Cronish** – Membre du Comité des ressources humaines

**Eric Denhoff** – Membre du Comité d'audit et des finances

**John Kay** – Président du Conseil, membre du Comité d'audit et des finances, membre du Comité des ressources humaines

**Vincent Lagacé** – Membre du Comité d'audit et des finances

**Nick Orton** – Membre du Comité des ressources humaines

**Stephanie Wells** – Présidente du Comité des ressources humaines

## Bénévoles - 2010

**Sebastien Dube**

**Sylvie Goneau**

**Cynthia Goneau-Clarke**

**Mika Labreque**

**Cesar Navarro**

**Kelleigh Ryan**

**Meagan Simpson-Law**

**Matt Smith**

**Andreane Werbrouck Valade**

**Josianne Werbrouck Valade**

**Steve Wypych**



*Photo: Tia Loftsgard*