



Industries

Lassonde inc.

Assemblée annuelle de Industries Lassonde inc.

15 mai 2012

Résultats financiers de l'exercice 2011 et du
premier trimestre 2012

Faits saillants – Année 2011 : Résultats

En millions \$

(sauf le BPA)

	Exercices terminés les			% Δ 11 vs 10	% Δ 10 vs 09
	31 décembre				
	2011 (IFRS)	2010 (IFRS)	2009 (PCGR)		
Ventes	760,3	536,2	524,2	41,8%	2,3%
Résultat d'exploitation	60,3	50,2	47,4	20,3%	5,8%
<i>Résultat d'exploitation / Ventes</i>	7,9%	9,4%	9,0%		
Résultat net	34,6	32,0	30,6	8,1%	4,5%
Résultat net attribuable aux actionnaires	34,5	32,0	30,6	7,8%	4,5%
BAIIA (EBITDA)	83,4	66,7	64,2	25,2%	3,8%
Résultat par action (BPA)	5,12	4,86	4,62	5,3%	5,2%

Faits saillants – Année 2011 : Résultats

- Ventes de 760,3 M \$, ↑ 224,1 M \$ vs 536,2 M \$ en 2010 :
 - Ventes de CPC de 178,6 M \$ à partir du 12 août 2011;
 - Ventes des entités canadiennes en hausse de 8,5 % s'explique par une bonne performance du secteur des ventes au détail;
 - Impact défavorable de 1,8 M \$ du taux de change sur les ventes libellées en dollars américains;

- Résultat d'exploitation de 60,3 M \$, ↑ 20,3 % ou 10,1 M \$ versus 2010 (↑ 2,4 M \$ sans les effets de l'acquisition) :
 - Résultat d'exploitation de CPC avant les frais liés à l'acquisition : 17,1 M \$;
 - Frais liés à l'acquisition totalisent 9,3 M \$ (dont 6,4 M \$ dans CPC);
 - Croissance du coût des ventes plus rapide que les ventes due à :
 - ⇒ Impact défavorable de plus de 23 M \$ provenant du coût des concentrés compensé en partie par...
 - ⇒ Un taux de change favorable sur les achats payés en dollars américains qui a réduit le coût des ventes de 12 M \$;

Faits saillants – Année 2011 : Résultats

- Frais financiers à 13,9 M \$ vs 4,6 M \$ en 2010, ↑ de 9,3 M \$:
 - La hausse est entièrement attribuable aux financements liés à l'acquisition de CPC;
- Impôts sur le résultat au taux effectif de 25,4 % pour 2011 par rapport à un taux effectif de 29,2 % en 2010 :
 - La baisse s'explique par une répartition géographique favorable en 2011 par rapport à 2010;
- Résultat net attribuable aux actionnaires de 34,5 M \$ (↑ 7,8 %) vs 32,0 M \$ en 2010 tandis que le BPA atteint 5,12 \$ vs 4,86 \$ en 2010.

Faits saillants – Année 2011 : État de la situation financière

En millions \$

	Aux 31 décembre			% Δ	% Δ
	2011 (IFRS)	2010 (IFRS)	2009 (PCGR)	11 vs 10	10 vs 09
Fonds de roulement	137,5	132,1	109,7	4,1%	20,4%
Immobilisations corporelles	237,5	149,8	144,6	58,5%	3,6%
Actif total	798,0	368,9	345,2	116,4%	6,8%
				\$ Δ	
Dette nette				11 vs 10	
Dette à long terme	312,5	79,6	78,8	232,9	
Portion à court terme (dette L.T.)	6,8	1,0	1,4	5,8	
Dette bancaire	15,7	-	-	15,7	
Découvert bancaire	8,0	-	-	8,0	
Moins: - trésorerie et équivalents	-	(40,9)	(20,5)	40,9	
- placement à court terme	(2,0)	(2,0)	-	-	
	341,0	37,7	59,7	303,3	
Dette nette / Actif total	42,7%	10,2%	17,3%		



Industries

Lassonde inc.

Année 2011 – Analyse des flux de trésorerie disponibles

En millions \$

	Exercices terminés		Variation 2011-2010
	les 31 décembre 2011	2010	
<u>Flux de trésorerie disponibles</u>			
Résultat net	34,6	32,0	2,6
Ajustements			
Amortissements	23,1	16,5	6,6
Régimes de retraite et autres	(4,3)	(0,1)	(4,2)
Variation du fonds de roulement	(7,6)	3,7	(11,3)
Fonds générés par l'exploitation	45,8	52,1	(6,3)
Dividendes versés	(8,1)	(7,5)	(0,6)
Acquisition d'immo. corporelles et incorporelles	(19,5)	(19,1)	(0,4)
Acquisition d'une entreprise	(392,9)	-	(392,9)
Flux de trésorerie disponibles	(374,7)	25,5	(400,2)
<u>Utilisés (Financés) comme suit :</u>			
Réduction (augmentation) de la dette nette *	(292,9)	24,1	(317,0)
Participation ne donnant pas le contrôle	(15,9)	-	(15,9)
Autres éléments participatifs long terme	(35,8)	-	(35,8)
Émission d'actions	(30,2)	-	(30,2)
Rachat d'actions	0,1	1,4	(1,3)
	(374,7)	25,5	(400,2)

* Avant effet de change sur la dette

Faits saillants – Premier trimestre 2012

En millions \$
(sauf le BPA)

Premiers trimestres terminés les

	31 mars 2012	2 avril 2011	% Δ 12 vs 11	\$ Δ 12 vs 11
Ventes	233,4	133,0	75,5%	100,4
Résultat d'exploitation	13,2	10,6	24,4%	2,6
<i>Résultat d'exploitation / Ventes</i>	5,6%	8,0%		
Résultat net attribuable aux actionnaires	5,6	6,7	-16,7%	(1,1)
BAIIA (EBITDA)	21,0	14,8	42,3%	6,2
Résultat par action (BPA)	0,80	1,03	-22,3%	

Aux

	31 mars 2012	31 déc. 2011	\$ Δ 12 vs 11
Dette nette			
Dette à long terme (incluant portion C.T.)	312,3	319,3	(7,0)
Dette bancaire et découvert bancaire	19,6	23,7	(4,1)
Moins :			
- trésorerie et équivalents	-	-	-
- placement à court terme	(2,0)	(2,0)	-
	329,9	341,0	(11,1)

Faits saillants – Premier trimestre 2012

- Ventes de 233,4 M \$, ↑ 100,4 M \$ vs 133,0 M \$ en 2011 :
 - Ventes de CPC de 97,2 M \$;
 - Ventes des entités canadiennes en hausse de 2,4 % s'explique par :
 - ⇒ Augmentations de prix de vente rendues nécessaires par la hausse du coût des matières premières...
 - ⇒ En partie annulées par une légère baisse de volume et des frais de référencement en hausse de 1,4 M \$;

- Résultat d'exploitation de 13,2 M \$, ↑ 24,4 % ou 2,6 M \$ vs 2011 :
 - Contribution de CPC de 6,3 M \$;
 - Baisse de la contribution des entité canadiennes de 3,7 M \$ est attribuable aux éléments suivants :
 - ⇒ Hausse de 1,4 M \$ des frais de référencement;
 - ⇒ Hausse de 4,2 M \$ du coût des concentrés et des plastiques;
 - ⇒ Hausse des frais de transport;

Faits saillants – Premier trimestre 2012

- Frais financiers à 4,4 M \$ vs 1,0 M \$ en 2011, ↑ de 3,4 M \$:
 - La hausse est entièrement attribuable aux financements liés à l'acquisition de CPC;
- Impôts sur le résultat au taux effectif de 25,4 % pour T1-2012 par rapport à un taux effectif de 29,1 % en 2011 :
 - Le taux de 2012 représente le taux moyen effectif annuel selon nos hypothèses courantes de profitabilité par territoire;
- Résultat net attribuable aux actionnaires de 5,6 M \$, ↓ 1,1 M \$ vs 6,7 M \$ en 2011 tandis que le BPA atteint 0,80 \$ vs 1,03 \$ en 2011;
- Sans les frais de référencement, le résultat net attribuable aux actionnaires de T1-2012 aurait été similaire à celui de 2011.



Dividende et perspectives pour l'exercice 2012

➤ Dividende :

- Dividende trimestriel de 0,31 \$ par action (payable le 15 juin pour T1);
- Hausse de 3,3 % par rapport à 2011;
- Sur une base annualisée, environ 25 % du résultat net attribuable aux actionnaires de 2011;

➤ Perspectives :

- Au Canada: Niveau de ventes des entités canadiennes légèrement supérieur au 581,7 M \$ (sans CPC) de 2011;
- CPC: Niveau de ventes de 2012 légèrement supérieur à celui de la période de 12 mois se terminant le 1^{er} octobre 2011 mais un niveau de BAIIA légèrement inférieur. Rappelons ici que :
 - ⇒ BAIIA ajusté 12 mois au 1^{er} octobre 2011: 58 M \$ US;
 - ⇒ Ventes 12 mois au 1^{er} octobre 2011: 400 M \$ US.

INDUSTRIES LASSONDE INC.

Présence nord-américaine élargie



Industries
Lassonde inc.

L'entreprise

Industries Lassonde inc.

Ventes 2011: 760,3 millions \$

Industries Lassonde inc. développe, fabrique et commercialise des produits alimentaires distinctifs.

A. Lassonde inc.

Le leader canadien dans le développement, la fabrication et la commercialisation de jus et de boissons de fruits.

Clement Pappas and Company, Inc.

Leader américain dans le développement, la fabrication et la commercialisation de jus et de boissons de fruits de marques privées.



Spécialités Lassonde inc.

Développe, fabrique et commercialise des produits alimentaires de spécialités.

Vins Arista

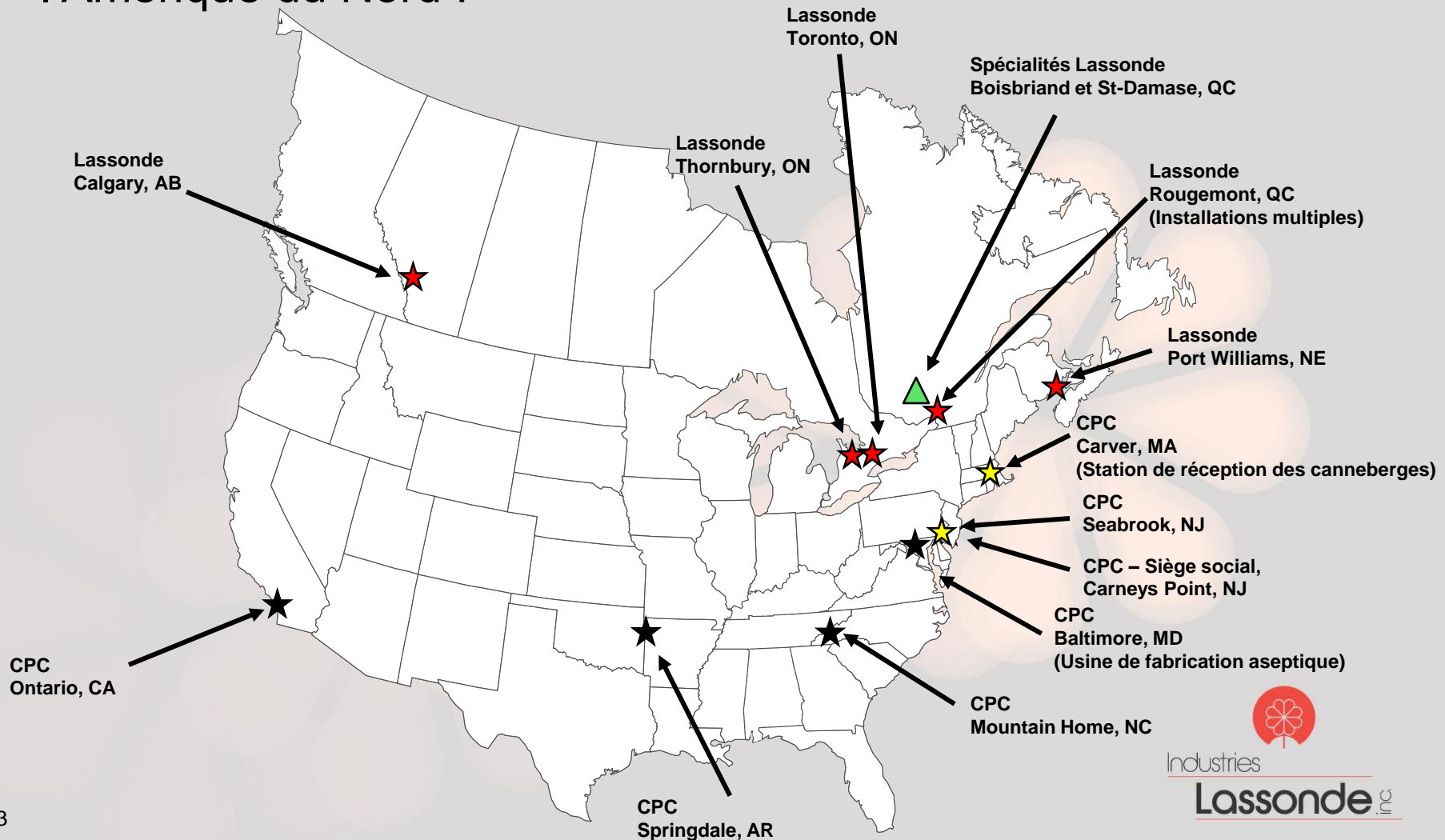
Se spécialise dans la commercialisation de vins dans des emballages écologiques novateurs du nom de Vinopak.



Industries
Lassonde inc.

Une présence nord-américaine

- Nos 14 usines et installations stratégiquement situées nous permettent d'optimiser le service aux clients sur l'ensemble de l'Amérique du Nord :



Structure du marché canadien

- L'industrie des jus et boissons de fruits prêts à boire est un marché d'environ 1,8 milliard \$ réparti comme suit :
 - 1,5 milliard \$ de ventes aux épiceries;
 - 0,3 milliard \$ de ventes aux services alimentaires;
- L'industrie des soupes, huiles, sauces, sauces pour pâtes et bouillons est un marché d'environ 0,9 milliard \$;
- L'industrie des vins au Québec est un marché de 3,0 millions de caisses équivalentes 12 X 1L en épiceries ou 0,4 milliard \$.

Le marché canadien : Nos clients

- Les détaillants en alimentation et les grandes surfaces :
 - Loblaws, Sobeys, Métro, Walmart et Costco contrôlent 72,1 % du marché canadien de l'épicerie. Le marché des détaillants alimentaires est donc très concentré;



- Les services alimentaires :
 - Sysco, GFS et Colabor sont des distributeurs importants au niveau des services alimentaires. Ils desservent les hôtels, le marché institutionnel et les restaurants incluant les grandes chaînes de restauration.



Structure du marché américain

- L'industrie des jus et boissons de fruits aux États-Unis représente un marché de 14,0 milliards \$;
- Les 10 plus grands détaillants contrôlent 56% du marché de l'alimentation :

Marché plus fragmenté

Détaillants nationaux		
	Ventes (en milliards \$ US)	%
Walmart/Sam's Club	188,8	24,2
Kroger	65,7	8,8
Costco	39,9	5,3
Supervalu	31,7	4,2
Safeway	31,5	4,2
Target	24,8	3,3
7-Eleven	15,9	2,1
Dollar General	11,8	1,6
Whole Foods	8,7	1,2
Trader Joe's	8,0	1,1
Total	426,8	56,0

Le marché américain : Nos clients

- Vend à 47 des 50 plus importants détaillants alimentaires américains;
- Clientèle diversifiée dans plusieurs canaux et segments de vente;
- Solides relations s'appuyant sur une connaissance approfondie du marché et l'écoute des besoins des clients.

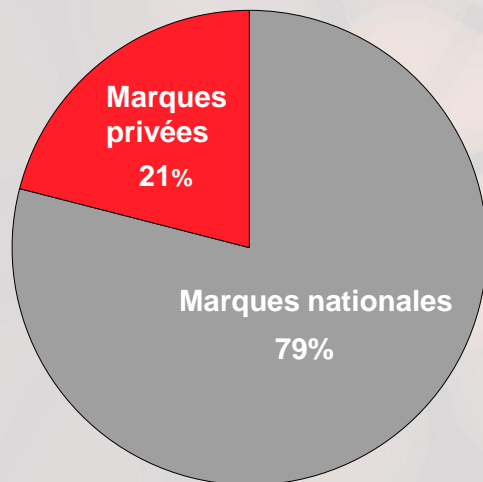
		Catégories de clients							
Clients types	Épicerie	Magasin à un dollar	Pharmacie	Club	Grande surface	Aliment naturel	Service alimentaire	Offre limitée	« Co-Pack »
		    	  	 	 	  	  	   	  



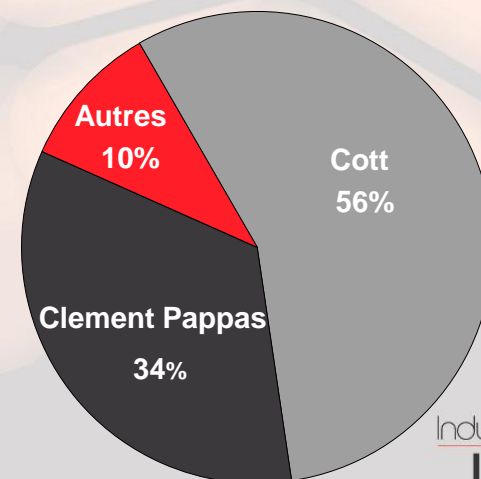
Le marché américain : Jus et boissons de fruits non réfrigérés

- Marché des marques privées est estimé à 1,1 milliard \$ US, ce qui représente 21% du marché des jus à conservation ambiante et des boissons non-gazeuses estimé à 5,2 milliards \$ US;
- CPC est l'un des deux grands acteurs dans la catégorie des jus de marque privée avec Cott (Cliffstar);
- Le marché américain des détaillants est plus fragmenté que le marché canadien.

Jus et boissons de fruits (tablette)
aux É.-U. : 5,2 milliards \$ US



Jus et boissons de fruits (tablette) :
Marques privées aux É.-U. : 1,1 milliard \$ US



L'environnement concurrentiel



sans nom[®]



Les principaux enjeux

- Consolidation de la clientèle nord-américaine;
 - Target au Canada;
 - Présence nord-américaine de Costco, GFS, Sysco et Walmart;
- Évolution rapide des habitudes de consommation;
 - Préoccupation santé;
 - Diversité démographique;
 - Population vieillissante;
- Faible croissance de la consommation per capita des jus et boissons de fruits en Amérique du Nord;
 - Besoin d'innovation;
- Volatilité du coût des matières premières.

Stratégie d'entreprise

Offrir aux consommateurs le bon produit dans le bon format

Consolider

Prioriser les produits santé

Innover

Favoriser le développement durable

Stratégie d'entreprise – Consolider et innover

- Notre priorité 2012 est d'optimiser les effets de l'acquisition de CPC mais Lassonde demeure à l'affût d'opportunités pour :
 - Maintenir la masse critique afin de continuer à être pertinent auprès de ses partenaires d'affaires;
 - Bien se positionner dans un marché de l'alimentation de plus en plus nord-américain;

- L'innovation permet à Lassonde de réagir rapidement aux changements affectant son positionnement compétitif :
 - Notre capacité d'innover repose essentiellement sur notre savoir-faire i.e. notre bonne connaissance de l'environnement concurrentiel, des technologies alimentaires et des denrées;
 - Lassonde maintient un climat favorable à la rétention des ressources humaines car celles-ci représentent son meilleur atout pour faire face à l'évolution rapide des marchés.

Innover



Prioriser les produits santé



Favoriser le développement durable

➤ Vision :

Industries Lassonde inc. s'engage à être parmi les leaders en matière de développement durable en démontrant à nos parties prenantes que nos pratiques sont respectueuses pour l'environnement et la société, et que nos produits contribuent à la santé et au bien-être des consommateurs.

➤ Objectifs :

- Démontrer notre leadership en matière de performances environnementales de nos opérations;
- Intégrer le développement durable à notre démarche d'innovation;
- Faire connaître nos réalisations en matière de développement durable;
- Créer un cadre favorisant la rétention et l'embauche du personnel;

Favoriser le développement durable

- Engagements relatifs à nos trois enjeux majeurs :
 - Emballage : Utiliser les emballages de façon responsable;
 - Eau : Réduire la consommation d'eau dans nos procédés;
 - Santé : Promouvoir la santé chez nos employés et au sein des collectivités;

- Autres initiatives :
 - Réduire l'empreinte carbone;
 - Réduire les déchets envoyés à l'enfouissement;
 - Développer une politique d'approvisionnement responsable;
 - Favoriser des projets de développement axés sur l'aide communautaire dans nos réseaux d'approvisionnement.

Stratégie d'entreprise – Priorités pour 2012

- Maintenir nos marges dans un environnement de haute volatilité des prix des matières premières;
- Optimiser les effets de l'acquisition de CPC :
 - Maximiser les synergies d'achats et les synergies de ventes entre Clement Pappas & Company, Inc. et A. Lassonde inc;
 - Sécuriser le capital humain à tous les niveaux;
- Récolter les bénéfices de notre masse critique tout en maintenant notre vitesse d'exécution;
- Prioriser un remboursement rapide des dettes;
 - Les solutions demandant peu de capital seront favorisées;
- Procéder au lancement de plusieurs nouveaux produits;
 - Pour stimuler la consommation.



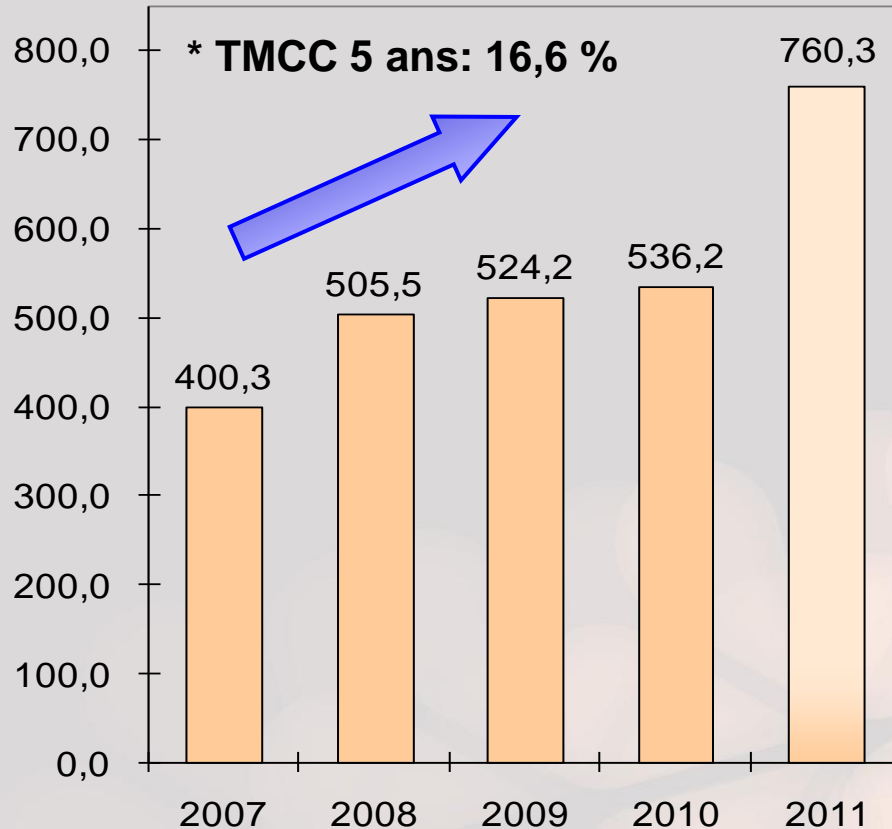
Industries

Lassonde inc

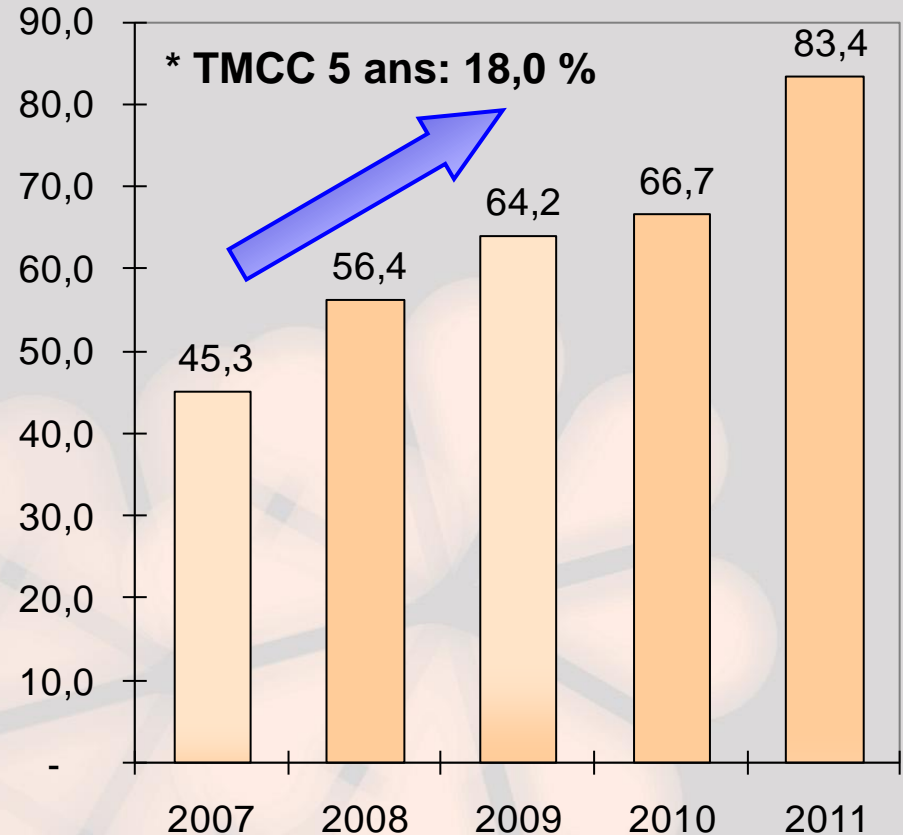
Évolution de notre performance financière

Principales données financières 5 ans

Ventes (en millions \$)



BAlIA (en millions \$)



Marché canadien TMCC 5 ans :

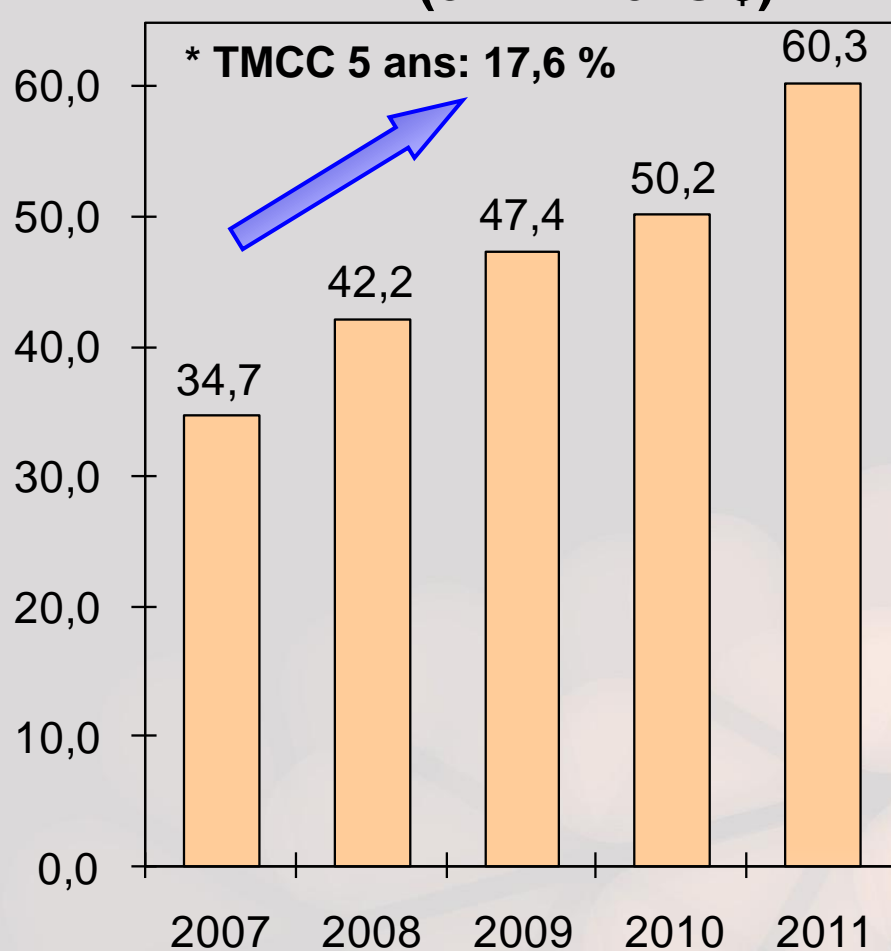
Jus et boissons de fruits = 0,8 % Marché de détail = 3,1 %

Les données financières de 2010 ont été retraitées suite à l'adoption des IFRS. Les données d'avant 2010 sont présentées sous les PCGR canadiens.

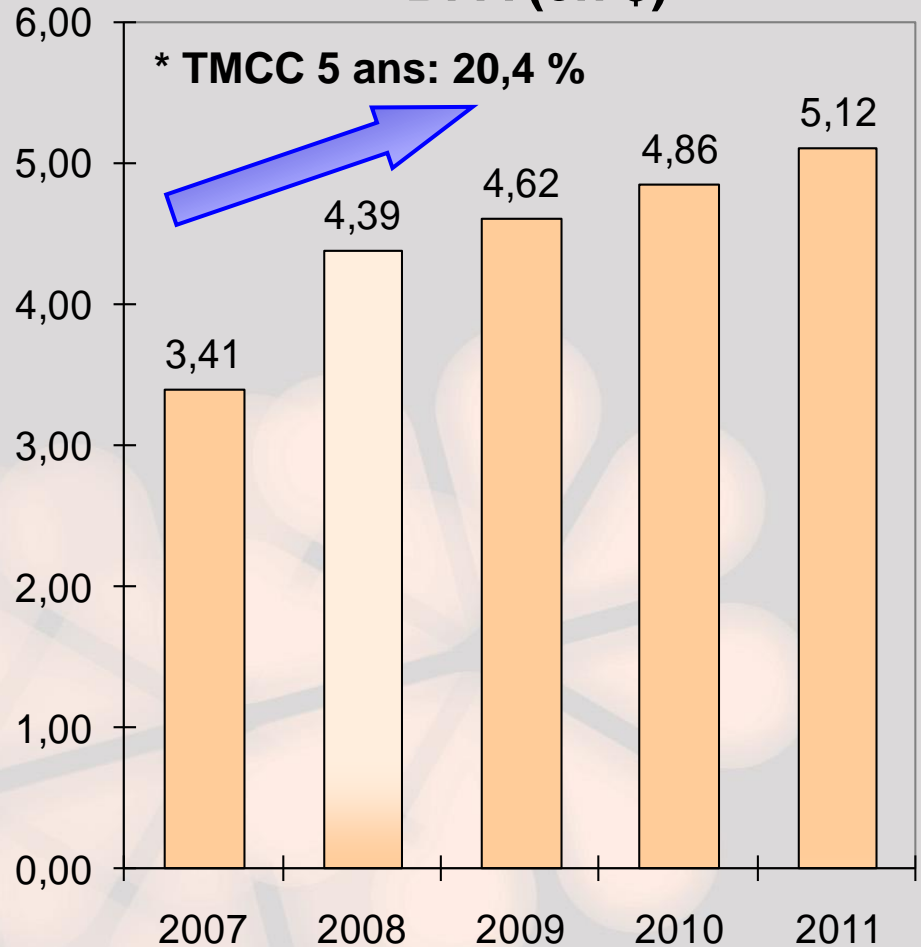
29 * Taux moyen composé de croissance

Principales données financières 5 ans

BAII (en millions \$)



BPA (en \$)



Les données financières de 2010 ont été retraitées suite à l'adoption des IFRS. Les données d'avant 2010 sont présentées sous les PCGR canadiens.

30 * Taux moyen composé de croissance

Notre futur

Être près des consommateurs
et de nos clients

Donner un service répondant
aux attentes de nos clients

**Continuer à
innover**

Continuer de faire aussi bien
dans le futur que par le passé

Réaliser les bénéfices de notre
acquisition tant au niveau des
gammes de produits que des
économies d'échelle



Industries

Lassonde inc.

Assemblée annuelle de Industries Lassonde inc.

15 mai 2012

Résultats financiers de l'exercice 2011 et du
premier trimestre 2012