



ASSEMBLÉE ANNUELLE DE INDUSTRIES LASSONDE INC.

14 MAI 2013

Résultats financiers de l'exercice 2012 et du premier trimestre de 2013



Industries

Lassonde.inc

MISE EN GARDE

Cette présentation ne constitue pas un prospectus, une notice d'offre, une publicité ou un appel public à l'épargne et ne saurait en aucun cas être interprétée comme tel. Aucune autorité en valeurs mobilières n'a approuvé ou désapprouvé cette présentation et aucune autorité ou commission ne s'est prononcée sur son exactitude ou son caractère adéquat. Quiconque donne à entendre le contraire commet une infraction.

Cette présentation a été préparée par Industries Lassonde inc. uniquement afin de permettre aux parties intéressées d'évaluer l'opération. Elle n'est pas exhaustive et ne contient pas toute l'information qu'un lecteur pourrait souhaiter posséder pour évaluer l'opération. Bien qu'elle estime que l'information contenue dans cette présentation est exacte, Industries Lassonde inc. décline expressément toute responsabilité à l'égard des pertes, des réclamations ou des dommages de quelque nature que ce soit découlant de l'information contenue dans cette présentation ou dans toute communication écrite ou verbale transmise à une partie intéressée dans le cadre de son évaluation ou découlant d'une omission dans la présentation ou une telle communication. L'information contenue dans cette présentation n'est pas destinée à servir de fondement à une décision de placement. Le lecteur doit s'en remettre à son analyse indépendante. En outre, aucun des énoncés contenus dans cette présentation ne constitue ni ne saurait être interprété comme une déclaration ou une garantie faite ou donnée par Industries Lassonde inc. et les membres du même groupe qu'elle. L'information provenant de sources tierces est tirée de sources qui sont jugées fiables, mais elle n'a pas été vérifiée de manière indépendante par Industries Lassonde inc.

Lorsqu'ils examinent l'information concernant le rendement antérieur contenue dans les présentes, les lecteurs doivent être conscients que le rendement passé n'est pas nécessairement représentatif des résultats futurs, et rien ne garantit que Industries Lassonde inc. réalisera des résultats comparables. Une partie de l'information contenue dans les présentes constitue des énoncés prospectifs ou de l'information prospective ou est fondée sur des énoncés prospectifs ou de l'information prospective. Industries Lassonde inc. estime que ces énoncés et cette information reposent sur des estimations et des hypothèses raisonnables. Toutefois, les énoncés prospectifs sont de par leur nature incertains, et certains facteurs pourraient faire en sorte que les événements ou les résultats diffèrent de ceux envisagés. Par conséquent, il ne faut pas se fier sans réserve aux énoncés prospectifs et à l'information prospective.

Cette présentation ou la remise de celle-ci à une partie ne constitue pas une offre de vente ni la sollicitation d'une offre d'achat de titres ou d'actifs de Industries Lassonde inc. ou d'un membre du même groupe qu'elle, et cette présentation ne saurait être interprétée comme une indication qu'aucun changement n'est survenu dans les affaires de Industries Lassonde inc. depuis la date des présentes.

FAITS SAILLANTS – ANNÉE 2012

Résultats

En millions \$ (sauf le BPA)	Exercices terminés les 31 décembre			% Δ	% Δ
	2012	2011	2010	12 vs 11	11 vs 10
Ventes	1 022,2	760,3	536,2	34,5 %	41,8 %
Résultat d'exploitation	85,5	60,3	50,2	41,7 %	20,3 %
<i>Résultat d'exploitation / Ventes</i>	8,4 %	7,9 %	9,4 %		
Résultat net	45,0	34,6	32,0	30,2 %	8,1 %
Résultat net attribuable aux actionnaires	43,9	34,5	32,0	27,5 %	7,8 %
BAIIA (EBITDA)	115,9	83,4	66,7	38,9 %	25,2 %
Résultat par action (BPA)	6,29	5,12	4,86	22,9 %	5,3 %

FAITS SAILLANTS – ANNÉE 2012

Résultats (suite)

- Ventes de 1 022,2 M\$, ↑ 261,9 M\$ vs 760,3 M\$ en 2011;
 - Ventes de CPC de 417,1 M\$ en 2012 vs 178,6 M\$ pour la période du 13 août 2011 au 31 décembre 2011, en hausse de 238,5 M\$;
 - Hausse de 4,0 % des ventes des entités canadiennes qui s'explique par une bonne performance du secteur des ventes de produits de marque nationale;
 - Augmentation de 1,4 M\$ des frais de référencement.
- Résultat d'exploitation de 85,5 M\$, ↑ 41,7 % ou 25,2 M\$ vs 2011;
 - Résultat d'exploitation de CPC de 34,4 M\$ en 2012 vs 10,6 M\$ pour la période du 13 août 2011 au 31 décembre 2011, en hausse de 23,8 M\$;
 - Gain de 1,5 M\$ réalisé sur la vente d'une usine et d'un terrain de la Société situés à Ruthven, Ontario.
- Frais financiers à 24,1 M\$ vs 13,9 M\$ en 2011, ↑ de 10,2 M\$;
 - La hausse est principalement attribuable aux financements reliés à l'acquisition de CPC.

FAITS SAILLANTS – ANNÉE 2012

Résultats (suite)

- « Autres (gains) pertes » à 2,9 M\$ vs moins de 0,1 M\$ en 2011, ↑ de 2,9 M\$:
 - En 2012, pertes de 2,6 M\$ provenant de la variation de juste valeur des swaps de taux d'intérêt liés à la dette de CPC.
- Impôts sur le résultat au taux effectif de 23,0 % pour 2012 par rapport à un taux effectif de 25,4 % en 2011 :
 - Répartition géographique favorable en 2012 par rapport à 2011;
 - Utilisation de 1,0 M\$ de pertes en capital reportées contre le gain sur cession découlant de la vente de l'usine de Ruthven.
- Résultat net attribuable aux actionnaires de 43,9 M\$ (↑ 27,5 %) vs 34,5 M\$ en 2011 tandis que le BPA atteint 6,29 \$ vs 5,12 \$ en 2011.

FAITS SAILLANTS – ANNÉE 2012

États de la situation financière

En millions \$	Aux 31 décembre			% Δ	% Δ
	2012	2011	2010	12 vs 11	11 vs 10
Fonds de roulement hors caisse	127,1	159,1	89,2	-20,1 %	78,4 %
Immobilisations corporelles	238,9	237,5	149,8	0,6 %	58,5 %
Actif total	800,0	798,0	368,9	0,2 %	116,4 %
Dette nette				\$ Δ	
				12 vs 11	
Dette à long terme	282,5	312,5	79,6	(30,0)	
Portion à court terme (dette L.T.)	12,8	6,8	1,0	6,0	
Dette bancaire	-	15,7	-	(15,7)	
Découvert bancaire	-	8,0	-	(8,0)	
Moins : - trésorerie et équivalents	(22,2)	-	(40,9)	(22,2)	
- placement à court terme	(2,1)	(2,0)	(2,0)	(0,1)	
	271,0	341,0	37,7	(70,0)	
Dette nette / Actif total	33,9 %	42,7 %	10,2 %		

FAITS SAILLANTS – ANNÉE 2012

Analyse des flux de trésorerie disponibles

En millions \$	Exercices terminés		Variation 2012-2011
	les 31 décembre 2012	2011	
Flux de trésorerie disponibles			
Résultat net	45,0	34,6	10,4
Ajustements			
Amortissements	31,6	23,1	8,5
Régimes de retraite et autres	2,2	(4,3)	6,5
Variation du fonds de roulement	22,7	(7,6)	30,3
Fonds générés par l'exploitation	101,5	45,8	55,7
Dividendes versés	(8,6)	(8,1)	(0,5)
Acquisition d'immo. corporelles et incorporelles	(24,8)	(19,5)	(5,3)
Acquisition d'une entreprise	-	(392,9)	392,9
Flux de trésorerie disponibles	68,1	(374,7)	442,8
Utilisés (financés) comme suit :			
Réduction (augmentation) de la dette nette*	68,1	(292,9)	361,0
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	(0,1)
	68,1	(374,7)	442,8

* Avant effet de change sur la dette

FAITS SAILLANTS – PREMIER TRIMESTRE 2013

Résultats

En millions \$
(sauf le BPA)

Premiers trimestres terminés les

	30 mars 2013	31 mars 2012 (retraité)*	% Δ 13 vs 12	\$ Δ 13 vs 12
Ventes	240,6	233,4	3,1 %	7,2
Résultat d'exploitation	13,8	13,3	4,3 %	0,5
<i>Résultat d'exploitation / Ventes</i>	<i>5,7 %</i>	<i>5,7 %</i>		
Résultat net attribuable aux actionnaires	5,9	5,7	3,0 %	0,2
BAIIA (EBITDA)	21,6	21,1	2,4 %	0,5
Résultat par action (BPA)	0,84	0,81	3,7 %	

Aux

	30 mars 2013	31 déc. 2012	\$ Δ 13 vs 12
Dette nette			
Dette à long terme (incluant portion C.T.)	298,2	295,2	3,0
Dette bancaire et découvert bancaire	-	-	-
Moins : - trésorerie et équivalents	(2,2)	(22,2)	20,0
- placement à court terme	(2,1)	(2,1)	-
	293,9	270,9	23,0

* Données retraitées suite à l'adoption, au 1^{er} janvier 2013, de la version modifiée de la norme IAS 19.

FAITS SAILLANTS – PREMIER TRIMESTRE 2013

Résultats (suite)

- Ventes de 240,6 M\$, ↑ 7,2 M\$ vs 233,4 M\$ en 2012 :
 - Croissance de 3,1 % expliquée par :
 - Hausse des ventes de produits de marque privée;
 - Augmentation du volume de ventes des produits de marque nationale;
 - En partie annulées par des frais de référencement supérieurs de 0,9 M\$.

- Résultat d'exploitation de 13,8 M\$, ↑ 4,3 % ou 0,5 M\$ vs 2012 :
 - Marges additionnelles générées par la croissance des ventes.

- Frais financiers à 6,4 M\$ vs 4,5 M\$ en 2012, ↑ de 1,9 M\$:
 - Variation de juste valeur d'instruments financiers rachetables au gré des détenteurs;
 - Augmentation de 0,7 M\$ en 2013 vs réduction de 1,4 M\$ en 2012;
 - Diminution de 0,5 M\$ de la charge d'intérêts.

FAITS SAILLANTS – PREMIER TRIMESTRE 2013

Résultats (suite)

- « Autres (gains) pertes » à (0,3) M\$ vs 0,8 M\$ en 2012, Δ de 1,1 M\$:
 - En 2012 :
 - Perte de 0,5 M\$ provenant de la variation de juste valeur des swaps de taux d'intérêt;
 - Perte de change de 0,3 M\$.
 - Gain de change de 0,3 M\$ en 2013.

- Impôts sur le résultat au taux effectif de 24,0 % pour T1-2013 par rapport à un taux effectif de 25,4 % en 2012 :
 - Baisse du taux qui reflète l'impact favorable de la composition géographique des différents taux d'imposition.

- Résultat net attribuable aux actionnaires de 5,9 M\$, \uparrow 3,0 % vs 5,7 M\$ en 2012 tandis que le BPA atteint 0,84 \$ vs 0,81 \$ en 2012.

● Dividende :

- Dividende trimestriel de 0,39 \$ par action (payable le 14 juin pour T1);
- Hausse de 25,8 % par rapport à 2012;
- Sur une base annualisée, environ 25 % du résultat net attribuable aux actionnaires de 2012.

● Perspectives :

- Sous réserve de facteurs externes importants, la Société demeure optimiste quant à sa capacité d'atteindre, en 2013, un niveau de ventes consolidées légèrement supérieur à celui de 2012;
- Les frais de mise en marché seront en hausse en raison d'une intense activité concurrentielle;
- La volatilité du prix des matières premières demeure un facteur important pour l'exercice 2013 :
 - Stabilisation du prix des concentrés de pomme;
 - Tendence à la hausse du prix des concentrés d'orange.



INDUSTRIES LASSONDE INC.



Maintenir la croissance
dans des marchés compétitifs

Ventes 2012 : 1 022,2 millions \$

Fonds générés par l'exploitation : 101,5 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.



Spécialités Lassonde inc.

Développe, fabrique et commercialise des produits alimentaires de spécialités.



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.

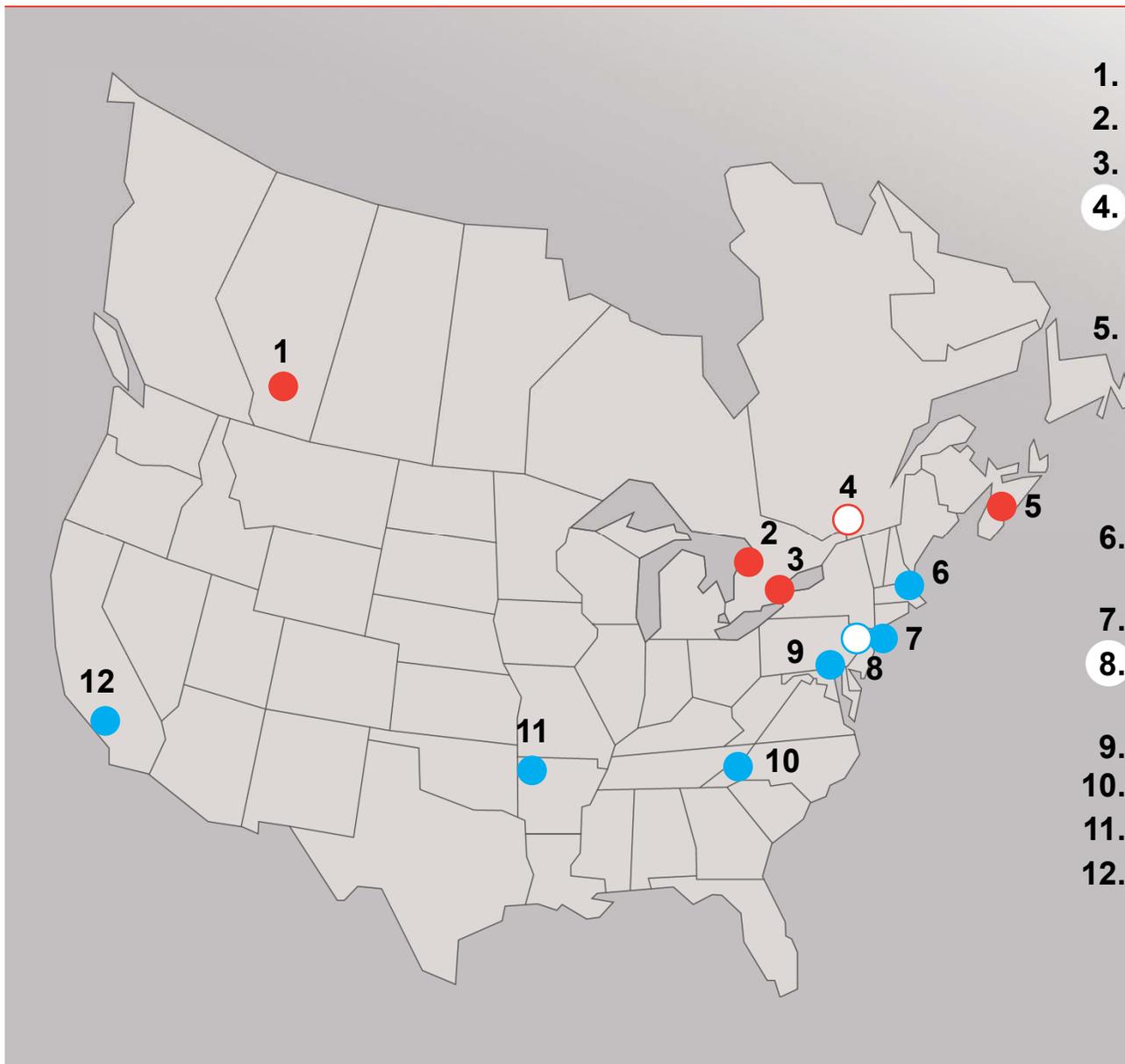


Vins Arista

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



NOS INSTALLATIONS



1. Calgary (AB)
2. Thornbury (ON)
3. Toronto (ON)
4. Rougemont, Saint-Damase, Boisbriand (QC)
(siège social et installations multiples)
5. Port Williams (N.-É.)
6. Carver (MA)
(station de réception des canneberges)
7. Seabrook (NJ)
8. Carneys Point (NJ)
(siège social)
9. Baltimore (MD)
10. Mountain Home (NC)
11. Springdale (AR)
12. Ontario (CA)

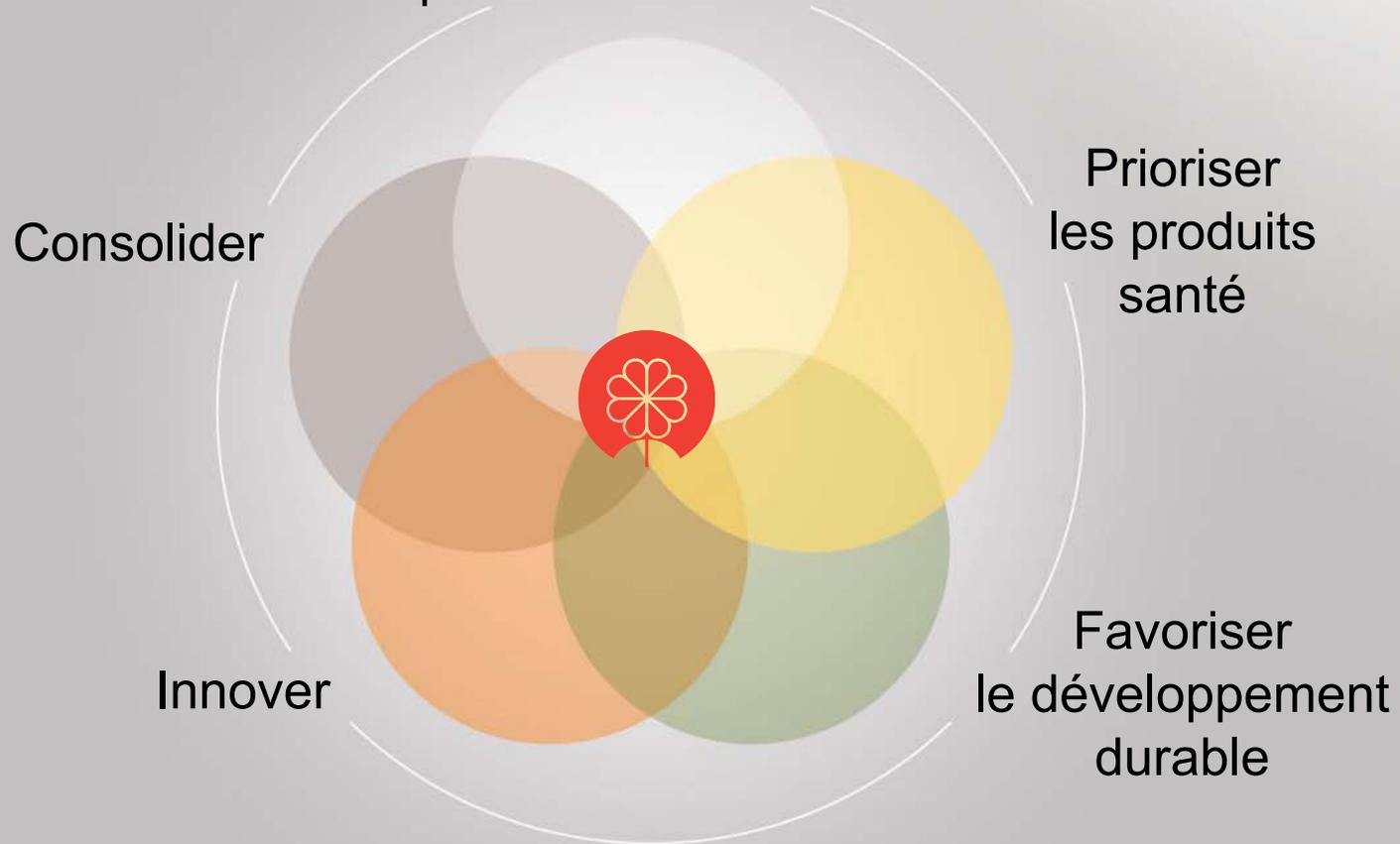
L'ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

Jus et boissons de fruits



- Consolidation de la clientèle nord-américaine;
 - Besoin de demeurer pertinent face à des clients ayant souvent des activités intégrées en Amérique du Nord.
- Prix des denrées alimentaires tributaire des variations de conditions climatiques et des fluctuations de la demande mondiale;
- Évolution rapide des habitudes de consommation;
 - Préoccupation santé;
 - Polarisation des niveaux de richesse aux É.-U.;
 - Diversité démographique et population vieillissante.
- Faible croissance de la consommation *per capita* des jus et boissons de fruits en Amérique du Nord;
 - Besoin d'innovation;
 - Compétition accrue pour des volumes en baisse.

Offrir aux consommateurs
le bon produit dans le bon format



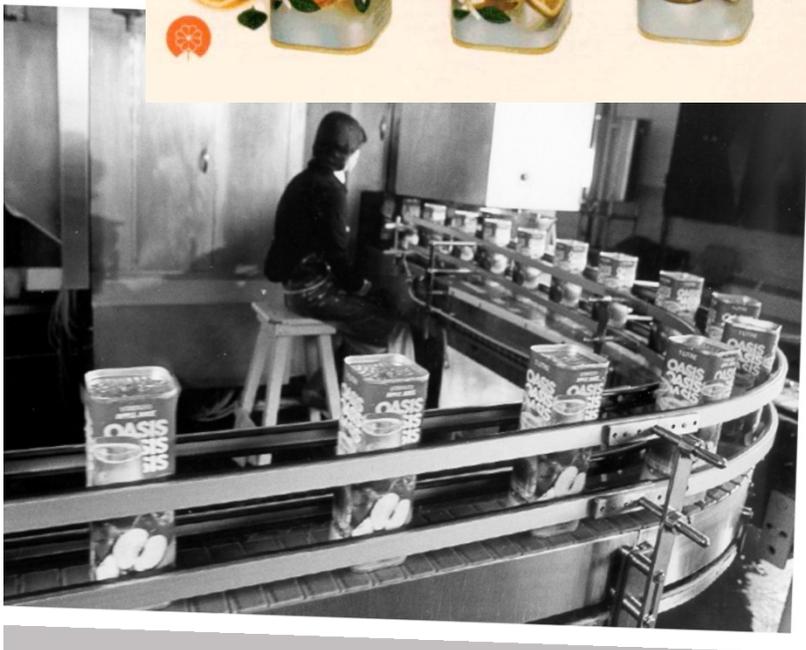
STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Innovater et prioriser les produits santé

- Pour répondre à des consommateurs qui recherchent une plus grande variété de produits mieux adaptés à leurs besoins.
- Notre vitesse d'exécution doit nous permettre d'amener ces nouveaux produits au marché avant nos concurrents.
- L'innovation peut prendre plusieurs formes dont :
 - L'offre de nouveaux types de jus de fruits;
 - L'offre de nouveaux types d'emballage;
 - L'ajout de nouveaux produits.
- En 2012, sans considérer les frais de référencement, les nouveaux produits ont généré environ 20 M\$ de ventes au Canada.

STRATÉGIE D'ENTREPRISE Innover

De ceci...



... à cela !



STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Innové



STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Innover et prioriser les produits santé



STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Bon produit dans le bon format

- Pour répondre à une segmentation accrue de nos marchés qui s'explique, entre autres, par une augmentation des disparités dans le revenu disponible des ménages :
 - Forte augmentation de la demande dans les *Dollar stores* vs entrepôts;
 - Hausse de la demande pour les produits certifiés biologiques et organiques;
 - Stabilisation de la demande pour les produits de masse.
- Une bonne flexibilité d'exécution et une structure de coût compétitive permettent à la Société d'offrir une gamme de produits mieux ciblés :
 - Formats pour les *Dollar stores*;
 - Bonne offre de produits bio;
 - Flexibilité dans le type d'emballage pour faciliter la consommation dans des situations variées;
 - Pour avoir une plus grande part des 756 litres de liquide que le consommateur boit annuellement.

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Bon produit dans le bon format



STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Consolider

- Pour répondre à des marchés de détail et de services alimentaires qui vont continuer à se consolider;
- La Société entend continuer à scruter les opportunités d'acquisition pour :
 - S'assurer de devenir le fournisseur de solutions de choix pour la majorité des grands détaillants alimentaires nord-américains dans le secteur des jus et boissons de fruits;
 - Étendre notre présence dans la transformation de fruits à haut potentiel pour maintenir notre leadership dans un marché segmenté par les préoccupations santé et par des écarts grandissants dans les revenus disponibles des consommateurs;
 - Étendre la couverture géographique des produits de marque nationale de Spécialités Lassonde inc.
- Les acquisitions potentielles ne devraient pas avoir d'impact important sur les ratios d'endettement de la Société.

STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Développement durable

Industries Lassonde inc. s'est engagée 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.

- Trois secteurs d'intervention prioritaires :
 - Eau;
 - Emballages;
 - Santé.

- 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 (ex.: Mali).

PRIORITÉS POUR 2013

- Récolter les bénéfices de notre masse critique tout en maintenant notre vitesse d'exécution;
- Lancement de nouveaux produits, notamment sous la marque Del Monte;
- Améliorer le positionnement concurrentiel de la Société dans la transformation de fruits à fort potentiel;
- Diversifier nos sources d'approvisionnement en développant de nouveaux partenariats dans des régions à fort potentiel;
- Consolider les bases de l'acquisition de CPC :
 - Accent sur les réductions de coûts basées sur des investissements en capital ciblé;
 - Maintenir le rythme de remboursement de la dette.
- Ajout ciblé de marques au portefeuille de Spécialités Lassonde inc.;
- Négociation d'une entente de crédit canadienne à long terme.

ÉVÉNEMENTS 2012

Lassonde encourage le dépassement de ses consommateurs et de ses employées par le sport pour le maintien d'une bonne santé.





Industries

Lassonde.ca

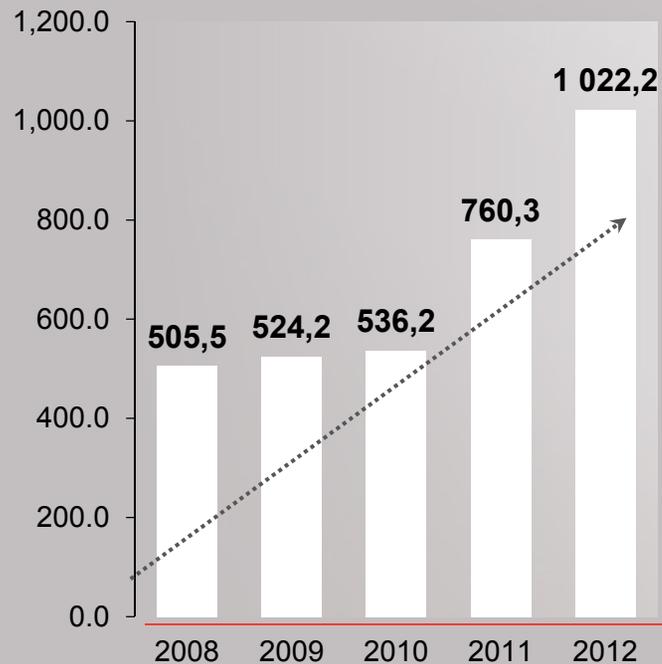
ÉVOLUTION DE NOTRE PERFORMANCE FINANCIÈRE



PRINCIPALES DONNÉES FINANCIÈRES 5 ANS

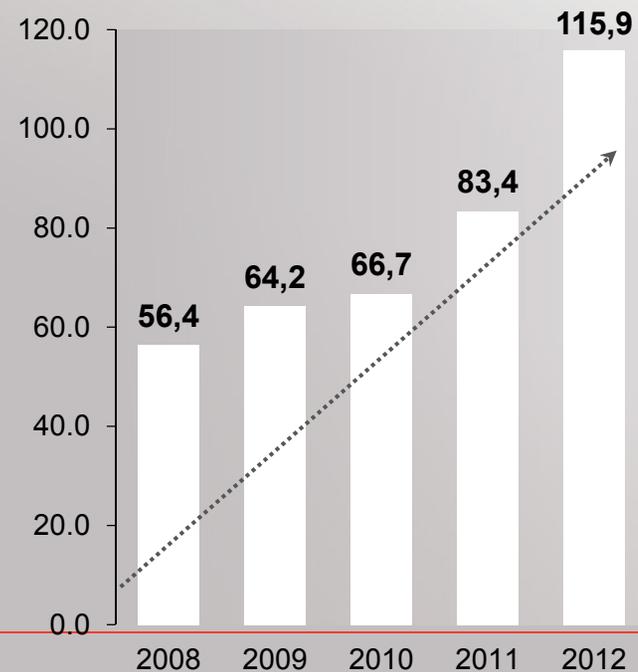
Ventes (en millions \$)

*TMCC 5 ans : **20,6 %**



BAlIA (en millions \$)

*TMCC 5 ans : **20,7 %**



- **Marché canadien TMCC 5 ans :**
Jus et boissons de fruits = 0,2 % Marché de détail = 2,6 %

Les données financières de 2010 ont été retraitées suite à l'adoption des IFRS.

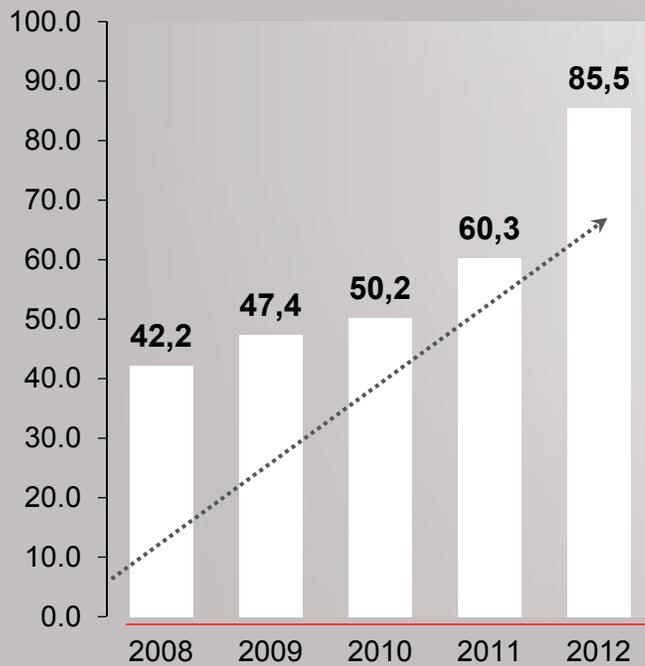
Les données d'avant 2010 sont présentées sous les PCGR canadiens.

* Taux moyen composé de croissance

PRINCIPALES DONNÉES FINANCIÈRES 5 ANS (suite)

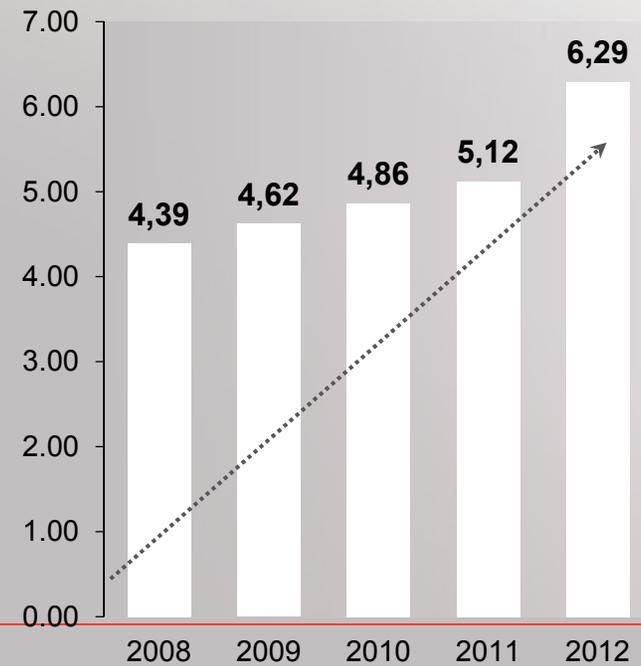
BAIL (en millions \$)

*TMCC 5 ans : **19,7 %**



BPA (en \$)

*TMCC 5 ans : **13,0 %**



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.

* Taux moyen composé de croissance

Être près des
consommateurs
et de nos clients

Donner un
service répondant
aux attentes de
nos clients

CONTINUER
À INNOVER ET À
SE PRÉOCCUPER
DE LA SANTÉ

Faire aussi bien
dans le futur que
par le passé

Réaliser les
bénéfices de notre
acquisition tant sur
le plan des gammes
de produits que
des économies
d'échelle



Industries

Lassonde.g

QUESTIONS





ASSEMBLÉE ANNUELLE DE INDUSTRIES LASSONDE INC.

14 MAI 2013

Résultats financiers de l'exercice 2012 et du premier trimestre de 2013



Industries

Lassonde.inc