



Saputo

PRÉSENTATION CORPORATIVE

Le 4 août 2022

Mise en garde concernant les énoncés prospectifs

Cette présentation contient des énoncés qui constituent des énoncés prospectifs au sens de la législation en valeurs mobilières applicable. Ces énoncés prospectifs portent notamment sur nos objectifs, nos perspectives, nos projets commerciaux, nos stratégies, nos convictions, nos attentes, nos cibles, nos engagements, nos buts, nos ambitions et nos plans stratégiques, y compris notre capacité à atteindre ces cibles, engagements et buts et à réaliser ces ambitions et plans stratégiques, et comprennent des énoncés qui ne sont pas des faits historiques. Les énoncés prospectifs se reconnaissent à l'emploi de termes comme « pouvoir », « devoir », « croire », « prévoir », « planifier », « s'attendre à », « avoir l'intention de », « anticiper », « estimer », « projeter », « objectif », « continuer », « proposer », « viser », « s'engager », « assumer », « prédire », « chercher à », « potentiel », « but », « cibler » ou « engagement », dans leur forme affirmative ou négative, à l'emploi du conditionnel ou du futur ou à l'emploi d'autres termes semblables. À l'exception des énoncés de faits historiques, tous les énoncés qui figurent dans cette présentation peuvent constituer des énoncés prospectifs au sens de la législation en valeurs mobilières applicable.

De par leur nature, les énoncés prospectifs sont exposés à un certain nombre de risques et d'incertitudes. Les résultats réels peuvent différer considérablement de ceux indiqués ou prévus dans ces énoncés prospectifs, ou sous-entendus par ceux-ci. Par conséquent, nous ne pouvons garantir que les énoncés prospectifs se réaliseront et nous prévenons le lecteur que ces énoncés prospectifs ne constituent en aucune façon des énoncés de faits historiques ni des garanties quant au rendement futur. Les hypothèses, les attentes et les estimations qui ont servi à la préparation des énoncés prospectifs et les risques et incertitudes qui pourraient entraîner un écart important entre les résultats réels et les attentes actuelles sont exposés dans nos documents déposés auprès des autorités canadiennes en valeurs mobilières, notamment à la rubrique « Risques et incertitudes » du rapport de gestion daté du 9 juin 2022, qui peut être consulté sur SEDAR, sous le profil de Saputo, au www.sedar.com.

Ces risques et incertitudes comprennent notamment : la responsabilité du fait des produits; la pandémie de COVID-19 et les répercussions qu'elle continue d'avoir; la disponibilité des matières premières (y compris en raison des changements climatiques, de conditions météorologiques extrêmes ou de perturbations des chaînes d'approvisionnement locales ou mondiales causées par la pandémie de COVID-19, des tensions géopolitiques, des conflits militaires et des sanctions commerciales) et les variations de prix qui en découlent, ainsi que notre capacité à transférer ces augmentations, le cas échéant, à nos clients dans des conditions de marché concurrentielles; la chaîne d'approvisionnement sous tension et la concentration des fournisseurs; la fluctuation des prix de nos produits dans les pays où nous exerçons nos activités, ainsi que sur les marchés internationaux, lesquels prix sont fondés sur les niveaux de l'offre et de la demande pour les produits laitiers; notre capacité à trouver, à attirer et à retenir des personnes qualifiées; les cybermenaces et autres risques informatiques liés à l'interruption des activités, à la confidentialité, à l'intégrité des données et aux fraudes par compromission de courriels d'affaires; l'environnement hautement concurrentiel dans notre secteur d'activité; le regroupement de la clientèle; l'interruption imprévue des activités; l'évolution des tendances de consommation; l'évolution de la législation et de la réglementation en matière d'environnement; les conséquences éventuelles des changements climatiques; l'attention accrue portée aux questions liées au développement durable; l'incapacité de mettre en oeuvre notre plan stratégique mondial comme prévu ou d'intégrer adéquatement des entreprises acquises en temps utile et de manière efficace; l'incapacité d'effectuer les dépenses d'investissement comme prévu; les variations des taux d'intérêt et l'accès aux marchés des capitaux et du crédit.

Les énoncés prospectifs sont fondés sur les estimations, les attentes et les hypothèses actuelles de la direction en ce qui concerne, entre autres, les produits et les charges prévus; les environnements économique, industriel, concurrentiel et réglementaire dans lesquels nous exerçons nos activités ou qui seraient susceptibles d'avoir une incidence sur nos activités; notre capacité à trouver, à attirer et à retenir des personnes qualifiées et issues de la diversité; notre capacité à attirer et à conserver des clients et des consommateurs; notre rendement en matière d'environnement; les résultats de nos efforts en matière de développement durable; l'efficacité de nos initiatives en matière d'environnement et de durabilité; la disponibilité et le coût du lait et d'autres matières premières et l'approvisionnement en énergie; nos coûts d'exploitation; le prix de nos produits finis sur les différents marchés où nous exerçons nos activités; la mise en oeuvre réussie de notre plan stratégique mondial; notre capacité à mettre en oeuvre des projets de dépenses d'investissement comme prévu; notre capacité à prédire, à identifier et à interpréter correctement les changements dans les préférences et la demande des consommateurs, à offrir de nouveaux produits pour répondre à ces changements et à réagir à l'innovation concurrentielle; notre capacité à tirer parti de la valeur de nos marques; notre capacité à stimuler la croissance des produits dans nos principales catégories de produits ou plateformes, ou à ajouter des produits dans des catégories à croissance plus rapide et plus rentables; l'apport des récentes acquisitions; les niveaux prévus de l'offre et de la demande sur le marché pour nos produits; les coûts prévus liés à l'entreposage, à la logistique et au transport; notre taux d'imposition effectif; le taux de change du dollar canadien par rapport aux monnaies des marchés du fromage et des ingrédients laitiers. Notre capacité à atteindre nos objectifs, engagements et buts en matière d'environnement dépend, entre autres, de notre capacité à accéder à toutes les technologies nécessaires et à les mettre en oeuvre pour atteindre nos objectifs, engagements et buts; de l'évolution et de la performance des technologies, des innovations, ainsi que de l'utilisation et du déploiement futurs de la technologie et des résultats futurs attendus connexes; et de la réglementation environnementale. Notre capacité d'atteindre nos engagements en matière de chaîne d'approvisionnement pour 2025 dépend, notamment, de notre capacité à tirer le meilleur de nos relations avec les fournisseurs.

La direction estime que ces estimations, attentes et hypothèses sont raisonnables à la date des présentes, et sont intrinsèquement assujetties à d'importantes incertitudes et éventualités commerciales, économiques, concurrentielles et autres concernant des événements futurs, et sont donc sujettes à changement par la suite. Les énoncés prospectifs ont pour but de fournir aux actionnaires de l'information au sujet de Saputo, notamment notre évaluation des futurs plans financiers, et ils peuvent ne pas convenir à d'autres fins. Il ne faut pas accorder une importance indue aux énoncés prospectifs, qui valent uniquement à la date où ils sont faits.

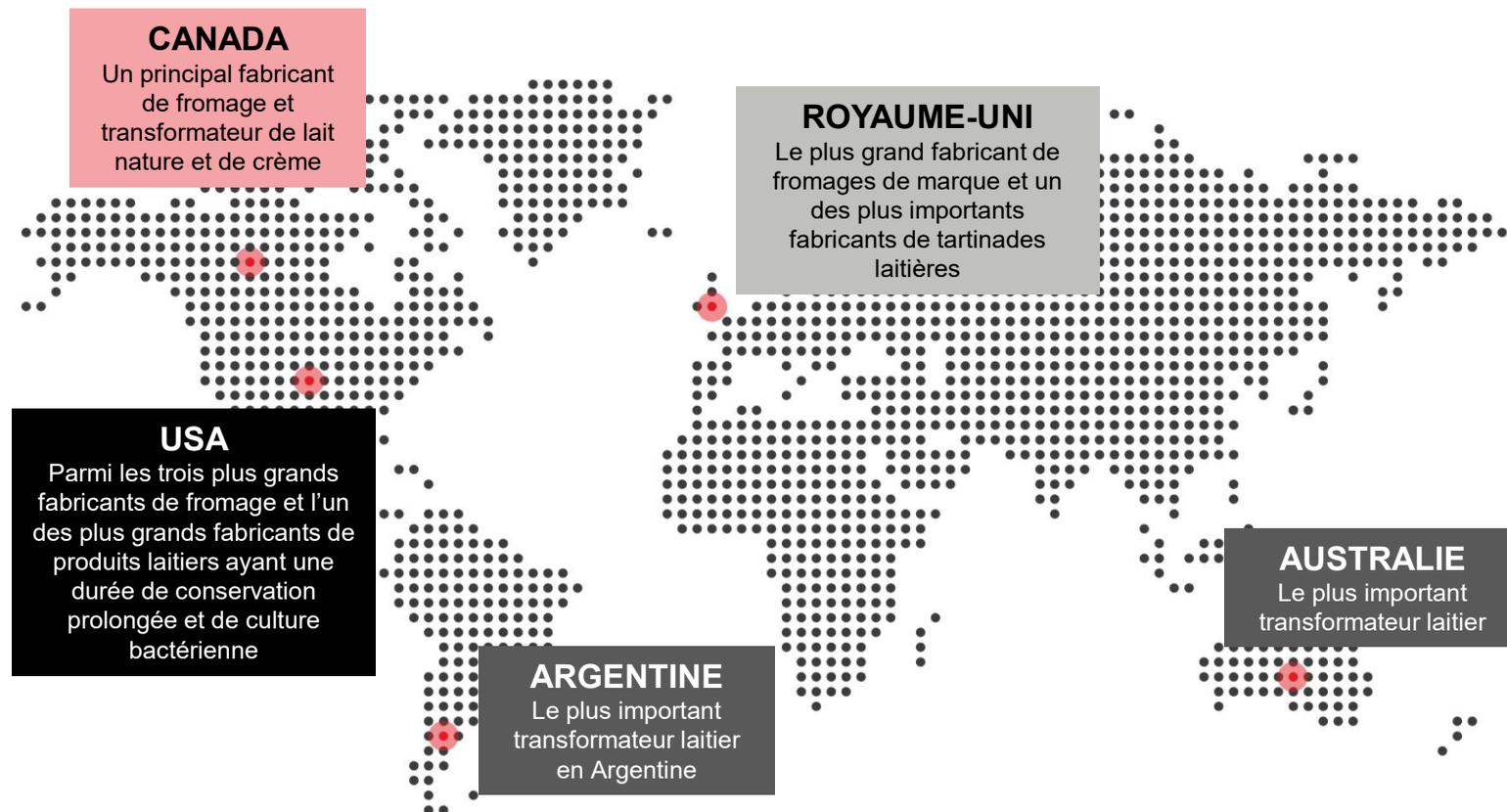
Tous les énoncés prospectifs qui figurent aux présentes ne sont valables qu'à la date des présentes ou à la date spécifique de ces énoncés prospectifs. À moins que la législation en valeurs mobilières l'exige, Saputo ne s'engage nullement à mettre à jour ou à réviser les énoncés prospectifs, verbaux ou écrits, qu'elle peut faire ou qui peuvent être faits, pour notre compte, à l'occasion, à la suite d'une nouvelle information, d'événements à venir ou autrement. Tous les énoncés prospectifs qui figurent aux présentes sont donnés expressément sous réserve de la présente mise en garde.

**Qui nous sommes
et ce que nous
faisons**



Parmi les 10 plus grands transformateurs laitiers au monde

Positions de chef de file au Canada, aux États-Unis, en Australie, en Argentine et au Royaume-Uni



Saputo produit, met en marché et distribue aussi une gamme de substituts aux fromages et aux breuvages laitiers

¹ Le BAIIA ajusté est une mesure du total des secteurs et n'a pas de signification normalisée selon les Normes internationales d'information financière (IFRS). Par conséquent, il est peu probable qu'elle soit comparable à des mesures similaires présentées par d'autres émetteurs. Reportez-vous à la section intitulée « Mesures non conformes aux PCGR » de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 mars 2022, qui est intégré par renvoi au présent document, pour plus d'informations sur cette mesure, et notamment un rapprochement avec le bénéfice net, qui est la mesure financière des IFRS la plus comparable.

² Pour l'exercice clos le 31 mars 2022 (en millions de dollars CAD).

Environ **11 milliards** de litres de lait transformés par année

67 usines
70 centres de distribution
2 centres d'innovation

Environ **18 600** employés

Produits vendus dans plus de **60 pays**

PRODUITS²
15 035 \$

BAIIA AJUSTÉ^{1,2}
1 155 \$

BÉNÉFICE NET²
274 \$

● Canada ● USA
● International ● Europe

Saputo

Notre gamme de produits

Nous fabriquons, commercialisons et distribuons une gamme diversifiée de produits de haute qualité



Aliments laitiers 28 %

beurre, tartinades, crème, crème à café, crème fouettée, aérosols, mélanges à crème glacée, crème demi-grasse, crème sure, fromage cottage, yogourt



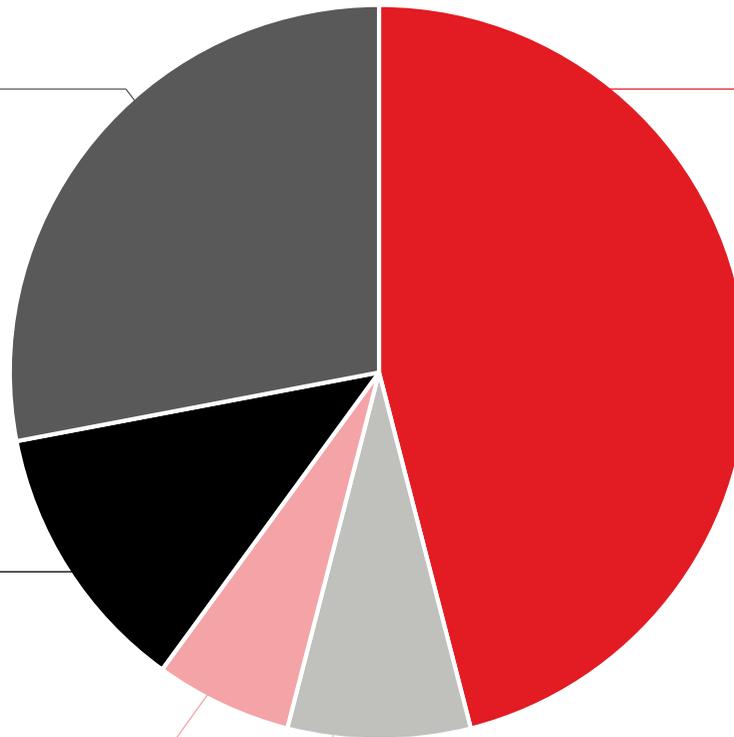
Lait 12 %

lait nature, laits à valeur ajoutée, boissons à base de lait, produits laitiers ayant une durée de conservation prolongée



Produits non laitiers 6 %

substituts aux fromages, substituts aux breuvages laitiers, crème à café non laitière, huile, autres produits



Fromages 46 % (de tous les jours et de spécialité)

mozzarella, cheddar, fromage de chèvre, fromage bleu, ricotta, provolone, parmesan, romano, feta, havarti, brie, camembert, brick, colby, farmer, munster, monterey jack, fromage en grains frais, fromages fondus, fromage à la crème



Sous-produits / Ingrédients 8 %

poudre de lait, poudre de lactosérum, concentrés de protéines de lactosérum (CPL), lactosérum déminéralisé, lactose, lactoferrine, lait maternisé, caséine, galacto-oligosaccharides (GOS), mélanges d'ingrédients laitiers, autres ingrédients laitiers à valeur ajoutée et produits nutritionnels

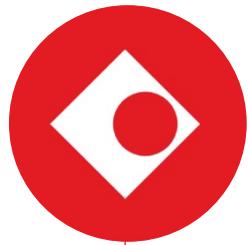
Notre portefeuille de marques

Nos produits sont vendus sous nos propres marques et sous les marques de nos clients (marques privées)



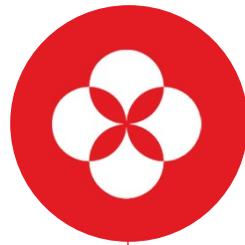
Nos valeurs

Tout au long de notre évolution, nous avons conservé notre culture en mettant l'accent sur les valeurs qui nous définissent



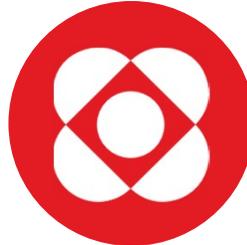
Efficacité dans la simplicité

Nous exerçons notre bon jugement inné et remettons en question le statu quo



Environnement axé sur l'esprit de famille

Nous recherchons le mieux-être de nos collègues et encourageons leur réussite



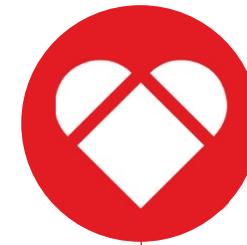
Engagement et responsabilisation au quotidien

Nous assumons les conséquences de nos décisions et nous nous assurons d'être là pour aider les autres



Toujours s'impliquer activement

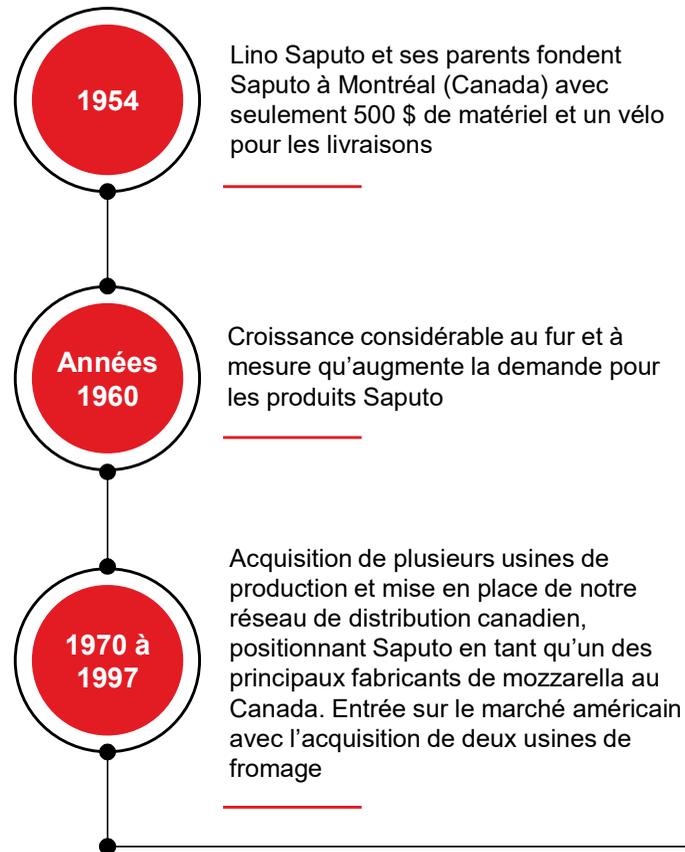
Nous sommes proactifs et nous nous efforçons d'être au cœur de l'action



Passion

Nous aimons notre travail et nous le montrons fièrement

Réputation établie en matière d'intégration d'acquisitions



1997 / PAPE
Produits totaux de **450 M\$**

Acquisitions importantes

 1997 Stella (É.-U.)	 2001 Dairyworld Foods (Canada)	 2003 Molfino Hermanos (Argentine)	 2005 Fromage Côté Kingsey (Canada)
INDUSTRIAL CHEESE BUSINESS 2007 Land'O Lakes (É.-U.)*	 2008 Alto Dairy Cooperative (É.-U.)	 2008 Neilson (Canada)	 2011 DCI (É.-U.)
 2013 Morningstar (É.-U.)	 2014 Warrnambool Cheese and Butter (Australie)	 2018 Murray Goulburn (Australie)	 2019 Dairy Crest (R.-U.)

EF22
Produits totaux de **15 G\$**

Depuis 1997

36 acquisitions complétées

Environ **9,3 G\$** CAD investis pour étendre nos activités au Canada, aux États-Unis, en Argentine, en Australie, et au Royaume-Uni

Une équipe de direction solide et chevronnée



Lino A. Saputo
Président du conseil,
président et chef de la direction
34 ans de service



Maxime Therrien
Chef de la direction
financière et secrétaire
25 ans de service



Gaétane Wagner
Chef de la direction des
ressources humaines
14 ans de service



Martin Gagnon
Chef de la direction des acquisitions
et du développement stratégique
5 ans de service



Carl Colizza
Président et chef de l'exploitation
(Amérique du Nord) et
Division Produits laitiers (USA)
23 ans de service



Leanne Cutts
Présidente et chef de l'exploitation
(International et Europe)
*< 1 an de service**



Frank Guido
Président et chef de l'exploitation
Division Produits laitiers (Canada)
7 ans de service



Tom Atherton
Président et chef de
l'exploitation
Division Produits laitiers
(Royaume-Uni)
16 ans de service



Marcelo Cohen
Président et chef de
l'exploitation
Division Produits laitiers
(Argentine)
20 ans de service



Richard Wallace
Président et chef de
l'exploitation
Division Produits laitiers
(Australie)
25 ans de service

La promesse Saputo

Nous cherchons à créer une valeur partagée pour toutes nos parties prenantes

Notre approche en matière de performance sociale, environnementale et économique sous-tend tous les aspects de notre entreprise. Ce cadre garantit l'intégration d'une gestion efficace des risques et des occasions d'ordre environnemental, social et de gouvernance (ESG) dans l'ensemble de nos activités à l'échelle mondiale.

Sept piliers qui nous permettent de concentrer nos efforts là où ça compte :



Qualité et sécurité des aliments

Notre principe est de toujours prioriser la qualité et la sécurité des aliments



Nos employés

Nos employés sont notre plus grand atout



Éthique des affaires

L'intégrité guide la conduite de tous nos employés, dirigeants et membres du conseil d'administration au quotidien



Approvisionnement responsable

Nous avons résolument à cœur la façon dont les ingrédients que nous utilisons sont produits, et nous attendons la même chose de nos fournisseurs



Environnement

Nous souhaitons poursuivre notre croissance tout en minimisant l'impact environnemental de nos activités



Nutrition

Notre objectif principal est d'offrir des produits nutritifs, et nous plaçons au cœur de nos valeurs la promotion d'un mode de vie sain



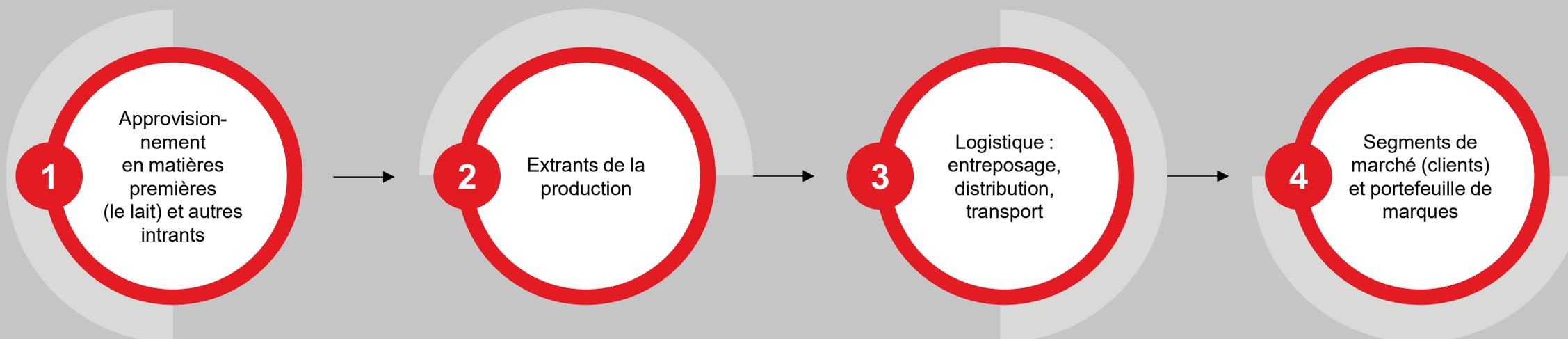
Communauté

Nous voulons redonner aux communautés qui nous appuient et nous aident à prospérer

Notre approche



Notre modèle d'affaires



R&D / Innovation / Automatisation

Immobilisations corporelles

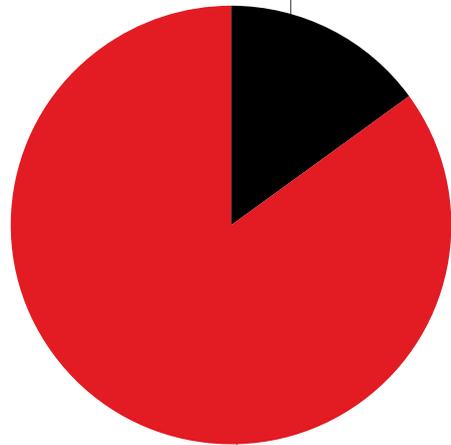
La promesse Saputo

1

L'approvisionnement en matières premières



Environ **11 milliards** de litres de lait transformés par année



Tous les autres coûts des intrants

Coût du lait (la matière première) engagé pour la fabrication de produits laitiers

Peut représenter jusqu'à **85 %** du coût des produits



Tous nos fournisseurs doivent se conformer à notre code de conduite des fournisseurs



3

Distribution de produits à travers le monde

Nous vendons nos produits dans plus de 60 pays



Nous proposons une large gamme de produits qui répondent aux besoins nutritionnels et au mode de vie des consommateurs du monde entier

Distribution nationale dans les pays où nous exerçons nos activités

Au Canada

Nous avons développé un réseau de distribution à l'échelle nationale pour favoriser notre croissance. Aujourd'hui, nous distribuons des produits au-delà du secteur laitier, et nous fournissons également des services de distribution à nos pairs/concurrents

Au sein de nos autres marchés

Nous utilisons des infrastructures de distribution de tiers

- livraisons directes
- distributeurs tiers nationaux et régionaux

Nous distribuons également

- des fromages fins importés
- certains autres produits laitiers et non laitiers fabriqués par des tiers

Distribution sur les marchés d'exportation

Nous mettons à profit notre expertise et nos relations sur le marché international pour organiser la livraison à un port d'entrée en faisant appel à des transporteurs et des distributeurs indépendants

4 Une clientèle diversifiée



Nous nous efforçons d'offrir des produits fabriqués selon des normes d'industrie élevées, qui respectent ou dépassent toujours les exigences des clients en matière de qualité et de sécurité des aliments

Servir les segments de marché pour atténuer le risque de concentration et maximiser la rentabilité

DÉTAIL

Chaînes de supermarchés, grandes surfaces, dépanneurs, détaillants indépendants, clubs-entrepôts, boutiques de fromages de spécialité et directement au consommateur

50 %*

SERVICES ALIMENTAIRES

Distributeurs de gammes complètes de produits, restaurants, hôtels et établissements

30 %*

INDUSTRIEL

Fabricants qui utilisent nos ingrédients laitiers, nos fromages et autres produits laitiers pour une transformation ultérieure

20 %*

Nos forces... offrir un avantage concurrentiel



Débouchés commerciaux intéressants

L'industrie laitière mondiale continue de croître à un taux de croissance annuel allant jusqu'à environ 5 %*



Nos employés

Tous les transformateurs laitiers ont accès à la même matière première et aux mêmes équipements; ce qui nous distingue : nos employés dévoués et notre solide équipe de direction chevronnée



Excellence opérationnelle et expertise en matière de fabrication

Meilleures pratiques maximisant la capacité d'utilisation, les mesures d'exploitation et la rentabilité

Transformateur flexible et à faible coût

Volonté d'amélioration continue



Portefeuille de produits de haute qualité dans des catégories à croissance rapide

Vaste gamme de produits sur divers segments de marché

Produits fabriqués selon de hauts standards de l'industrie en matière de sécurité, de valeurs nutritionnelles et de qualité

Nos forces... offrir un avantage concurrentiel



Pouvoir de la marque et partenariats à valeur ajoutée avec la clientèle

Marques qui trouvent écho auprès des consommateurs : plusieurs marques de premier plan

Solution totale pour répondre aux besoins de nos clients en matière de produits laitiers

Deux centres d'innovation (É.-U. et R.-U.)



Plateforme mondiale hautement résiliente et diversifiée

Taille et envergure

Entreprise diversifiée : présence géographique, portefeuille de produits, segments de marché

Partage de meilleures pratiques entre divisions



Solidité financière

Gestion rigoureuse des finances et de la trésorerie

Forte génération de trésorerie d'exploitation

Approche responsable pour une durabilité à long terme



Capacité de consolider le marché

Bon positionnement pour saisir les occasions dans un marché des produits laitiers très fragmenté

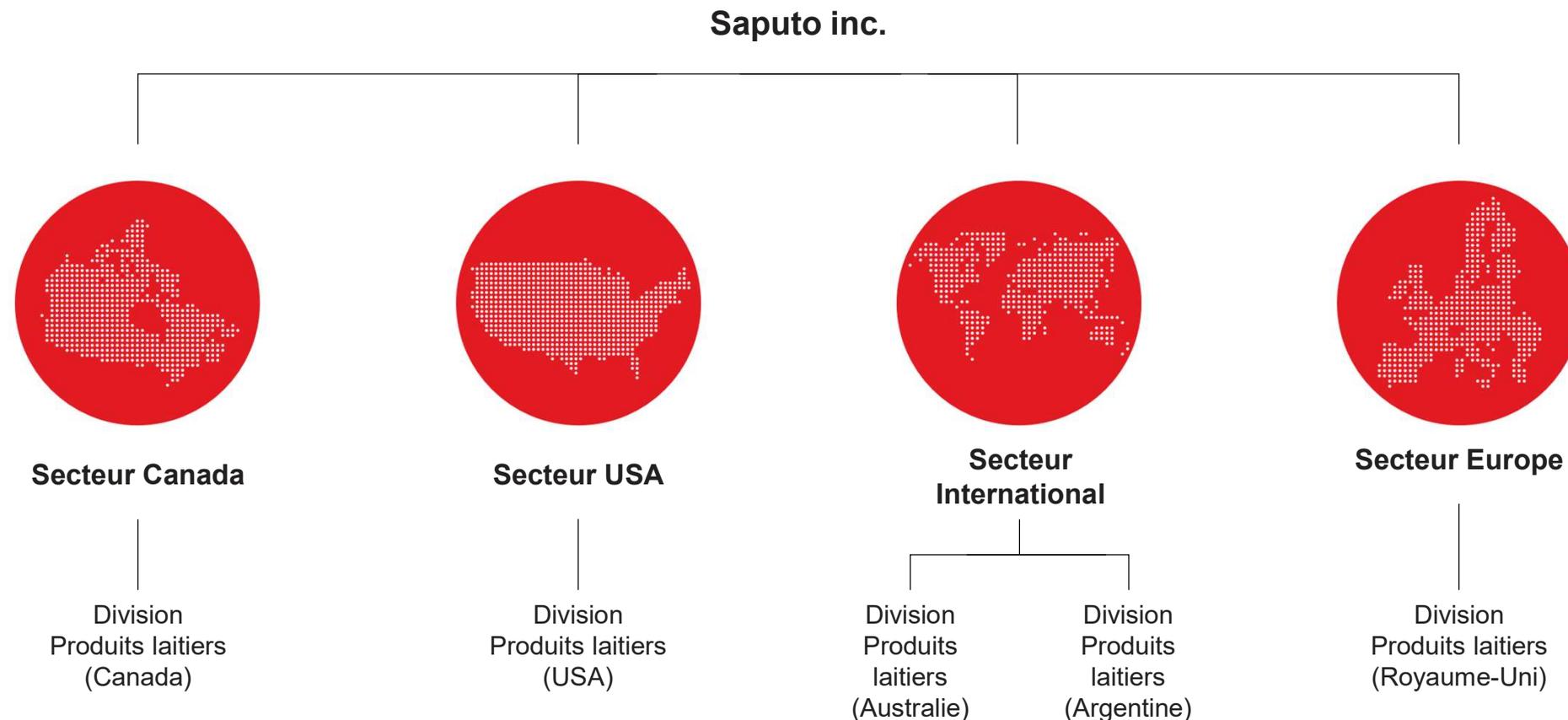
Reconnaissance de la capacité à acquérir et à intégrer de nouvelles entreprises

The image shows an industrial facility with several large, cylindrical stainless steel storage tanks. Each tank is topped with a metal walkway and safety railings. A person is visible on one of the walkways in the distance. The sky is overcast with soft, grey clouds. A prominent red rectangular box is overlaid on the left side of the image, containing white text.

Nos secteurs

Structure opérationnelle décentralisée

Nous exerçons et présentons nos activités selon quatre secteurs et cinq divisions





Division Produits laitiers (Canada)

Secteur Canada

Au Canada, Saputo est un principal fabricant de fromage et transformateur de lait nature et de crème

Aperçu du Secteur



18

usines



19

centres de distribution



Environ
5 800
employés



L'approvisionnement en lait se fait exclusivement par le biais des offices provinciaux de mise en marché du lait

28 %

des produits totaux pour l'EF22

41 %

du BAIIA ajusté¹ consolidé pour l'EF22

Régime réglementaire

- Marché hautement réglementé par des contingents de production et des contrôles de prix complets
- Le système national de gestion planifiée de l'offre de lait veille à ce que l'offre suffise à la demande
- Restrictions à l'importation et l'exportation de produits laitiers
- Le marché réglementé assure la stabilité du coût des intrants et la protection contre de nouveaux acteurs importants

Détails supplémentaires au sein de la notice annuelle 2022 : <https://www.saputo.com/fr-ca/investisseurs/rapports-aux-actionnaires/2022>

Distribution

- Réseau national de centres de distribution appartenant à la Société (environ 700 routes de distribution)
- Livraisons directes
- Par des tiers distributeurs régionaux et nationaux



Division Produits laitiers (Canada)

Secteur Canada

Produits

- Au Canada, nous produisons, commercialisons et distribuons des fromages de spécialité et de tous les jours, du lait nature et à valeur ajoutée, de la crème, des produits de culture bactérienne, du beurre, des mélanges à crème glacée, des ingrédients laitiers (pour le marché national et international) et d'autres produits laitiers et non laitiers



- Produits vendus sous nos marques + marques privées
- Nous distribuons également des fromages fins importés, qui sont complémentaires à notre offre, aux épicerie fines, ainsi que certains produits laitiers et non laitiers fabriqués par des tiers

Marques phares par catégorie

PRODUITS LAITIERS

Dairyland

Marque qui offre depuis plus de 100 ans des produits laitiers locaux frais et de haute qualité, bien ancrés dans le terroir des habitants de l'Ouest canadien. Reconnue avec fierté comme l'une des marques les plus dignes de confiance*.



Marques novatrices qui présentent des options sur le pouce et à teneur élevée en protéines offertes dans une bouteille en format individuel pour répondre aux besoins des familles d'aujourd'hui. Ne contenant aucun colorant ou arôme artificiel, ni agent de conservation, elles sont un choix santé qui inspire la confiance des parents.

Neilson

Marque qui offre aux familles des produits laitiers canadiens toujours frais et locaux depuis plus de 100 ans. Reconnue avec fierté comme l'une des marques les plus dignes de confiance**.

FROMAGES DE SPÉCIALITÉ



Marque qui présente des fromages fins primés à l'échelle internationale et fabriqués à la main avec une passion encore ancrée dans les terres de Saint-Raymond de Portneuf, au Québec, presque 180 ans plus tard.

FROMAGES DE TOUS LES JOURS



Marque fondée par des producteurs laitiers canadiens en 1902 et qui a poussé des générations de fromagers à transmettre leur savoir-faire et leur expertise pour offrir aux consommateurs le meilleur du cheddar. Un délicieux fromage pour tous les jours et pour tout le monde.



Marque qui reste fidèle à la tradition fromagère méditerranéenne dans le monde d'aujourd'hui. De nos jours, les maîtres fromagers de la marque traitent encore la fabrication du fromage comme un art.

* Nommée la marque de lait la plus digne de confiance dans l'Ouest du Canada par les consommateurs canadiens selon l'étude de BrandSpark réalisée auprès des consommateurs canadiens en 2022.

** Nommée la marque de lait la plus digne de confiance en Ontario par les consommateurs canadiens selon l'étude de BrandSpark réalisée auprès des consommateurs canadiens en 2022.





Division Produits laitiers (Canada)

Secteur Canada

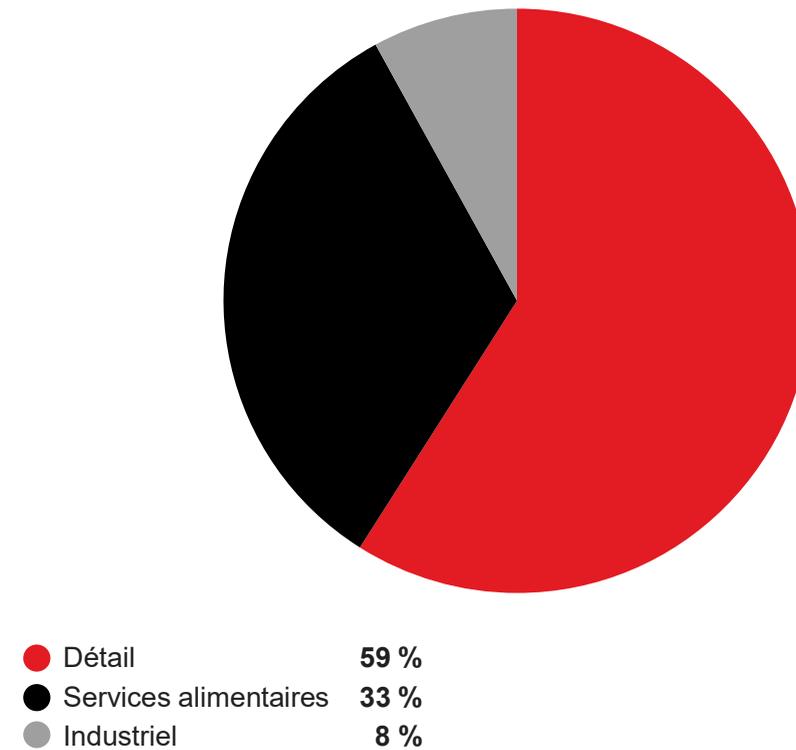
Produits



BAIIA ajusté



Produits par segment de marché pour l'EF22





Division Produits laitiers (USA) **Secteur USA**

Aux É.-U., Saputo est parmi les trois plus grands fabricants de fromage et est l'un des plus grands fabricants de produits laitiers ayant une durée de conservation prolongée et de culture bactérienne

Aperçu du Secteur



29
usines



34
centres de
distribution



Environ
7 300
employés



L'approvisionnement en lait se fait par le biais de coopératives, et directement auprès de producteurs et d'autres transformateurs laitiers



des produits totaux
pour l'EF22



du BAIIA ajusté¹
consolidé
pour l'EF22

Régime réglementaire

- Les prix du lait pour plusieurs produits (fromage, beurre, poudre de lactosérum et poudre de lait écrémé) sont fixés par le ministère de l'Agriculture des États-Unis (USDA)
- Les transformateurs laitiers ne sont pas limités en termes de volume de lait qu'ils reçoivent
- Droits tarifaires élevés sur les importations de produits laitiers qui dépassent les permis d'importation. Aucune restriction à l'exportation de produits laitiers destinés aux marchés internationaux

Détails supplémentaires au sein de la notice annuelle 2022 : <https://www.saputo.com/fr-ca/investisseurs/rapports-aux-actionnaires/2022>

Distribution

- Livraisons directes
- Par des tiers distributeurs régionaux et nationaux



Division Produits laitiers (USA)

Secteur USA

Produits

- Aux États-Unis, nous produisons, commercialisons et distribuons une grande variété de fromages de spécialité et de tous les jours, des substituts aux fromages, des produits laitiers et non laitiers ayant une durée de conservation prolongée, des produits de culture bactérienne, et des ingrédients laitiers (pour le marché national et international)



- Produits vendus sous nos marques + marques privées
- Nous détenons également un large éventail de licences d'importation de fromages de spécialité fabriqués à l'étranger

Marques phares par catégorie

FROMAGES DE COLLATION



Marque de goûters qui offre une gamme de fromage à effilocher et en bâtonnets pratiques, amusants, délicieux et nutritifs pour tous les membres de la famille.

FROMAGES DE TOUS LES JOURS



Marque de vrais fromages italiens, fabriquée en Amérique, qui se distingue pour sa fraîcheur et son rapport qualité-prix. Elle offre une gamme de fromages italiens de différents formats, qui viennent ajouter une touche de fraîcheur à n'importe quel repas de semaine ou mets traditionnel familial.

FROMAGES DE SPÉCIALITÉ



Marque qui offre une gamme de fromages de chèvre sains et de haute qualité fabriqués avec du lait frais de chèvres élevées humainement.



Marque de fromages bleus primée qui offre une gamme complète de produits soigneusement préparés pour offrir une saveur plus douce et plus agréable au goût, qui ravira autant les nouveaux initiés que les amateurs de ce fromage.

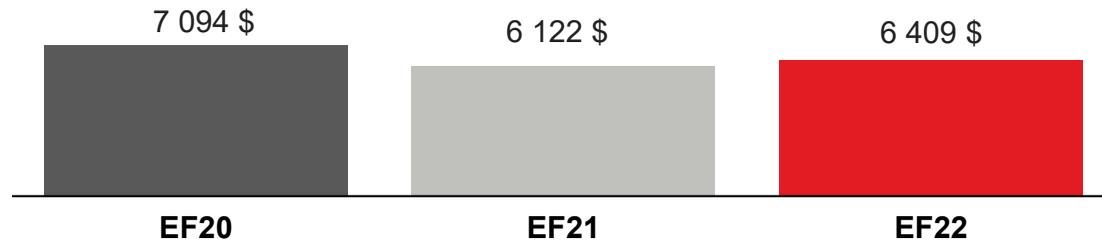


Fondée en 1936, cette marque est la première à offrir des fromages bleus faits en Amérique. Elle utilise seulement des ingrédients de la meilleure qualité et offre des fromages polyvalents et faciles à utiliser pour rehausser un repas.

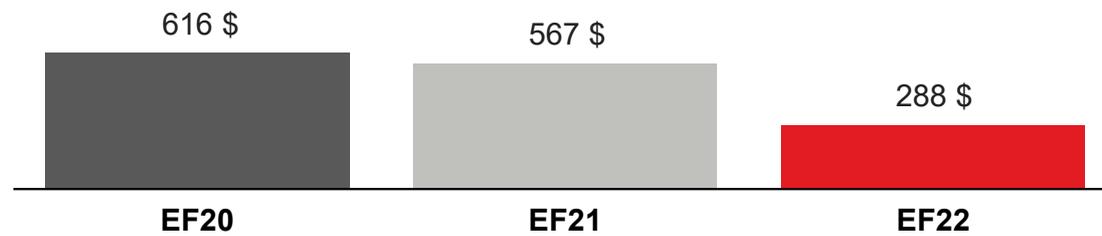


Division Produits laitiers (USA)
Secteur USA

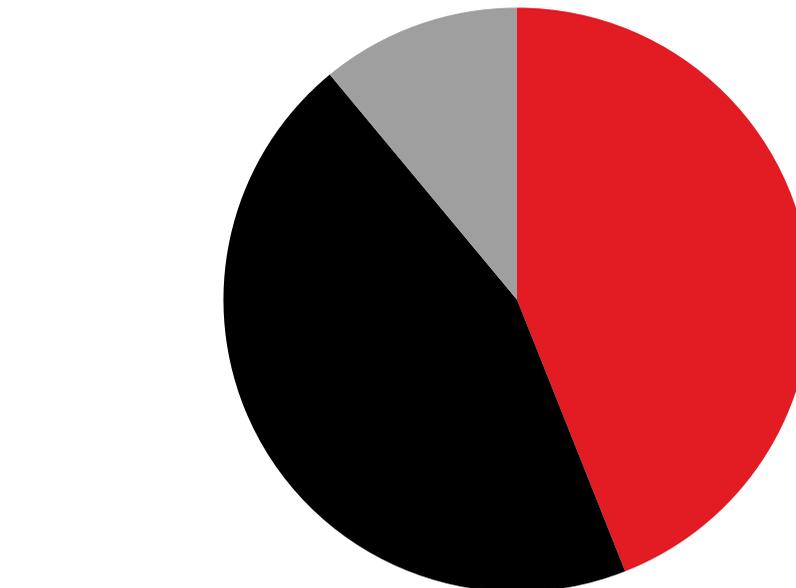
Produits



BAlIA ajusté



Produits par segment de marché pour l'EF22



- Détail 44 %
- Services alimentaires 45 %
- Industriel 11 %



Division Produits laitiers (Australie) et
Division Produits laitiers (Argentine)

Secteur International

Saputo est le plus important transformateur laitier en Australie et en Argentine

Aperçu de la Division – Australie



11
usines



5
centres de
distribution



Environ
2 900
employés

Aperçu de la Division – Argentine



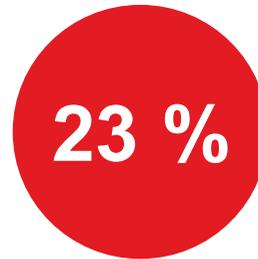
2
usines



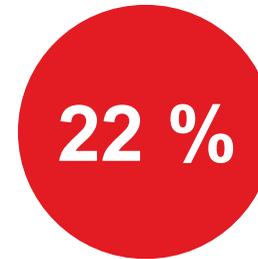
11
centres de
distribution



Environ
1 100
employés



des produits totaux
pour l'EF22



du BAIIA ajusté¹
consolidé
pour l'EF22



L'approvisionnement en
lait se fait principalement
auprès des producteurs
laitiers

Régime réglementaire

Marchés peu réglementés avec possibilité d'expansion continue sur les marchés nationaux et d'exportation :

- Aucune limite sur le volume de lait produit
- Les prix du lait sont négociés entre les producteurs et les transformateurs
- Les prix du lait ont une corrélation avec les prix sur les marchés mondiaux
- En Australie : aucune restriction importante à l'importation ou à l'exportation de produits laitiers. En Argentine: aucune restriction à l'importation directe; les exportations de produits laitiers ne sont pas limitées, mais une taxe à l'exportation est imposée

Détails supplémentaires au sein de la notice annuelle 2022 :
<https://www.saputo.com/fr-ca/investisseurs/rapports-aux-actionnaires/2022>

Distribution

Nationale

- Centre national de logistique (Australie)
- Livraisons directes
- Par des tiers distributeurs régionaux et nationaux

Exportations

- Livraison à un port d'entrée par des transporteurs indépendants
- Par le biais de distributeurs indépendants du marché international

¹ Le BAIIA ajusté est une mesure du total des secteurs et n'a pas de signification normalisée selon les IFRS. Par conséquent, il est peu probable qu'elle soit comparable à des mesures similaires présentées par d'autres émetteurs. Reportez-vous à la section intitulée « Mesures non conformes aux PCGR » de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 mars 2022, qui est intégré par renvoi au présent document, pour plus d'informations sur cette mesure, et notamment un rapprochement avec le bénéfice net, qui est la mesure financière des IFRS la plus comparable.



Division Produits laitiers (Australie) et Division Produits laitiers (Argentine)

Secteur International

Produits

Division Produits laitiers (Australie)

- Nous produisons, commercialisons et distribuons en Australie et sur le marché international une gamme complète de produits laitiers, y compris des fromages de tous les jours et de spécialité, du beurre et de l'oléobeurre, du lait nature, de la crème, des boissons lactières et des ingrédients laitiers et produits nutritionnels



Division Produits laitiers (Argentine)

- Nous produisons, commercialisons et distribuons en Argentine et sur le marché international une gamme de fromages, du beurre, de la crème et des ingrédients laitiers. Nous produisons également un substitut aux breuvages laitiers pour le marché national



- Produits vendus sous nos marques + marques privées

Marques phares par catégorie

PRODUITS LAITIERS



Grande marque qui offre des produits fabriqués avec du lait de vaches qui broutent en liberté et qui comprend les principaux produits, soit du fromage, du lait et des tartinades.



Marque de lait, de fromage et de beurre sans lactose conçue pour aider les Australiens souffrant d'une intolérance au lactose.

FROMAGES DE TOUS LES JOURS



Récemment rebaptisé, le fromage *CHEER* est fabriqué à partir de la même recette que des millions d'Australiens ont appris à aimer et continueront à aimer pour les générations à venir. Dégusté en tranches, râpé ou fondu, le fromage *CHEER* est produit dans l'État de Victoria avec du lait 100 % australien de haute qualité.

FROMAGES DE SPÉCIALITÉ



Marque bien aimée reconnue pour son populaire cheddar de spécialité à la texture friable et au goût raffiné intensément savoureux.



La plus importante marque de fromages de spécialité australiens de la Société, qui offre une vaste gamme de produits, comme du brie, du gouda, du fromage à la crème et du cheddar, depuis plus de 27 ans.

FROMAGE



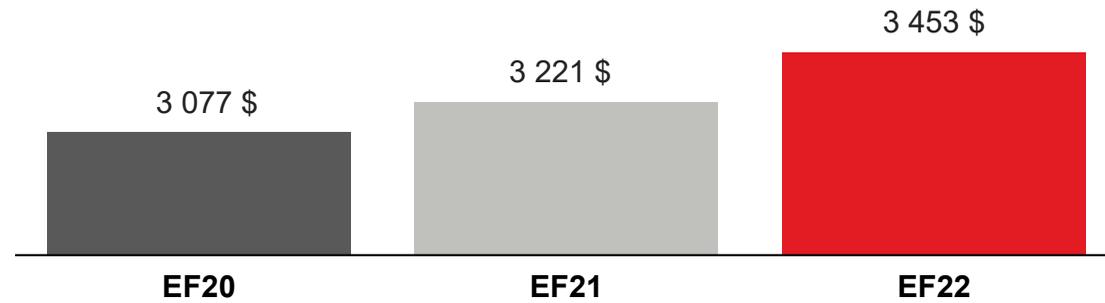
Marque traditionnelle qui produit des fromages et des produits laitiers de haute qualité dégustés en Argentine et dans le monde entier, qui fête son 100^e anniversaire.



Division Produits laitiers (Australie) et Division Produits laitiers (Argentine)

Secteur International

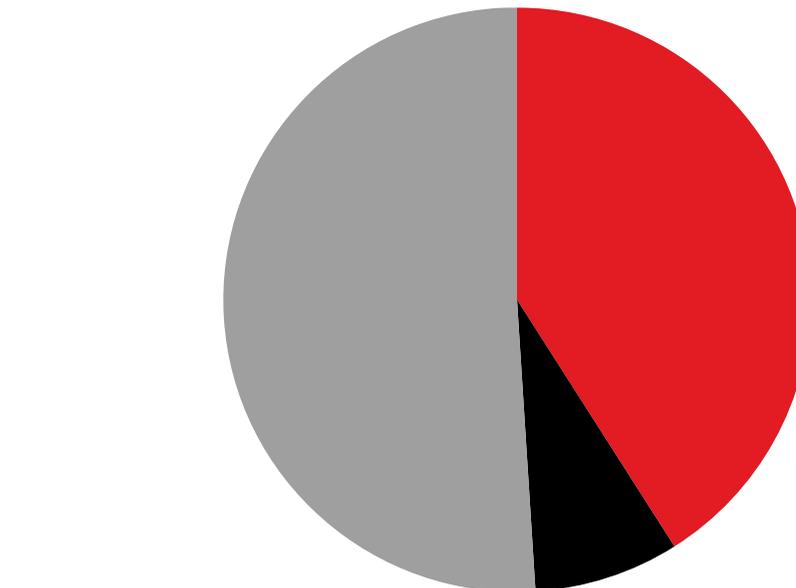
Produits



BAIIA ajusté



Produits par segment de marché pour l'EF22



- Détail 41 %
- Services alimentaires 8 %
- Industriel 51 %



Division Produits laitiers (Royaume-Uni)

Secteur Europe

Au R.-U., Saputo est le plus grand fabricant de fromages de marque et l'un des plus importants fabricants de tartinades laitières

Aperçu du Secteur



7
usines



1
centre de
distribution



Environ
1 500
employés



L'approvisionnement en
lait se fait auprès des
producteurs laitiers



des produits totaux
pour l'EF22



du BAIIA ajusté¹
consolidé
pour l'EF22

Régime réglementaire

Marché peu réglementé avec possibilité d'expansion continue sur les marchés nationaux et d'exportation :

- Aucune limite sur le volume de lait produit
- Les prix du lait sont négociés entre les producteurs et les transformateurs
- Les prix du lait ont une forte corrélation avec les prix sur les marchés mondiaux
- Aucune restriction à l'importation ou l'exportation

Détails supplémentaires au sein de la notice annuelle 2022 :
<https://www.saputo.com/fr-ca/investisseurs/rapports-aux-actionnaires/2022>

Distribution

- Envois directs aux centres de distribution des clients depuis notre centre de distribution national
- Des tiers assurent le transport et la logistique



Division Produit laitiers (Royaume-Uni)

Secteur Europe

Produits

- Nous produisons, commercialisons et distribuons du fromage, du beurre, des tartinades et de l'huile, ainsi que des substituts aux fromages et des tartinades sans produits laitiers. Nous fabriquons également des ingrédients laitiers à valeur ajoutée, notamment de la poudre de lactosérum déminéralisé et des galacto-oligosaccharides (GOS)



- Produits vendus sous nos marques + marques privées

Marques phares par catégorie

FROMAGES



Fromage préféré au Royaume-Uni. Ce cheddar primé est fabriqué avec du lait 100 % britannique provenant du sud-ouest de l'Angleterre et figure parmi les marques les plus aimées du Royaume-Uni.



Une gamme primée de fromages artisanaux, fabriqués à la main selon des recettes ancestrales par des maîtres fromagers à partir de lait provenant de fermes locales. Le fromage *Yorkshire Wensleydale* bénéficie du statut d'indication géographique protégée (IGP) européenne.

BEURRE, TARTINADES ET HUILES



Marque de tartinade laitière au délicieux goût de beurre et exempte d'ingrédients artificiels. Elle est simplement faite de babeurre et contient moins de gras saturé que le beurre.



Le vaporisateur à une calorie original. Remplace les huiles et les graisses de cuisson dans les recettes quotidiennes, ce qui permet aux consommateurs d'utiliser jusqu'à 95 % moins de gras que l'huile.

SUBSTITUTS AUX PRODUITS LAITIERS



Une des plus importantes marques de tartinades sans produits laitiers sur le marché britannique, qui propose également du fromage sans produits laitiers. Lancée en 1983, cette marque fabrique des produits savoureux sans faire de compromis sur le goût ou le plaisir.



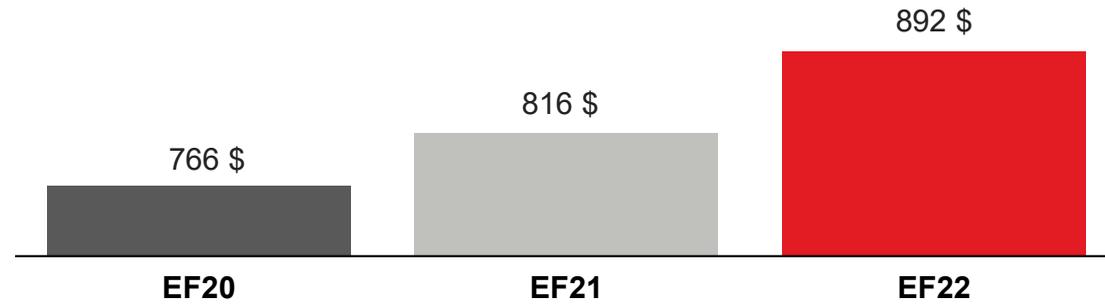
Une gamme de fromages primés, sans produits laitiers, sans gluten, sans OGM et certifiés végétaliens – parfaits pour tout régime à base de plantes ou pour ceux qui ont des restrictions alimentaires particulières, comme une intolérance au gluten.



Division Produits laitiers (Royaume-Uni)

Secteur Europe

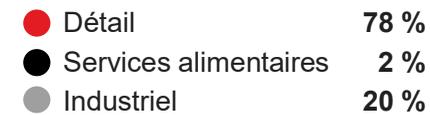
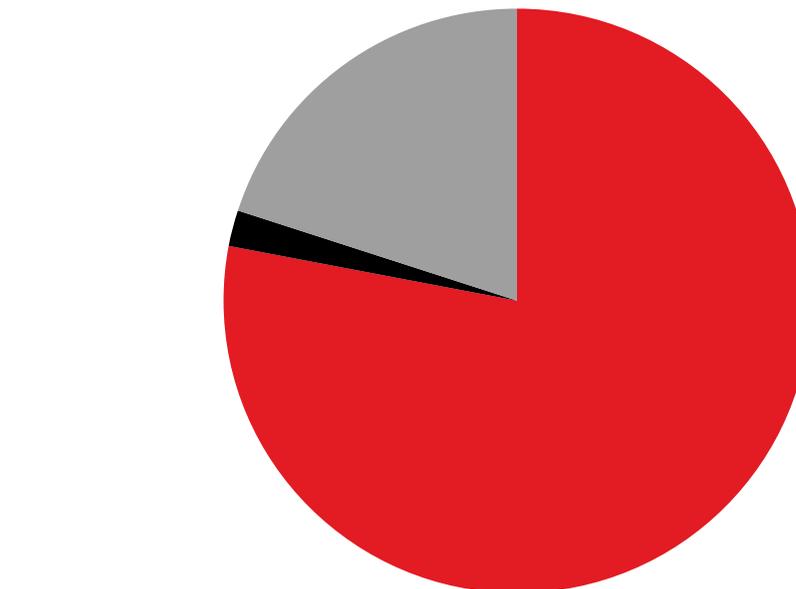
Produits



BAlIA ajusté



Produits par segment de marché pour l'EF22



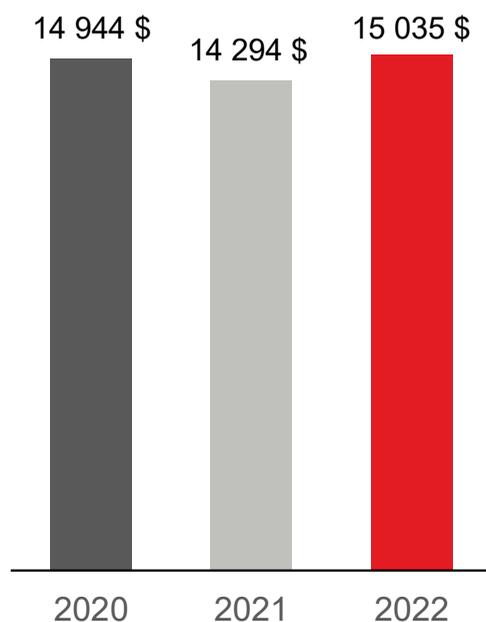
Performance consolidée et profil financier



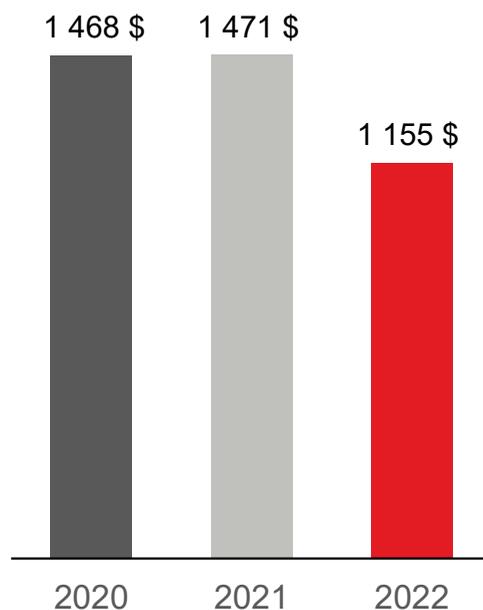
Performance financière consolidée sur trois ans

Exercices clos les 31 mars (en millions de dollars CAD)

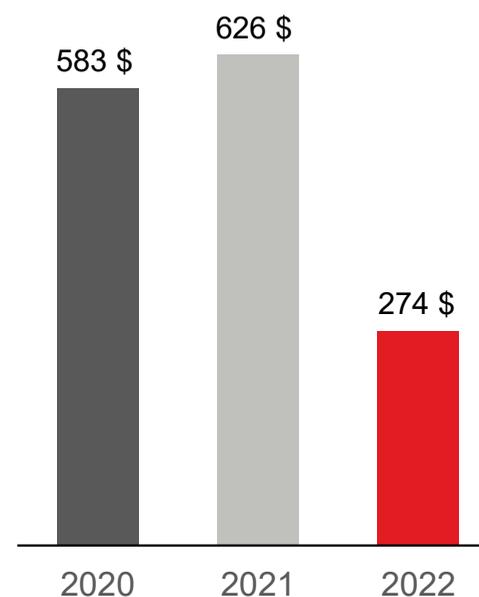
Produits



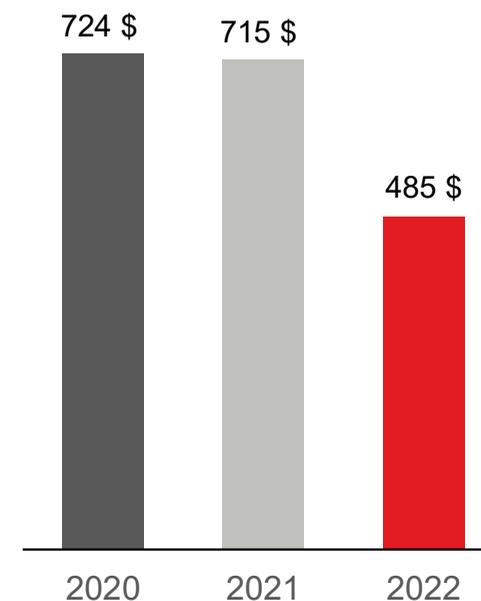
BAlIA ajusté¹



Bénéfice net



Bénéfice net ajusté¹

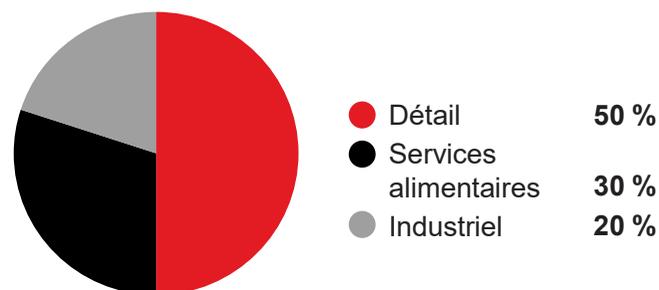


¹ Le BAlIA ajusté est une mesure du total des secteurs et le bénéfice net ajusté est une mesure non conforme aux PCGR. Ces mesures n'ont pas de signification normalisée selon les IFRS. Par conséquent, il est peu probable qu'elles soient comparables à des mesures similaires présentées par d'autres émetteurs. Reportez-vous à la section intitulée « Mesures non conformes aux PCGR » de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 mars 2022, qui est intégré par renvoi au présent document, pour plus d'informations sur ces mesures, et notamment un rapprochement avec le bénéfice net, qui est la mesure financière des IFRS la plus comparable.

Produits

Produits par segment de marché pour l'EF22

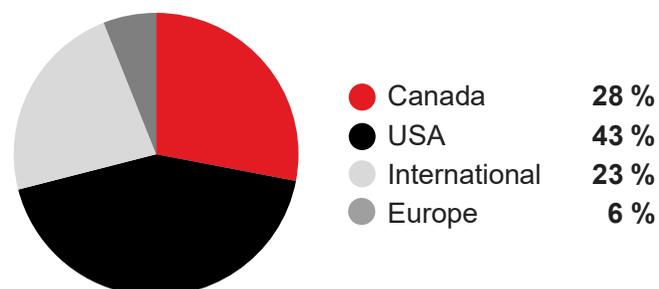
15 035 \$



EXERCICE	2020	2021	2022
Détail	7 360 \$	7 571 \$	7 461 \$
Services alimentaires	5 062 \$	4 082 \$	4 579 \$
Industriel	2 522 \$	2 641 \$	2 995 \$
Total	14 944 \$	14 294 \$	15 035 \$

Produits par secteur pour l'EF22

15 035 \$

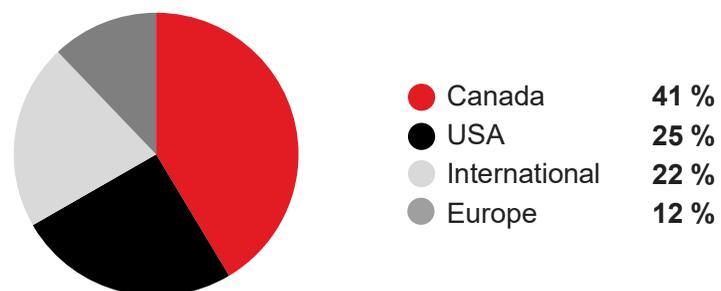


EXERCICE	2020	2021	2022
Canada	4 007 \$	4 135 \$	4 281 \$
USA	7 094 \$	6 122 \$	6 409 \$
International	3 077 \$	3 221 \$	3 453 \$
Europe	766 \$	816 \$	892 \$
Total	14 944 \$	14 294 \$	15 035 \$

BAIIA ajusté¹



BAIIA ajusté par secteur pour l'EF22

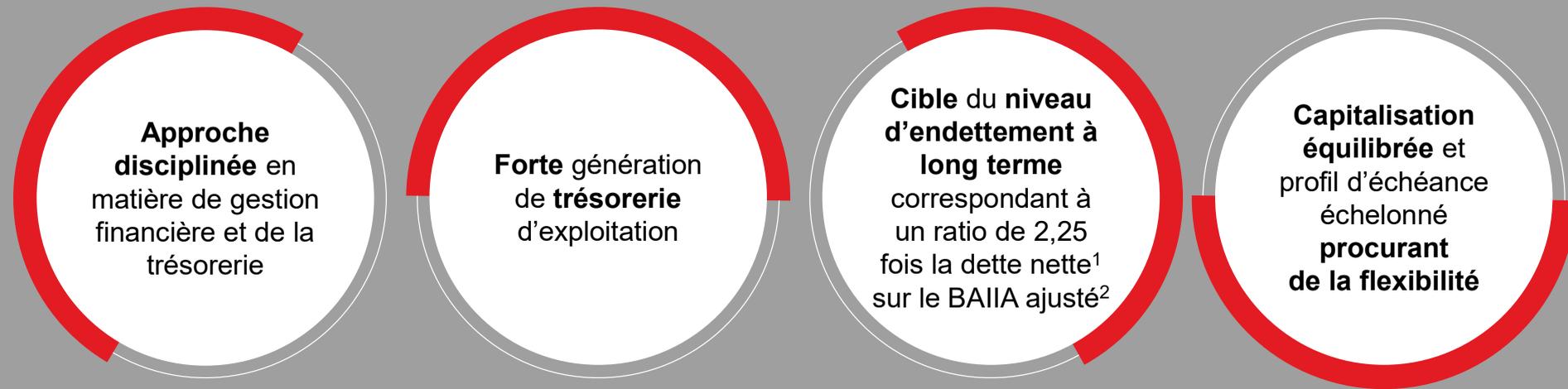


EXERCICE	2020	2021	2022
Canada	404 \$	447 \$	475 \$
USA	616 \$	567 \$	288 \$
International	305 \$	305 \$	248 \$
Europe	143 \$	152 \$	144 \$
Total¹	1 468 \$	1 471 \$	1 155 \$
Bénéfice net	583 \$	626 \$	274 \$

Tous les montants exprimés en millions de dollars CAD.

¹ Le BAIIA ajusté et la marge du BAIIA ajusté sont des mesures du total des secteurs. Ces mesures n'ont pas de signification normalisée selon les IFRS. Par conséquent, il est peu probable qu'elles soient comparables à des mesures similaires présentées par d'autres émetteurs. Reportez-vous à la section intitulée « Mesures non conformes aux PCGR » de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 mars 2022, qui est intégré par renvoi au présent document, pour plus d'informations sur ces mesures, et notamment un rapprochement avec le bénéfice net, qui est la mesure financière des IFRS la plus comparable.

Principes financiers directeurs



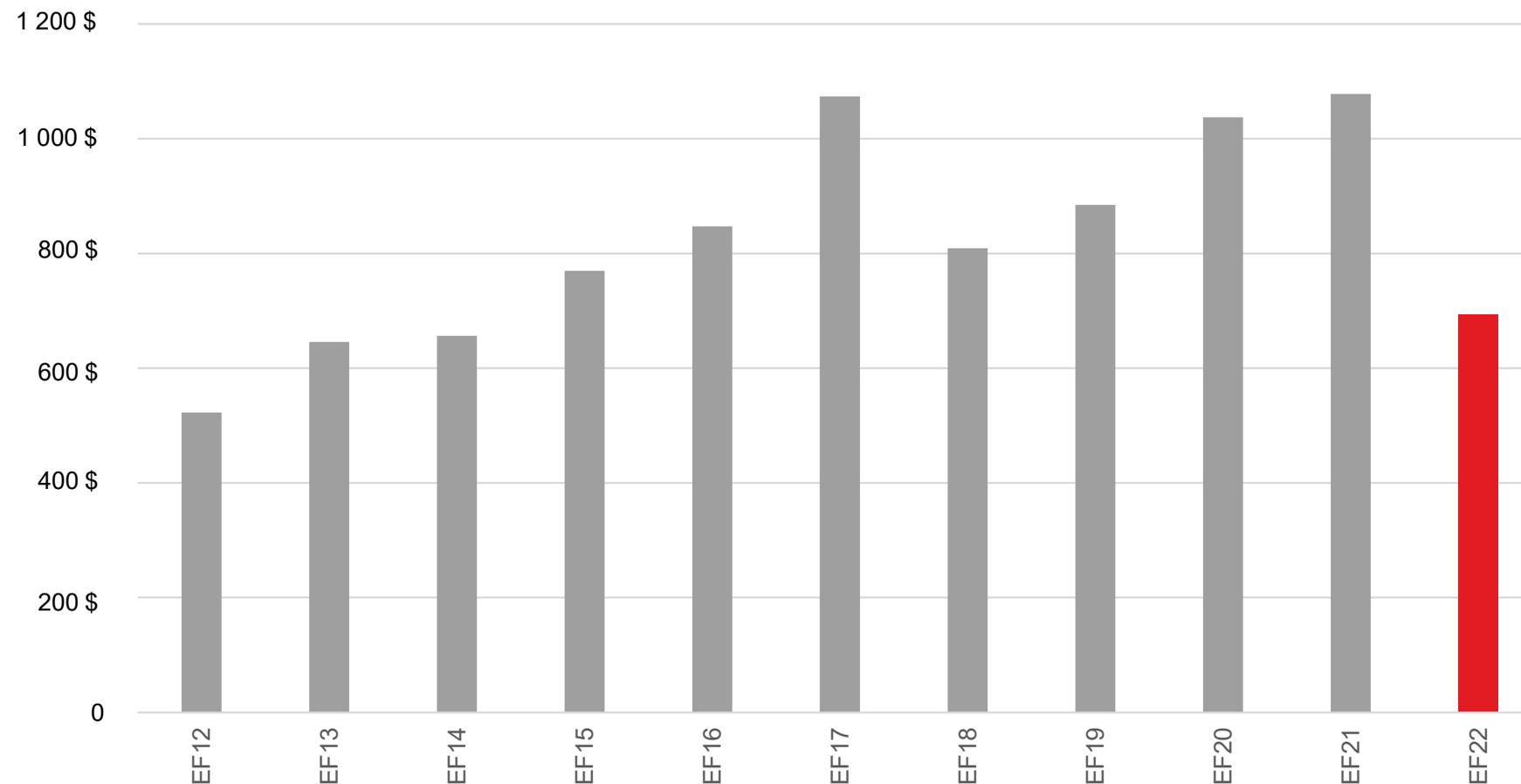
Nous avons l'intention de continuer à déployer notre trésorerie de façon responsable en matière de :
dépenses d'investissement • dividendes • remboursement de la dette • acquisitions • rachat d'actions

¹ Se reporter à la rubrique « Glossaire » du rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 mars 2022, qui est intégré par renvoi au présent document.

² Le BAIIA ajusté est une mesure du total des secteurs et la dette nette sur le BAIIA ajusté est un ratio non conforme aux PCGR, composé de la dette nette divisée par le BAIIA ajusté. Le BAIIA ajusté n'a pas de signification normalisée selon les IFRS. Par conséquent, il est peu probable que cette mesure soit comparable à des mesures similaires présentées par d'autres émetteurs. Reportez-vous à la section intitulée « Mesures non conformes aux PCGR » de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 mars 2022, qui est intégré par renvoi au présent document, pour plus d'informations sur cette mesure, et notamment un rapprochement avec le bénéfice net, qui est la mesure financière des IFRS la plus comparable.

Un historique solide en matière de génération de flux de trésorerie d'exploitation

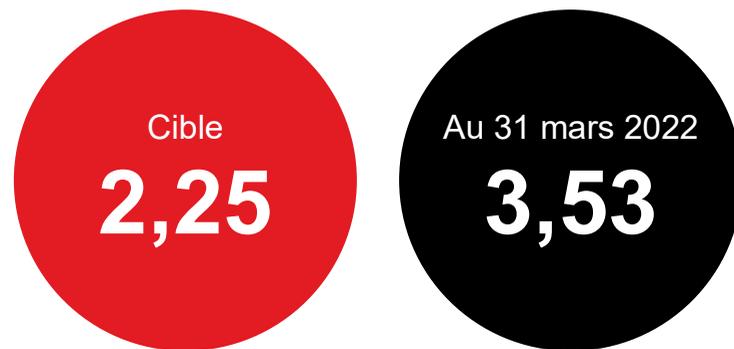
Trésorerie nette générée par les activités d'exploitation au cours des 10 dernières années



Une forte génération de flux de trésorerie d'exploitation dans tous les environnements de marchandises afin de stimuler la stratégie d'acquisition et les initiatives de croissance

Dette nette¹ et cible du niveau d'endettement

Ratio de la dette nette sur le BAIIA ajusté²



Saputo vise un niveau d'endettement à long terme correspondant à un ratio d'environ 2,25 fois le ratio dette nette sur le BAIIA ajusté². De temps à autre, la Société peut s'éloigner de son niveau d'endettement à long terme cible afin de saisir des occasions stratégiques

Historique de la dette nette¹ et du niveau d'endettement

	EF20	EF21	EF22
Dette nette ¹	4 166 \$	3 806 \$	4 080 \$
Ratio de la dette nette sur le BAIIA ajusté ²	2,84	2,59	3,53

¹ Se reporter à la rubrique « Glossaire » du rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 mars 2022, qui est intégré par renvoi au présent document.

² Le BAIIA ajusté est une mesure du total des secteurs et la dette nette sur le BAIIA ajusté est un ratio non conforme aux PCGR, composé de la dette nette divisée par le BAIIA ajusté. Le BAIIA ajusté n'a pas de signification normalisée selon les IFRS. Par conséquent, il est peu probable que cette mesure soit comparable à des mesures similaires présentées par d'autres émetteurs. Reportez-vous à la section intitulée « Mesures non conformes aux PCGR » de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 mars 2022, qui est intégré par renvoi au présent document, pour plus d'informations sur cette mesure, et notamment un rapprochement avec le bénéfice net, qui est la mesure financière des IFRS la plus comparable.

Notations de crédit

Moody's
Baa1

DBRS
BBB

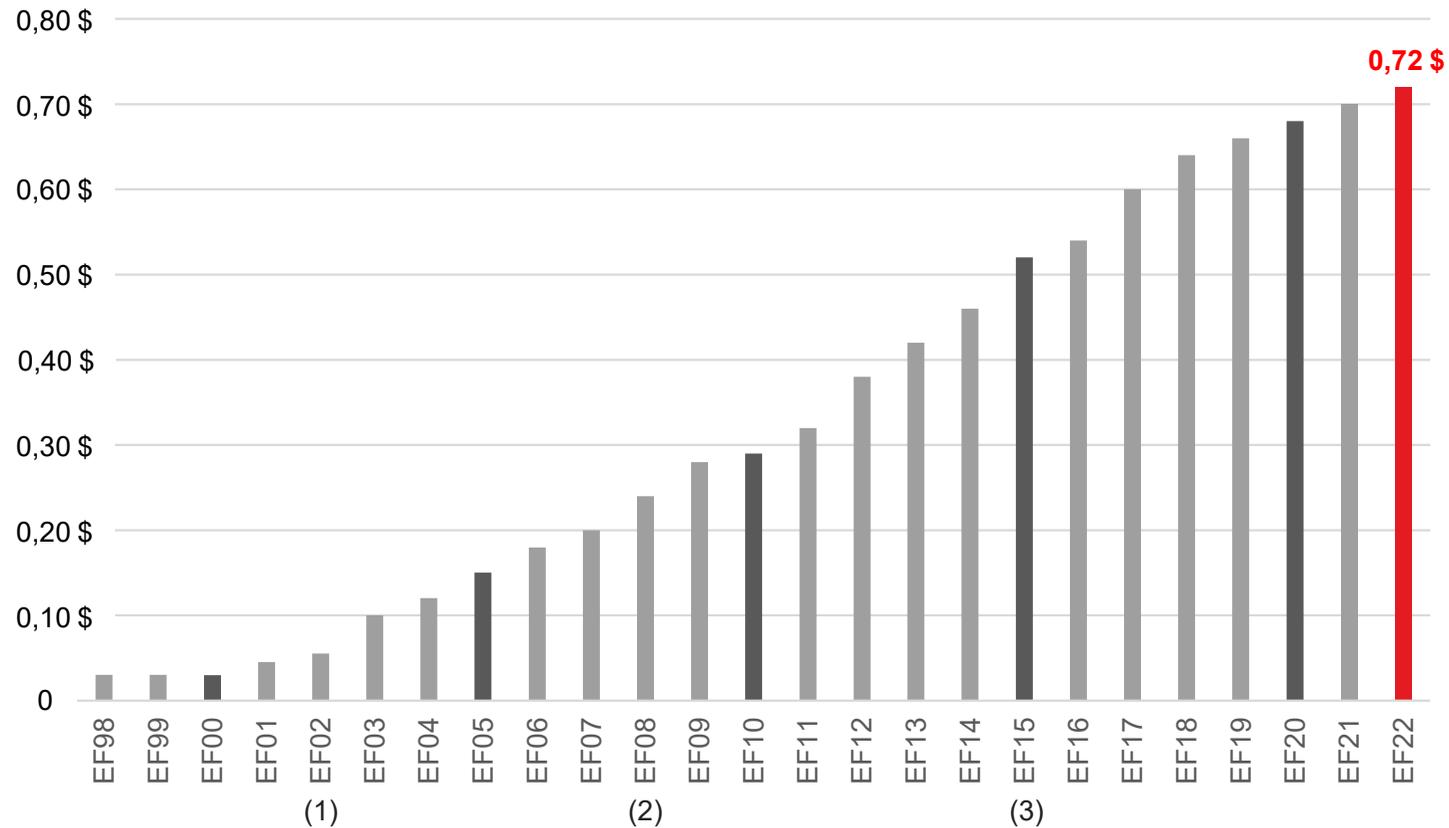
Saputo

Dividendes

Dividende annuel versé par action ordinaire



TCAC de 14 % depuis le PAPE



Politique de dividendes

Dividende trimestriel de

0,18 \$

par action (EF23)

Les dividendes annuels présentés tiennent compte de l'incidence de trois fractionnements d'actions :

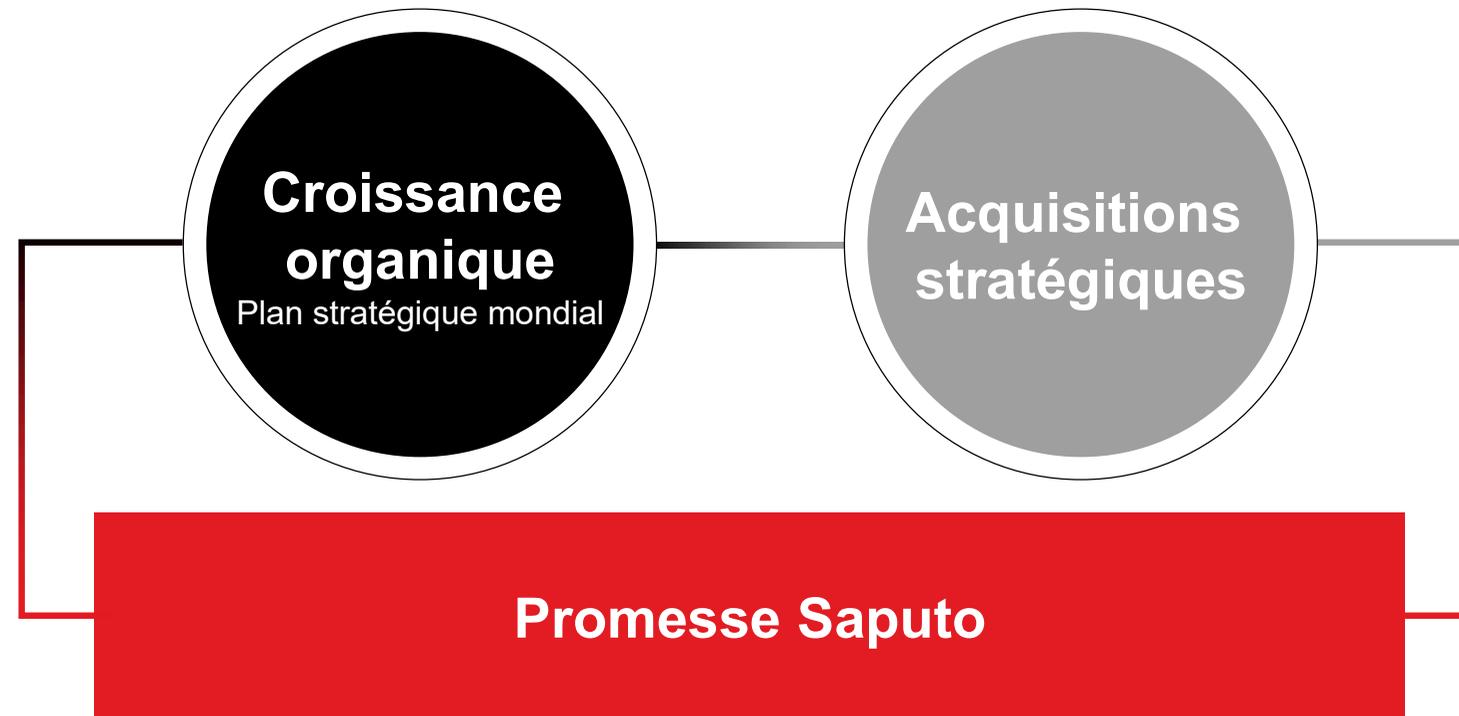
1. Fractionnement d'action de 2:1, le 30 novembre 2001
2. Fractionnement d'action de 2:1, le 21 décembre 2007
3. Fractionnement d'action de 2:1, le 29 septembre 2014

Notre croissance



Une stratégie de croissance bien définie

NOTRE APPROCHE EN TROIS VOLETS



Sélection de tendances et thèmes de l'industrie

Nous sommes bien placés pour saisir les principales occasions de croissance au sein l'industrie laitière

Les consommateurs s'attendent à ce que les entreprises adoptent une approche proactive en matière d'environnement, de bien-être des animaux et de questions sociétales

Demande soutenue dans la catégorie des fromages naturels

Accroissement de l'activité de commerce électronique

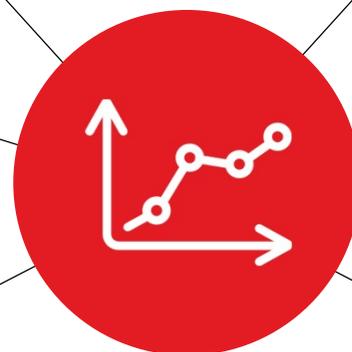
Les aliments et breuvages substitués aux produits laitiers sont en hausse

Projets de fabrication de grande envergure axés sur l'expansion des capacités pour s'adapter à l'évolution de la demande

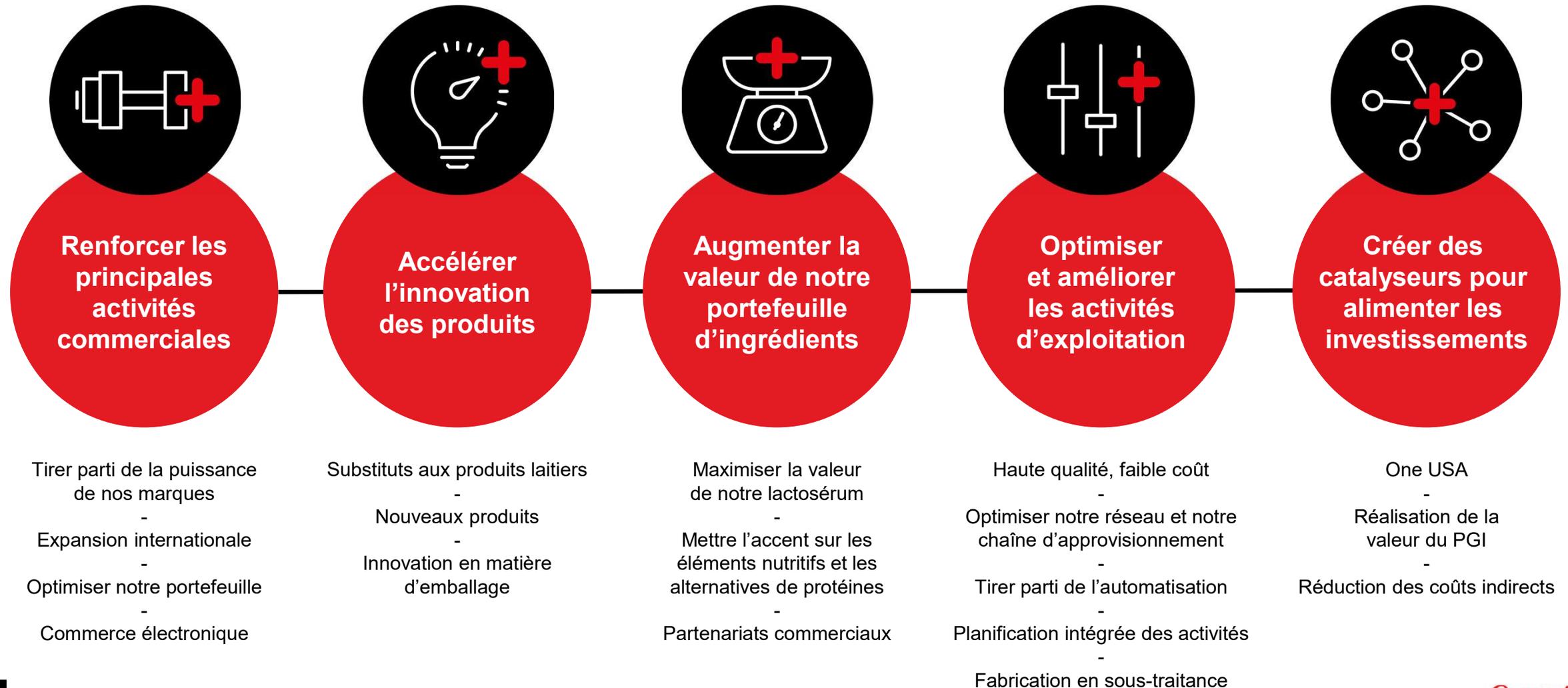
Les tranches, les formats râpés et les collations laitières connaissent une croissance plus forte que l'ensemble du marché des produits laitiers

La consolidation du secteur se poursuit à l'échelle mondiale

Les ingrédients utilisés dans la nutrition sportive, le lait maternisé et les applications pharmaceutiques sont très valorisés



Cinq piliers stratégiques pour stimuler notre croissance organique



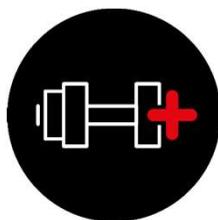
Plan stratégique mondial

Accélérer notre croissance organique sur une période de quatre ans

CIBLE

pour la période de quatre ans se clôturant le 31 mars 2025

—
Atteindre un BAIIA ajusté¹ de 2,125 milliards de dollars d'ici la fin de l'EF25



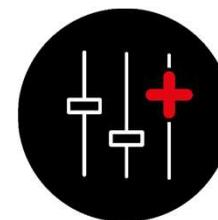
Renforcer les principales activités commerciales



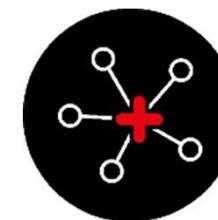
Accélérer l'innovation des produits



Augmenter la valeur de notre portefeuille d'ingrédients



Optimiser et améliorer les activités d'exploitation



Créer des catalyseurs pour alimenter les investissements

Dépenses d'investissement pour soutenir notre croissance



Faits saillants des dépenses d'investissement

EF22-EF25

- Une tranche considérable des fonds devrait être allouée au cours des deux prochaines années, principalement sous le pilier **Optimiser et améliorer les activités d'exploitation**
- + ~550 millions \$ en dépenses d'investissement par rapport aux dépenses historiques sur quatre exercices
- **Maintien de notre approche habituelle en matière de répartition du capital**

FAITS SAILLANTS DE L'EF22

Secteur Canada



- Nous avons terminé notre processus d'expansion de la capacité de production de mozzarella

- Mise en service de notre nouvelle usine à Port Coquitlam :
 - Transfert de la production de lait nature de l'usine de Burnaby
 - Production de substituts aux breuvages laitiers pour nos partenaires de coemballage et de marques privées

- Nous avons mené à bien des projets d'automatisation dans deux usines

- Nous avons rehaussé et réduit la complexité de nos activités de chaîne d'approvisionnement dans l'ensemble de notre réseau

- Nous avons consolidé de nombreux accords à long terme avec des partenaires nouveaux et existants dans les segments de marché des services alimentaires et de détail

- Nos marques *Dairyland* et *Neilson* ont conservé leur position de leader dans leur catégorie et nous avons élargi la gamme de fromages de notre marque phare *Armstrong* en introduisant de nouveaux formats

- Nous avons commercialisé la mozzarella d'origine végétale râpée *Vitalite*, élargissant la distribution auprès de comptes de services alimentaires d'un océan à l'autre

- Nous avons investi davantage dans nos capacités en matière de commerce électronique et dans notre offre directe aux consommateurs; nous avons lancé la nouvelle plateforme de fromages de spécialité *Nibbl*.



FAITS SAILLANTS DE L'EF22

Secteur USA



- Nous avons continué à établir la feuille de route de notre stratégie d'optimisation du réseau d'usines fromagères; nous avons annoncé une première phase :
 - 169 M\$ pour améliorer des installations du Wis. et de la Calif. et pour soutenir nos ambitions de vente au détail
 - Nous prévoyons regrouper nos activités de coupe et d'emballage sur la côte ouest; fermeture de l'usine de la rue Bardsley à l'EF23

- Nous avons progressé dans la simplification de notre portefeuille: réduction d'UGS dans de nombreuses gammes de produits

- *Frigo Cheese Heads, Montchevre, Salemville* et *Frigo* ont conservé leur position de leader dans leur catégorie

- Nous avons introduit un substitut aux fromages sous la marque *Vitalite* : distribution dans les segments de détail et des services alimentaires

- Nous avons commercialisé des substituts aux breuvages laitiers dans le cadre d'importants contrats de marque privée et d'accords de coemballage

- Nous avons commencé à fabriquer des produits nutritionnels aseptiques vendus dans le segment de détail sous la marque bien connue d'un partenaire

- Nous avons étendu nos capacités à fabriquer des produits aseptiques et des collations lactières avec l'acquisition de Carolina; nous avons étendu notre capacité à traiter de la protéine de lactosérum de chèvre et de spécialité, et à augmenter la valeur de nos solides de lactosérum avec l'acquisition de l'installation de Reedsburg

- Nous avons complété le déploiement de notre PGI dans toutes nos installations

FAITS SAILLANTS DE L'EF22

Secteur International



DIVISION PRODUITS LAITIERS (AUSTRALIE)

- Nous avons annoncé la simplification des opérations dans deux de nos usines
- Nous avons amélioré l'efficacité de l'utilisation de nos usines en fournissant à nos clients des produits de marque privée
- Nous avons mené à bien le changement d'image de marque du fromage *CHEER*, lancé des fromages en format collation sous plusieurs marques, et élargi notre portefeuille sans lactose *Liddells*
- Nous avons concentré nos efforts sur une croissance rentable en créant le bon portefeuille et en établissant des partenariats avec les principaux clients du segment de marché des services alimentaires
- Nous avons complété le déploiement du PGI au sein du reste de la Division

DIVISION PRODUITS LAITIERS (ARGENTINE)

- Nous avons gagné en efficacité en matière d'entreposage, ce qui a permis de réaliser d'importantes économies sur les produits secs
- *La Paulina* a célébré son centième anniversaire par une campagne destinée à accroître la valeur de la marque et à renforcer sa place de leader; la marque a développé un nouvel emballage pour les portions de fromage à pâte molle
- Nous avons fait notre entrée dans la catégorie des substituts aux breuvages laitiers sous la marque *Vitalite*

FAITS SAILLANTS DE L'EF22

Secteur Europe



- Nous avons avancé dans l'expansion de notre usine de fromage de Davidstow; investissements continus pour accroître la capacité
- Nous avons entrepris de sous-traiter les activités d'entreposage et de distribution du site de Nuneaton, créant ainsi des possibilités de regroupement :
 - Nous fermerons l'usine de Frome
 - Nous centraliserons nos activités d'emballage des fromages à Nuneaton
- *Cathedral City* a conservé sa position en tant que première marque de cheddar au R.-U.; nous nous sommes associés à une grande chaîne d'épicerie britannique pour lancer une gamme de plats cuisinés de marque
- Nous avons lancé notre partenariat de distribution exclusif à long terme avec Hochland afin de commercialiser *Cathedral City* en Allemagne; nous avons renforcé la présence de la marque aux É.-U. et au Canada
- Nous avons remporté de nouveaux contrats de fabrication de marques privées de fromage et de tartines
- Nous avons tiré parti des nombreuses possibilités offertes par les acquisitions de Bute Island et de Wensleydale Dairy Products pour enrichir nos produits et nos marques :
 - Nous élaborons de nouvelles recettes de fromages territoriaux anglais qui seront commercialisés sous la marque *Cathedral City*
 - Nous augmentons notre capacité de production de fromage d'origine végétale à Bute Island; nous avons commencé à développer un substitut au cheddar *Cathedral City*
- Nous avons conclu de nouveaux contrats pour du lactosérum déminéralisé, nous donnant un meilleur accès au marché; nous avons aussi commencé à modifier nos recettes et nos formats des ingrédients à valeur ajoutée pour mieux répondre à la demande des clients



Acquisitions stratégiques pour compléter notre plan de croissance organique

Principales régions d'intérêt



É.-U., Europe,
Amérique latine,
Océanie

Cibles relatives + approche disciplinée



Bonne complémentarité stratégique pour étendre ou compléter nos activités existantes



Les bonnes conditions (juste valeur et bons termes)

Nos priorités

Fromages

Substituts aux produits laitiers

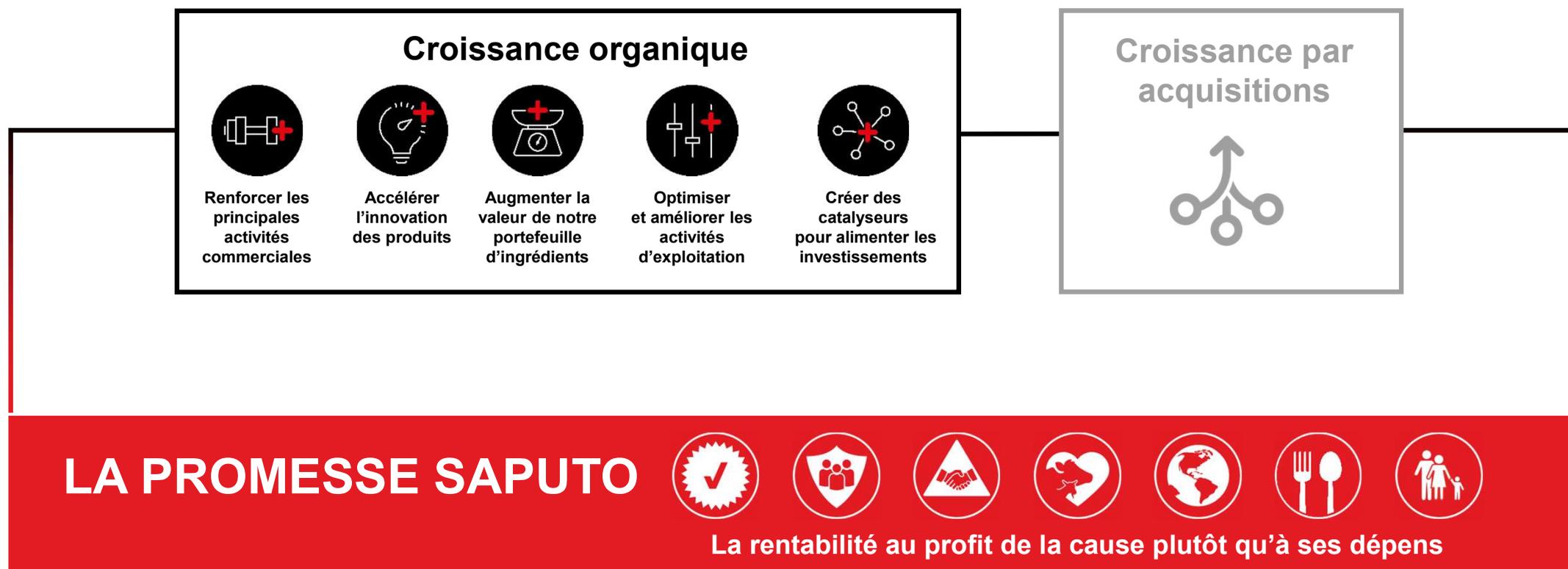
Ingrédients à valeur ajoutée

Commerce de détail aux États-Unis

Miser sur notre feuille de route reconnue en matière d'exécution et d'intégration

Notre promesse stimule, facilite et soutient notre croissance

Cet alignement nous permet de poursuivre la croissance et créer une valeur partagée pour toutes les parties prenantes assurant ainsi la durabilité à long terme de nos activités



FAITS SAILLANTS

Plan triennal relatif à la promesse Saputo (EF20-EF22)



NOS EMPLOYÉS

Nous avons intensifié nos initiatives en matière de diversité, d'équité et d'inclusion (DEI), notamment en :

- joignant Catalyst for Change;
- lançant un programme permanent visant un milieu de travail flexible; et en
- mettant en place de la formation sur les biais inconscients à l'échelle mondiale.

Nous avons augmenté le nombre de femmes à la haute direction, y compris au sein de l'équipe de direction.

25 % | % de femmes à la haute direction à l'EF22

16 % à l'EF20 | 21 % à l'EF21

Nous avons commencé à voir nos indicateurs de santé et de sécurité retrouver une tendance positive à l'EF22, après les difficultés liées à la COVID-19.

1,37 | Taux de fréquence des accidents avec arrêt de travail à l'EF22

1,36 à l'EF20 | 1,61 à l'EF21



APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

Nous avons lancé nos engagements en matière de chaîne d'approvisionnement afin de répondre aux enjeux liés à la durabilité au-delà du cadre de nos activités.

Nous avons rejoint **Pathways to Dairy Net Zero**, une initiative visant à accélérer les efforts en faveur du climat dans l'industrie laitière.

Nous nous sommes engagés à nous approvisionner uniquement en **huile de palme certifiée RSPO***.



ENVIRONNEMENT

Nous avons lancé notre engagement à accélérer notre rendement en matière de climat, d'eau et de déchets.

Investissement de 50 M\$ sur trois ans (EF21-EF23) pour financer plus de 65 projets dans le monde afin de soutenir nos efforts.

Économies annuelles estimées à :

58 000 t de CO₂

484 000 GJ d'énergie

1,9 million de m³ d'eau

Ces investissements, qui touchent aussi bien l'énergie solaire et les systèmes de reprise d'eau que le contenu recyclé dans nos emballages et l'efficacité de nos chaudières, visent tous à nous rapprocher de nos cibles.

- Nous avons signé notre premier contrat d'achat d'énergie renouvelable en Australie, ce qui pourrait réduire de 5 % notre empreinte carbone mondiale.
- Nous avons terminé l'installation d'un système de reprise d'eau dans l'une de nos usines en Californie, qui devrait réduire notre empreinte hydrique mondiale de 2,3 %.
- Nous avons remplacé 33 % du plastique vierge par un matériau PCR* pour une gamme d'emballages de fromage en bloc dans notre Division Produits laitiers (Royaume-Uni).

La table est mise pour la croissance

SAPUTO : PLUS GRANDE, MEILLEURE ET PLUS FORTE

Nos objectifs

Poursuivre notre croissance en assurant la durabilité à long terme de nos activités

Améliorer la rentabilité

Créer de la valeur partagée pour **toutes** nos parties prenantes

Stratégie de croissance

Organique

Plan stratégique mondial (EF22-EF25)



Renforcer les principales activités commerciales



Accélérer l'innovation des produits



Augmenter la valeur de notre portefeuille d'ingrédients



Optimiser et améliorer les activités d'exploitation



Créer des catalyseurs pour alimenter les investissements

Acquisitions

Fusions et acquisitions relatives



Notre promesse Saputo



Qualité et sécurité des aliments



Nos employés



Éthique des affaires



Approvisionnement responsable



Environnement



Nutrition



Communauté

Nos valeurs

Efficacité dans la simplicité

Environnement axé sur l'esprit de famille

Engagement et responsabilisation au quotidien

Toujours s'impliquer activement

Passion

Faits saillants en matière d'investissement

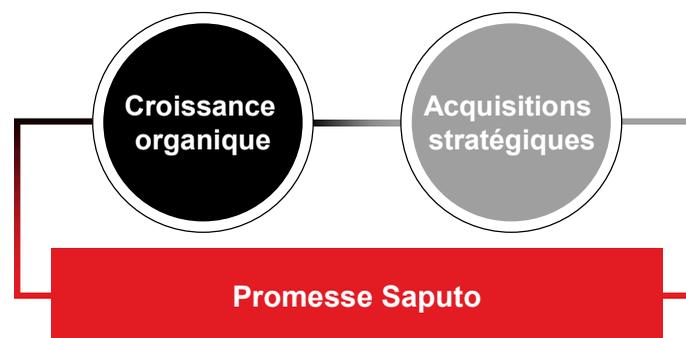


Faits saillants de l'investissement Saputo

Nous avons le bon équilibre entre l'exploitation responsable et la poursuite de croissance

Le marché présente des occasions de croissance

Stratégie de croissance bien définie



Plateforme mondiale diversifiée
=
résilience

Industrie laitière mondiale en croissance annuelle*

Excellence opérationnelle

Offre gagnante :

- qualité des produits
- marques
- proposition de valeur

Bilan et liquidités flexibles

Hausse annuelle constante du dividende

Présence dominante dans les régions laitières d'intérêt

Relations avec les investisseurs

Nicholas Estrela

Directeur, Relations avec les investisseurs

Saputo inc.

6869 boul. Métropolitain Est

Montréal, QC Canada H1P 1X8

514-328-3117

nicholas.estrela@saputo.com

www.saputo.com

