



Imaginez la Suite

RAPPORT ANNUEL 2000



GROUPE SAPUTO INC.

Groupe Saputo Inc. est un fabricant nord-américain de produits laitiers et de produits d'épicerie. Grâce aux activités du secteur Produits laitiers, la Société produit surtout de la mozzarella ainsi que, dans une moindre mesure, d'autres fromages italiens, des fromages européens et nord-américains de même que des produits dérivés du petit-lait tels que le lactose et les protéines de lactosérum. Les principales marques de commerce du secteur Produits laitiers sont *Saputo*, *Stella*, *Frigo*, *Dragone*, *Caron* et *Cayer*. Au Canada, la Société exploite aussi un réseau de distribution qui lui permet d'offrir à sa clientèle un vaste assortiment de fromages importés et de produits non laitiers en complément de sa gamme de fromages.

Pour ce qui est des activités du secteur Produits d'épicerie, elles englobent la production et la distribution de petits gâteaux, de biscuits, de biscottes et de soupes, sous des marques réputées telles que *Vachon*, *Viau-McCormicks*, *Grissol* et *Loney's*.

Saputo emploie plus de 5 400 personnes. Dans son secteur Produits laitiers, elle exploite 17 usines aux États-Unis ainsi que 11 usines et un réseau de 17 centres de distribution au Canada tandis que dans son secteur Produits d'épicerie, elle exploite cinq usines et un réseau de livraison directe aux marchands constitué de 53 entrepôts et de cinq centres de distribution. Les actions de la Société sont inscrites à la bourse de Toronto sous le symbole SAP.

Table des matières

1	FAITS SAILLANTS
2	MESSAGE AUX ACTIONNAIRES
6	SECTEUR PRODUITS LAITIERS
12	SECTEUR PRODUITS D'ÉPICERIE
18	ANALYSE PAR LA DIRECTION
25	ÉTATS FINANCIERS
28	NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS
38	RENSEIGNEMENTS À L'INTENTION DES ACTIONNAIRES
39	CONSEIL D'ADMINISTRATION ET HAUTE DIRECTION

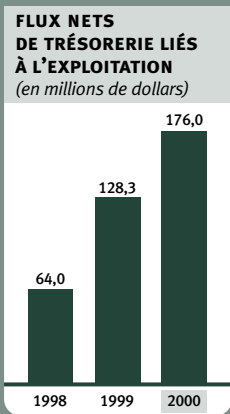
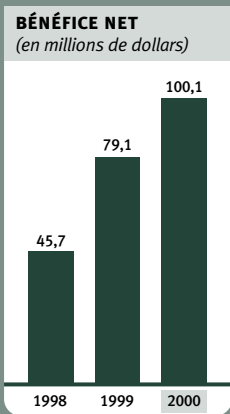
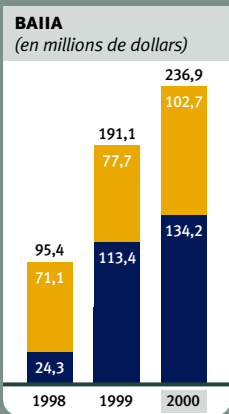
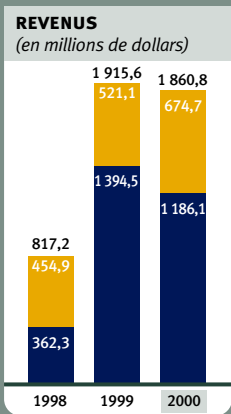
Tous les montants de ce rapport sont en dollars canadiens, sauf indication contraire.

An English copy will be sent to you upon request to:

Communications Department
Saputo Group Inc.
6869 Metropolitain Boulevard East
Saint-Léonard, Québec
H1P 1X8

Faits saillants

Au 31 mars <i>(en milliers de dollars, sauf les données par action et les ratios)</i>	2000	1999	1998
REVENUS			
Secteur Produits laitiers			
Canada	528 466 \$	521 146 \$	454 907 \$
États-Unis	1 186 136	1 394 491	362 348
	1 714 602 \$	1 915 637 \$	817 255 \$
Secteur Produits d'épicerie	146 276 \$	– \$	– \$
	1 860 878 \$	1 915 637 \$	817 255 \$
BÉNÉFICE AVANT INTÉRÊTS, IMPÔTS ET AMORTISSEMENT (BAIIA)			
Secteur Produits laitiers			
Canada	81 539 \$	77 744 \$	71 079 \$
États-Unis	134 188	113 343	24 348
	215 527 \$	191 087 \$	95 427 \$
Secteur Produits d'épicerie	21 218 \$	– \$	– \$
	236 945 \$	191 087 \$	95 427 \$
BÉNÉFICE NET	100 068 \$	79 093 \$	45 745 \$
Flux nets de trésorerie liés à l'exploitation, avant la variation des éléments hors caisse du fonds de roulement d'exploitation	176 047 \$	128 334 \$	63 972 \$
Fonds de roulement	150 562 \$	98 459 \$	115 935 \$
Total de l'actif	1 373 565 \$	1 072 049 \$	896 662 \$
Dette à long terme, incluant la tranche échéant à moins d'un an	501 575 \$	377 784 \$	361 334 \$
Capitaux propres	628 894 \$	449 933 \$	369 893 \$
PAR ACTION			
Bénéfice avant amortissement de l'achalandage			
Non dilué	2,20 \$	1,79 \$	1,30 \$
Dilué	2,08 \$	1,75 \$	0,98 \$
Bénéfice net			
Non dilué	2,00 \$	1,63 \$	1,23 \$
Dilué	1,89 \$	1,59 \$	0,93 \$
Flux nets de trésorerie liés à l'exploitation, avant la variation des éléments hors caisse du fonds de roulement d'exploitation	3,52 \$	2,64 \$	1,72 \$
Valeur comptable	12,28 \$	9,25 \$	7,62 \$
RATIOS FINANCIERS			
Dette portant intérêts / Capitaux propres	0,83	0,99	1,04
Rendement sur les capitaux propres moyens des actionnaires	18,6 %	19,3 %	18,9 %



Message aux actionnaires



L'année fiscale 2000

a été une autre année
marquée sous le signe
de la croissance pour

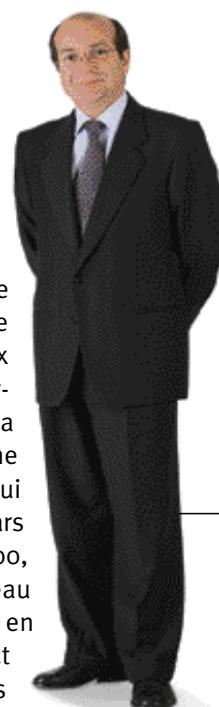
Saputo. Notre bénéfice net
a augmenté de 26,5 % pour

s'établir à 100,1 millions de dollars (2,00 \$ par action),
en comparaison de 79,1 millions de dollars pour l'exercice
précédent. Une portion importante de cette hausse est
attribuable à notre secteur Produits laitiers.

D'ailleurs, au cours de l'exercice, nous avons
complété le processus d'intégration des entreprises
laitières que nous avons acquises aux États-Unis et au
Canada. Pour ce faire, nous avons notamment effectué
une rationalisation de nos activités et de nos produits
ainsi qu'une analyse minutieuse de notre bassin de clients
en fonction de nos objectifs stratégiques. Toutefois, notre
atout le plus précieux a été sans conteste les améliorations
constantes que nous avons apportées à nos procédés
de fabrication. Tous ces facteurs, jumelés au rendement
global de tous les secteurs de la Société, nous ont permis
d'accroître notre productivité et notre bénéfice.

REVENUS

Les revenus de l'exercice 2000 se sont chiffrés à 1,861 milliard de dollars comparativement à 1,916 milliard de dollars pour l'exercice 1999. Cette légère baisse de revenus est directement liée aux deux facteurs principaux qui affectent 64 % de nos ventes, soit la conversion de nos chiffres de ventes américains en dollars canadiens et la fluctuation du prix de vente du fromage aux États-Unis. Or, comme le taux moyen de conversion de l'exercice 2000 était inférieur à celui de l'exercice précédent, cela a eu un effet négatif de 26 millions de dollars sur les revenus de la Société. De plus, au cours de l'exercice 2000, le prix de vente par livre de fromage a chuté à son plus bas niveau en six ans, ce qui a fait baisser le prix moyen à 1,35 \$ US, en comparaison de 1,57 \$ US pour 1999. Cela a entraîné un impact défavorable de 149 millions de dollars par rapport aux revenus de l'exercice précédent.



CAMILLO LISIO

La poursuite de notre expansion nous amènera à scruter toutes les acquisitions d'entreprises susceptibles de compléter nos activités et où l'application de nos méthodes d'exploitation pourront accroître le rendement aux actionnaires.

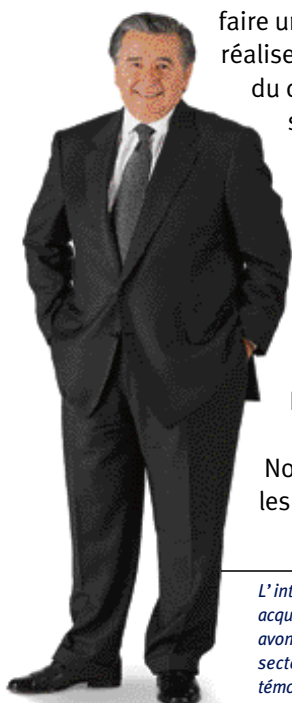
ACQUISITIONS

Partie importante de notre stratégie de développement des affaires, nos acquisitions ont été une source de croissance pour la Société durant le dernier exercice. L'industrie laitière a continué d'être notre premier champ d'intérêt et nous sommes restés ouverts à évaluer des occasions stratégiques en Amérique du Nord et ailleurs. Nous avons aussi élaboré un plan pour diversifier nos activités à même l'industrie alimentaire, et ce, en fonction de notre stratégie d'affaires globale. Cette approche plus large a été adoptée pour nous permettre de multiplier les possibilités de croissance pour la Société, ce qui s'est produit en septembre 1999 lorsque nous avons fait l'acquisition de Culinar Inc., le plus important manufacturier de petits gâteaux et de biscottes et un des plus importants fabricants de biscuits du Canada.

Nous avons été attirés par le potentiel de Culinar et de son impressionnant portefeuille de marques régionales et nationales. D'ailleurs, ses parts de marché enviables dans ses divers secteurs d'activités au Canada nous ont permis d'atteindre un meilleur équilibre entre nos gammes de produits de base et nos gammes de produits de marque ayant une valeur ajoutée. De plus, grâce à cette acquisition, nous avons pu

faire une percée dans d'autres secteurs de l'industrie alimentaire et ainsi réaliser notre objectif de diversification. Les connaissances du marché du détail que nous avons accumulées à travers les activités de notre secteur Produits laitiers ainsi que notre expertise manufacturière nous donnaient toute la confiance nécessaire pour relever ce défi. Nous avons apprécié le soutien de nos actionnaires lorsque nous avons saisi cette occasion. Aussi, nous sommes heureux d'annoncer, après six mois d'exploitation, que nous avons réussi à augmenter le BAIIA (bénéfice avant intérêts, impôts et amortissement) de Culinar de 6,5 millions de dollars sur une base annualisée, en comparaison des données historiques.

Pour ce qui est de l'intégration de Culinar à notre structure corporative, nous l'aurons terminée d'ici la fin de l'exercice en cours. Nous serons alors en mesure d'évaluer les occasions possibles pour les produits de Culinar dans les marchés canadiens et internationaux.



LINO SAPUTO

L'intégration rapide des acquisitions que nous avons effectuées dans notre secteur Produits laitiers témoigne du savoir-faire et de l'expertise des individus qui œuvrent au sein de la Société.



Le 28 février 2000, nous avons également complété l'acquisition de Groupe Cayer-JCB Inc., un fabricant de fromages européens établi au Québec. Nous avons l'intention d'intégrer cette entreprise à notre secteur Produits laitiers ainsi que d'accroître la présence de Cayer dans le marché au moyen de notre réseau de distribution. Comme la plupart des produits fabriqués par Cayer ne sont pas sujets à un quota ou à une tarification lorsqu'ils sont exportés aux États-Unis, ils profiteront de notre représentation dans le marché américain.

PERSPECTIVES

Notre ambition étant de bâtir une entreprise laitière d'envergure mondiale, nous croyons avoir fait un pas de plus vers cet objectif avec nos réalisations de l'exercice 2000. D'ailleurs, l'intégration rapide des acquisitions que nous avons effectuées dans notre secteur Produits laitiers témoigne du savoir-faire et de l'expertise des individus qui œuvrent au sein de la Société. Par conséquent, nous sommes confiants qu'en faisant profiter Culinar de notre expérience, nous pourrions en faire un secteur solide qui viendra compléter nos activités laitières. Précisons que depuis l'acquisition de Culinar, Saputo a été restructurée en deux secteurs, soit Produits laitiers et Produits d'épicerie.

Dans le secteur Produits laitiers, les résultats affichés démontrent clairement que nous sommes un fabricant à faible coût. Pour l'exercice en cours, nous comptons concentrer nos efforts dans le but d'accentuer notre pénétration du marché.

Par ailleurs, la récente décision de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) sur les exportations canadiennes de produits laitiers renforce la pertinence et l'à-propos de notre stratégie de développer de façon significative nos activités aux États-Unis ainsi que de réorganiser la direction de la Société selon une structure nord-américaine. Aujourd'hui, notre présence des deux côtés de la frontière canado-américaine nous sert fort bien. Elle nous permet notamment de continuer à exploiter certains marchés internationaux avec des produits fabriqués aux États-Unis dans l'attente de la mise en place d'un nouveau système canadien d'exportation des produits laitiers conforme aux normes de l'OMC.

Dans le secteur Produits d'épicerie, nous nous activerons à mettre en œuvre les mêmes méthodes de production et d'exploitation qui ont contribué au succès de notre secteur Produits laitiers. Ceci renforcera ses assises aussi bien que sa compétitivité. De plus, nous profiterons du processus d'intégration du secteur pour réaliser une analyse exhaustive de toutes ses activités.

Quant à la poursuite de notre expansion, elle nous amènera à scruter l'acquisition d'entreprises qui sont susceptibles de compléter nos activités et où l'application de nos méthodes d'exploitation pourront accroître le rendement aux actionnaires.

En terminant, nous tenons à remercier nos employés de leur performance exceptionnelle qui a été le moteur même de notre réussite. Nous profitons également de l'occasion pour souhaiter la bienvenue aux femmes et aux hommes qui se sont joints à nous cette année, en espérant que Saputo puisse leur offrir un environnement propice à la réalisation de leur plein potentiel. Enfin, nous aimerions exprimer notre gratitude à nos collègues du Conseil d'administration pour leurs conseils judicieux et leur soutien indéfectible.

"Lino Saputo"
(signé)

Lino Saputo
Président du Conseil d'administration
et chef de la direction

"Camillo Lisio"
(signé)

Camillo Lisio
Président et
chef de l'exploitation



Les fondements de notre croissance

Un leader nord-américain dans les marchés de la mozzarella et des fromages de spécialités, Saputo est en constante évolution selon un plan d'affaires bien précis. Sans cesse aux aguets, la Société est prête à saisir toutes les occasions aptes à la faire grandir dans le respect de celui-ci.

Chez Saputo, nous savons que la qualité des produits est l'ultime garantie de croissance. Car seuls les produits de qualité méritent qu'on y soit fidèle. La Société n'a jamais fait de compromis sur la qualité de ses produits et sa clientèle le lui a bien rendu.

Depuis sa fondation en 1954, et encore plus depuis qu'elle est devenue une société ouverte, Saputo a toujours géré ses actifs de manière à en optimiser le rendement pour ses actionnaires. D'ailleurs, toutes les décisions d'affaires sont prises dans le respect de cette philosophie intrinsèque.



Produits laitiers

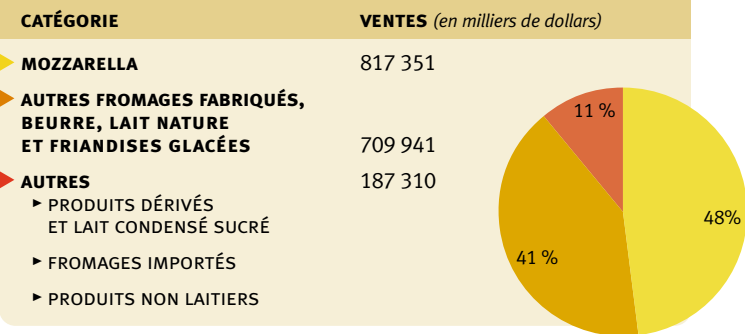
Activités : Fondée en 1954, Saputo a su, au fil des ans, fermement établir son expertise en matière de production de produits laitiers de qualité à faible coût. D'ailleurs, les origines de notre secteur Produits laitiers – le plus important de la Société – remonte à la fondation même de l'entreprise. Aujourd'hui, nous y fabriquons une gamme complète de fromages ainsi que des produits dérivés du lactosérum tel que le lactose. De plus, au Québec, nous fabriquons des friandises glacées et embouteillons du lait nature.

Nous exploitons également
un réseau de distribution
constitué de
17 centres répartis
stratégiquement
à travers le pays.



Nous offrons à notre clientèle un vaste assortiment de produits alimentaires et non alimentaires fabriqués par des tiers qui complètent notre gamme de fromages.

VENTES PAR CATÉGORIE DE PRODUITS



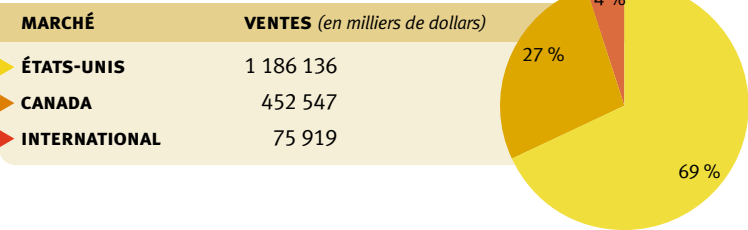
FROMAGES FABRIQUÉS

TYPE	PRODUIT
ITALIEN	Asiago, bocconcini, cacino, caciocavallo, fontinella, friulano, gorgonzola, mozzarella, parmesan, pastorella, provolone, ricotta, romano, trecce, tuma.
EUROPÉEN	Bleu, brie, camembert, chèvre, feta, havarti, suisse.
NORD-AMÉRICAIN	Brick, cheddar, colby, farmer, Lorraine, monterey jack, munster, fromage fondu.



Nos méthodes de production et d’exploitation rigoureuses nous permettent de rester concurrentiels dans tous les marchés dans lesquels nous faisons des affaires. Nous vendons nos produits dans trois marchés, soit le Canada, les États-Unis et le marché international, sous des marques nationales et régionales reconnues.

VENTES PAR MARCHÉ

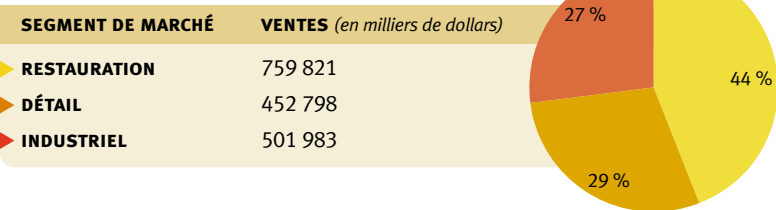


ÉTENDUE GÉOGRAPHIQUE DE NOS MARQUES DE COMMERCE

CANADA	MARQUES DE COMMERCE
MARQUES NATIONALES	Saputo Stella Cayer Caron
MARQUES DU QUÉBEC	Descôteaux Froma-Dar
MARQUE DE L'OUEST CANADIEN	Bari
ÉTATS-UNIS	MARQUES DE COMMERCE
MARQUES NATIONALES	Stella Frigo Lorraine
MARQUES DE L'EST AMÉRICAIN	Dragone Saputo Cayer
MARQUES DE L'OUEST AMÉRICAIN	Gardenia

Nos ventes sont réparties entre trois segments de marché. Cette diversification est bénéfique pour la Société puisqu’elle ne la rend pas entièrement dépendante de l’un ou l’autre des segments pour assurer sa base de revenus et sa rentabilité ultime. Cela a aussi l’avantage de permettre à la Société de répondre aux nouvelles tendances des habitudes de consommation, qu’elles soient d’origine économique ou sociale.

VENTES PAR SEGMENT DE MARCHÉ



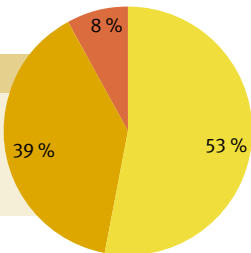
RESTAURATION

Dans le segment de la restauration, nous nous positionnons comme un fabricant de produits de marques nationales et de marques privées qui répond aux besoins d’une clientèle principalement constituée de distributeurs, d’hôtels, de pizzerias et de restaurants. Au Canada, par ailleurs, nous exploitons aussi un réseau de distribution qui nous permet d’offrir à nos clients, outre nos fromages, une gamme complète de produits alimentaires et non alimentaires fabriqués par des tiers.

La qualité constante de nos produits ainsi que notre service personnalisé ont fait de nous un leader dans ce segment de marché. Au fil des ans, nous avons bâti des relations de confiance avec nos clients qui, par leur fidélité, nous poussent sans cesse à être toujours plus efficaces.

VENTES PAR MARCHÉ

MARCHÉ	VENTES (en milliers de dollars)
▶ ÉTATS-UNIS	402 507
▶ CANADA	298 391
▶ INTERNATIONAL	58 923



OBJECTIFS 2000

Dans ce segment, notre objectif était de renforcer notre position de spécialiste en répondant aux besoins de nos clients. Pour ce faire, nous avons réalisé des offensives promotionnelles saisonnières et proposé des suggestions de recettes à nos clients afin d’augmenter l’utilisation de nos produits. Résultat : nos clients emploient maintenant davantage les fromages italiens et européens dans leur menus, comme en témoignent nos excellentes ventes de fromages de spécialités italiens tout au long de l’année.

Aux États-Unis, en février 2000, nous avons mis sur pied un programme promotionnel pour faire connaître notre produit *Lasagna Made Easy* de *Frigo*, un mélange de ricotta et d’épices prêt à être utilisé, en réponse à la demande croissante pour des produits permettant de réduire le temps de préparation des repas. Du côté canadien, c’est le lancement d’une nouvelle gamme de mélanges de fromages qui a retenu l’attention. Enfin, pour ce qui est du marché international, nous avons continué d’y développer nos affaires, en mettant surtout l’accent sur la vente et la distribution de mozzarella un peu partout dans le monde, notamment dans des pays tels que le Mexique, la Belgique et l’Arabie Saoudite.

OBJECTIFS 2001

Notre objectif sera d’augmenter notre position dans ce segment, en explorant et en développant de nouvelles avenues dans des marchés non traditionnels pour la Société.

Bien entendu, nous continuerons aussi de déployer tous les efforts pour produire des fromages de qualité et offrir un service personnalisé hors pair. Car, essentiellement, nous croyons que ces deux facteurs sont les atouts fondamentaux qui nous démarquent en restauration.

Sur le marché international, nous avons continué de développer nos affaires, en mettant surtout l’accent sur la vente et la distribution de mozzarella un peu partout dans le monde, notamment dans des pays tels que le Mexique, la Belgique et l’Arabie Saoudite.





Nous avons réalisé des offensives promotionnelles saisonnières et proposé des suggestions de recettes à nos clients afin d'augmenter l'utilisation de nos produits.

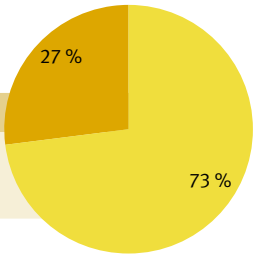
DÉTAIL

Dans le segment du détail, nous approvisionnons un vaste éventail de clients tels que des chaînes de supermarchés, des magasins, des clubs-entrepôts et des boutiques de fromages fins. Nous y sommes d'abord reconnus comme étant un fournisseur de fromages de spécialités italiens, dont les plus populaires sont la mozzarella, la ricotta, le provolone, le parmesan et l'asiago. Auprès des consommateurs, nous positionnons nos fromages comme des produits qui rehaussent en un rien de temps la cuisine italienne de tous les jours.

Notre gamme de produits comprend aussi plusieurs autres fromages tels que le bleu, les bocconcini, le Lorraine, le suisse et la mozzarella à effiloche, pour n'en nommer que quelques-uns.

VENTES PAR MARCHÉ

MARCHÉ	VENTES (en milliers de dollars)
▶ ÉTATS-UNIS	331 972
▶ CANADA	120 826



OBJECTIFS 2000

Nos objectifs étaient de consolider notre présence au détail et d'accroître la notoriété de nos marques de commerce auprès des consommateurs. Nous y sommes parvenus en élaborant de nouveaux produits et des promotions majeures pour appuyer nos marques.

Au Canada, nous avons modifié le positionnement de notre marque *Caron* afin de mettre en valeur nos gammes de fromages européens domestiques et importés. Nous avons aussi tiré profit d'une plus grande demande des consommateurs pour des produits pratiques, en lançant une nouvelle gamme de fromages en tranches sous la marque *Saputo*. D'ailleurs, cette gamme a été finaliste du Grand prix canadien des produits nouveaux.

Du côté des États-Unis, nous avons mis en œuvre deux actions d'envergure afin d'augmenter les ventes de notre produit *Cheese Heads*. Dans un premier temps, nous l'avons associé à de grands chefs de file du divertissement familial, soit Disney et Nickelodeon, avec la présence de leurs marques sur nos emballages. De plus, nous avons complété ces promotions avec de la publicité dans les magazines Disney Adventures et Nickelodeon ainsi qu'à Disney Radio et sur le site « nickelodeon.com ». Dans un deuxième temps, nous avons lancé une variété à saveur de cheddar, en janvier 2000, qui a connu un succès instantané au détail et, conséquemment, des ventes initiales impressionnantes. Dans le marché américain, notre produit *Cheese Heads* de *Frigo* trône au sommet de la catégorie du fromage à effiloche avec une importante part de marché de 18 %¹.

OBJECTIFS 2001

Nos deux objectifs principaux pour cette année sont de renforcer encore davantage notre présence au détail à travers l'Amérique du Nord, en misant notamment sur nos produits dominants tels que les *Cheese Heads*, et de nous affirmer comme un leader des fromages de spécialités.

L'acquisition de *Groupe Cayer-JCB Inc.*, le 28 février 2000, rejoint tout à fait ces objectifs. Car ce manufacturier de fromages de spécialités nord-américains et européens, vient compléter remarquablement notre production fromagère avec des produits tels que le brie, le camembert, le fromage de chèvre et le havarti.

En outre, nous entendons positionner clairement nos marques de commerce en les appuyant avec des efforts marketing soutenus, tels que la diffusion de nouvelles recettes et la réalisation de campagnes de promotion. Nous allons notamment lancer deux nouvelles promotions majeures sur les emballages de *Cheese Heads* au cours de l'année. Enfin, nous comptons aussi élargir notre gamme de produits.

¹ A.C. Nielsen – 12 février 2000 (52 semaines)

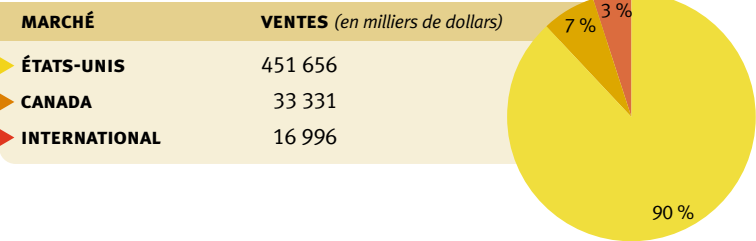


Nous avons associé notre produit *Cheese Heads* à de grands chefs de file du divertissement familial, dont Disney, avec la présence de ces marques sur nos emballages et de la publicité dans le magazine Disney Adventures ainsi qu'à Disney Radio.

INDUSTRIEL

Dans le segment industriel, nos clients sont des transformateurs qui utilisent nos produits comme ingrédients dans la préparation d’autres produits alimentaires. Pour eux, nous nous positionnons comme le fournisseur capable de développer des produits de qualité qui répondent à leurs spécifications. Auprès de cette clientèle, la constance de la qualité est primordiale et nous avons certainement livré la marchandise à ce niveau. Très au fait des activités de nos clients, notre équipe des ventes est en mesure d’offrir à ceux-ci un soutien technique des plus appréciables.

VENTES PAR MARCHÉ



OBJECTIFS 2000



Notre objectif était de développer encore davantage notre position dans le marché des mets surgelés et « prêts-à-manger ».

Pour y arriver, nous avons entre autres stimulé nos ventes de fromage bleu, un ingrédient de choix pour les fabricants de vinaigrettes. De plus, pour répondre aux besoins de nos clients, nous avons su encore mieux tirer profit de nos multiples variétés de mozzarella et de notre habileté à transformer nos recettes de ricotta selon les besoins de notre clientèle. Nos chiffres de ventes dans ce segment sont la meilleure preuve de la pertinence de nos efforts.

OBJECTIFS 2001

Avec le temps qui est une denrée toujours plus rare, les consommateurs semblent rechercher de plus en plus des solutions minute pour leurs repas. Aussi, avons-nous la conviction que les ventes de produits surgelés et « prêts-à-manger » augmenteront et il va sans dire que nous sommes déterminés à profiter au maximum de cette tendance en faisant activement la promotion de nos produits.

L’objectif prioritaire de la Société en 2001 dans ce secteur sera donc d’optimiser encore plus sa présence dans ce segment. Pour y parvenir, Saputo déploiera tous les efforts pour faire connaître encore mieux ses différentes gammes de fromages auprès des principaux fabricants de mets surgelés ainsi qu’auprès des chaînes d’alimentation ou des fournisseurs qui préparent du « prêt-à-manger ».



Produits d'épicerie

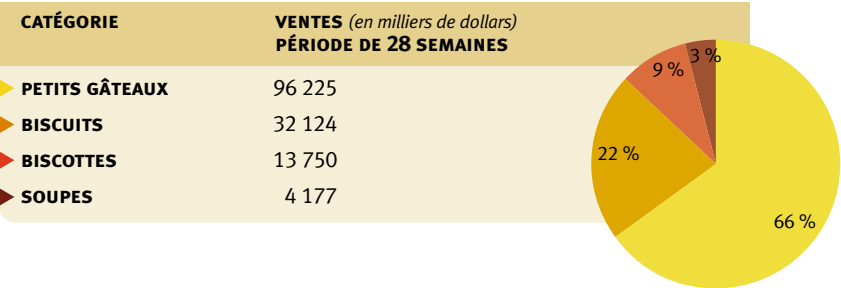
Activités : Le secteur Produits d'épicerie est nouveau pour Saputo et a été créé à la suite de l'acquisition de Culinar au mois de septembre 1999.

Il englobe tous les produits non laitiers fabriqués par la Société.

Ceux-ci sont divisés en quatre catégories, soit les petits gâteaux, les biscuits, les biscottes et les soupes.



VENTES PAR CATÉGORIES DE PRODUITS

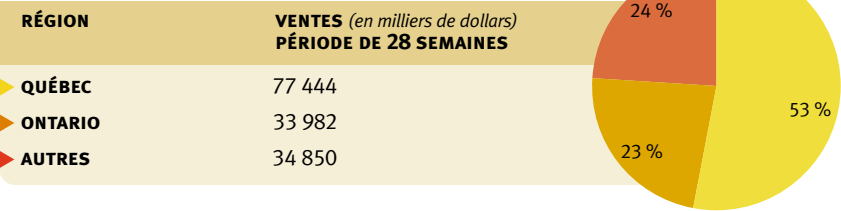


PRODUITS FABRIQUÉS

CATÉGORIE	PRODUIT
PETITS GÂTEAUX	Petits gâteaux, barres muffin, feuilletés, tartelettes
BISCUITS	Biscuits sandwichs aux fruits et à la gelée, enrobés, guimauves, secs
BISCOTTES	Biscottes, croûtons, pains bâtons, pains collation, pains grillés, toasts Melba
SOUPES	Soupes déshydratées, bouillons

Nos revenus sont générés presque exclusivement dans le segment de marché du détail canadien.

VENTES PAR RÉGIONS



Nos produits sont commercialisés sous quatre marques parapluie, soit *Vachon*, *Viau-McCormicks*, *Grissol* et *Loney's*. Chaque marque parapluie, exception faite de *Loney's*, soutient des marques de commerce fortes dont voici un aperçu.

MARQUES PRINCIPALES SOUS LES MARQUES PARAPLUIE

	Ah Caramel! Jos. Louis May West Passion Flakie Hop & Go	
	P'tite fringale	
	Whippet Viva Puffs Normandie Wagon Wheels Imagine	
MARQUES INDÉPENDANTES	Flamingo Granny's Loney's	



PETITS GÂTEAUX

Dans la catégorie Petits gâteaux, nous commercialisons nos produits sous la marque Vachon. Les plus populaires portent les noms *Jos. Louis*, *Ah Caramel!*, *Passion Flakie* et *May West*. Depuis 1998, la marque a aussi fait une percée dans le segment des collations qualifiées de « choix sain », avec sa gamme de produits *Hop & Go*. Au Canada, nous occupons une position prédominante au sein du segment des petits gâteaux.

Afin d'accroître la notoriété des marques, une série de nouveaux produits a été lancée dont une nouvelle gamme de barres Hop & Go, la barre Jos. Louis ainsi que des produits saisonniers tels que les Ah Caramel! à l'érable.



OBJECTIFS 2000

L'objectif était de focaliser sur les marques les plus performantes dans cette catégorie. Aussi, afin d'accroître leur notoriété, une série de nouveaux produits a été lancée dont une nouvelle gamme de barres *Hop & Go*, la barre *Jos. Louis* ainsi que des produits saisonniers tels que les *Ah Caramel!* à l'érable et la bûche de Noël forêt noire *Billot*. Ces nouveautés ont contribué significativement à nos chiffres de vente pour l'exercice.

OBJECTIFS 2001

Au cours de l'exercice financier 2001, nous continuerons de faire la promotion de nos marques principales, en nous concentrant spécialement sur deux tendances dominantes chez les consommateurs, soit la recherche de produits qualifiés de « choix sain » et les collations « prêtes-à-manger ». Nous prévoyons aussi développer de nouveaux produits gâteries pour les consommateurs qui aiment se faire plaisir.



BISCUITS

Dans la catégorie Biscuits, nous commercialisons nos produits sous la marque *Viau-McCormicks*. Les plus populaires portent les noms *Viva Puffs*, *Whippet*, *Wagon Wheels* et *Normandie*.

OBJECTIFS 2000

L'objectif était de contrôler la décroissance des ventes. Pour ce faire, l'accent a été mis sur les marques fortes et le développement de nouveaux produits. Parmi les faits saillants de ce plan, notons le lancement de la gamme *Imagine*, l'introduction des biscuits *Viva Fun Tic Tac Toe* pour enfants ainsi que le lancement des nouveaux *Whippet Cappucino* qui ont marqué la mise en marché des nouveaux emballages de la gamme. Les emballages de la gamme *Normandie* ont également été ragaillardis.

De plus, deux promotions majeures ont été conçues pour la gamme *Whippet* avec deux partenaires de renom : le Cirque du Soleil et le Festival Juste pour rire. Une promotion nationale, qui avait comme principale caractéristique d'inclure une carte d'appel dans chaque boîte, a également été réalisée pour les produits *Viva Puffs*. La promotion a connu un succès retentissant.

OBJECTIFS 2001

Extrêmement concurrentiel, le marché de la biscuiterie regroupe plus de 2 000 produits différents commercialisés sous quelque 300 marques distinctes au pays. Aussi, afin de conserver notre position, voire l'améliorer, nous miserons sur le succès de notre gamme *Imagine* ainsi que sur le lancement de nouveaux produits.



Deux promotions majeures ont été conçues pour la gamme *Whippet*, avec deux partenaires de renom : le Cirque du Soleil et le Festival Juste pour rire.





BISCOTTES

Dans la catégorie Biscottes, la marque principale est *Grissol*. Elle chapeaute une série de gammes de produits dont des biscottes, des bâtonnets de pain, des croûtons et les classiques toasts Melba.

OBJECTIFS 2000

Il y avait trois objectifs, soit stimuler le mouvement de croissance modeste de la biscotterie traditionnelle, faire évoluer la perception de la marque *Grissol* auprès des consommateurs au moyen des produits tendance *P'tite fringale* et pénétrer le segment des grignotises salées avec un nouvelle collation différenciée.

Pour atteindre les deux premiers objectifs, quatre promotions saisonnières ont été mises sur pied et ont permis d'installer des étalages-planchers qui ont engendré une croissance des ventes appréciable. Quant au troisième objectif, la nouvelle collation *Frenzi* n'a pas répondu aux attentes.

OBJECTIFS 2001

Afin de maintenir notre position de leader, nous continuerons à dynamiser l'image de la marque *Grissol* au cours du prochain exercice. Dans cette optique, nous mettrons en œuvre des actions axées sur le rapprochement de la marque avec les consommateurs. Nous leur suggérerons donc des utilisations simples et faciles à préparer, de façon à intégrer encore plus les produits *Grissol* dans leur quotidien.

Nous suggérerons aux consommateurs des utilisations simples et faciles à préparer, de façon à intégrer encore davantage les produits *Grissol* dans leur quotidien.

SOUPES

Tous les produits de cette catégorie portent la marque *Loney's*, sous laquelle nous commercialisons une gamme variée de soupes et de bouillons.

OBJECTIFS 2000

L'objectif était d'exploiter les acquis avec un investissement marketing restreint. Des activités promotionnelles tactiques, tels que des emballages spéciaux affichant de nouvelles façons d'utiliser les produits ont donc été élaborés et ont permis de maintenir les parts de marché.

OBJECTIFS 2001

Nous nous activerons à dynamiser l'image de la marque *Loney's* afin d'améliorer l'impact de nos produits sur les tablettes dans les marchés où nous sommes présents.



Des activités promotionnelles tactiques, tels que des emballages spéciaux affichant de nouvelles façons d'utiliser les produits, ont été élaborés et ont permis de maintenir les parts de marché.

Section financière

Table des matières

18	ANALYSE PAR LA DIRECTION
24	ÉNONCÉ DE RESPONSABILITÉ ET RAPPORT DES VÉRIFICATEURS
25	ÉTATS FINANCIERS
28	NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS



GROUPE SAPUTO INC.

Analyse par la direction

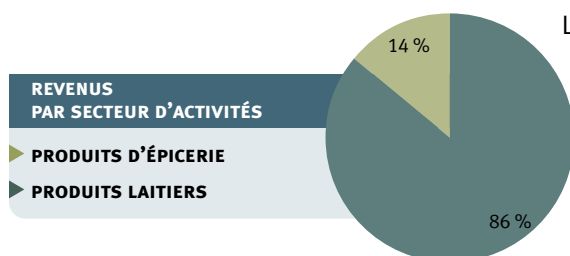
des résultats d'exploitation et de la situation financière

Durant l'exercice 2000, Groupe Saputo Inc. a progressé de façon appréciable. Le bénéfice net a augmenté de 26,5 % et atteint 100,1 millions de dollars par rapport aux 79,1 millions de dollars de l'exercice précédent, et ce, malgré une légère baisse de revenus. Cette hausse est principalement imputable à nos activités américaines.

L'exercice 2000 a été marqué par les acquisitions de Culinar Inc., le 15 septembre 1999, et de Groupe Cayer-JCB Inc., le 28 février 2000, ainsi que par l'émission des effets de premier rang de 250 millions de dollars US sur le marché américain, l'automne dernier. L'acquisition de Culinar Inc. est reflétée dans les états financiers pour une période de 28 semaines tandis que celle de Groupe Cayer-JCB Inc. l'est pour une période de 4 semaines. Les résultats financiers témoignent aussi du succès de l'intégration de nos activités américaines et de notre engagement à améliorer continuellement l'efficacité de l'entreprise.

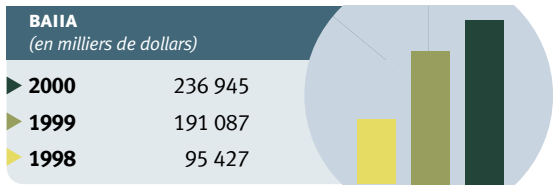
RÉSULTATS D'EXPLOITATION

Les **revenus consolidés** de la Société ont totalisé 1,861 milliard de dollars au cours de l'exercice terminé le 31 mars 2000, en baisse de 2,9 % sur les 1,916 milliard de dollars de l'exercice 1999. Cette diminution est advenue malgré les revenus supplémentaires de 146,3 millions de dollars apportés par Culinar Inc. depuis son acquisition. Ceux-ci ont été absorbés par l'impact négatif qu'a eu sur nos revenus la baisse du prix de vente moyen de la livre de fromage sur le marché américain.



La Société exerce maintenant ses activités dans deux secteurs, soit les Produits laitiers et les Produits d'épicerie. Sur une base annualisée, le secteur Produits laitiers génère 86 % de nos revenus alors que Culinar Inc., dont les activités sont maintenant regroupées sous le secteur Produits d'épicerie, représente la portion restante de 14 %.

Le **bénéfice avant intérêts, impôts sur le revenu et amortissement (BAIIA)** a atteint 236,9 millions de dollars pour l'exercice financier 2000, soit une augmentation de 24 % en comparaison des 191,1 millions de dollars de l'exercice clos le 31 mars 1999. 53,7 % de cette croissance est attribuable à notre secteur Produits laitiers, un témoignage des résultats de l'intégration des activités américaines. Les 21 millions de dollars restants proviennent des activités de notre nouveau secteur Produits d'épicerie.



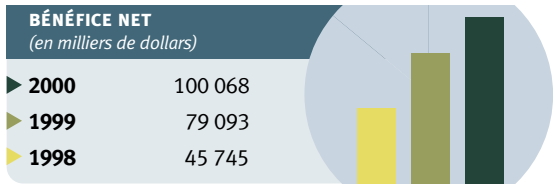
La **dépense d'amortissement** des immobilisations de l'exercice financier 2000 a atteint 37,8 millions de dollars, soit une hausse de 10,7 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent. L'augmentation provient principalement des activités de Culinar Inc., acquise en cours d'exercice, et de l'amortissement lié aux ajouts en immobilisations du reste du Groupe.

Les **frais d'intérêt** ont totalisé 37,6 millions de dollars au 31 mars 2000, comparativement à 33,9 millions de dollars à la même date l'an passé. Cette hausse est due à l'acquisition de Culinar Inc., qui a été financée en partie par un emprunt bancaire de 180 millions de dollars.

La **dépense d'impôt** est directement liée aux taux en vigueur. Le taux d'impôt consolidé a été moins élevé au cours de l'exercice 2000 que celui de l'exercice précédent, notamment parce que la Société a bénéficié d'une réduction d'impôts grâce au financement qu'elle a mis en place par voie d'effets de premier rang américains.

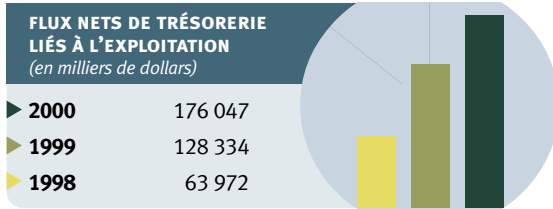
L'**amortissement de l'achalandage** s'est élevé à 10,1 millions de dollars au cours de l'exercice financier 2000 en comparaison des 7,9 millions de dollars de l'exercice 1999. Cette augmentation provient avant tout de l'amortissement de l'achalandage lié à l'acquisition de Culinar Inc.

Le **bénéfice net** a atteint les 100,1 millions de dollars, ou 2,00 \$ par action, pour l'exercice financier terminé le 31 mars 2000, soit une hausse de 26,5 % en comparaison de 79,1 millions de dollars, ou 1,63 \$ par action, pour l'exercice précédent. Cette importante progression du bénéfice net est le résultat concret de l'intégration de nos activités américaines qui, de par leur efficacité accrue, ont eu un impact positif sur le rendement de la Société.

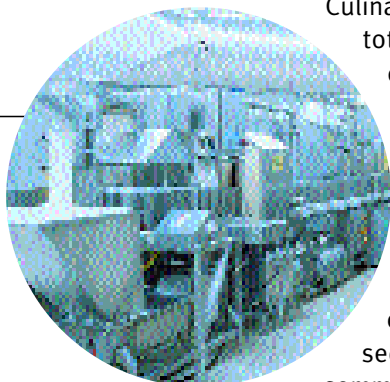


TRÉSORERIE ET RESSOURCES FINANCIÈRES

Les flux nets de trésorerie, avant la variation des éléments hors caisse du fonds de roulement d'exploitation se sont élevés à 176 millions de dollars, ou 3,52 \$ par action, pour l'exercice financier 2000, soit une hausse de 37,2 % par rapport aux 128,3 millions de dollars, ou 2,64 \$ par action, de l'exercice financier précédent. Outre la contribution importante du bénéfice net, la trésorerie a été générée par la portion considérable de l'amortissement des immobilisations et de l'achalandage ainsi que par les impôts reportés liés aux immobilisations ou les pertes fiscales des entreprises acquises par la Société.



Une bonne partie des ajouts aux immobilisations a été investie avec l'objectif d'accroître notre efficacité manufacturière et opérationnelle.



Au cours de l'exercice 2000, la Société a acquis les entreprises Culinar Inc. et Groupe Cayer-JCB Inc. pour une considération totale de 297,2 millions de dollars, réglée au moyen d'un financement bancaire de 180 millions de dollars et de l'émission d'actions ordinaires d'une valeur de 100 millions de dollars en capital-actions.

Pour ce qui est des ajouts aux immobilisations, la dépense s'est élevée à 53,1 millions de dollars répartis comme suit : 36,7 millions de dollars pour nos activités américaines et 16,4 millions de dollars pour nos activités canadiennes, dont 3,1 millions de dollars affectés à notre secteur Produits d'épicerie. Une bonne partie de cette somme a été investie avec l'objectif d'accroître notre efficacité manufacturière et opérationnelle. Certains projets majeurs ont également été complétés ou mis en œuvre. Aux États-Unis, le tiers des montants dépensés a servi à l'agrandissement et à la modernisation de l'usine de Hinesburg, au Vermont, ce qui nous a permis de fermer l'usine de Richmond, également située au Vermont. Au Canada, une portion importante du montant dédié a été affecté à l'agrandissement du siège social.

Au cours de l'exercice 2001, nous prévoyons ajouter environ 45 millions de dollars aux immobilisations, toujours dans le but d'améliorer nos procédés de fabrication et d'accroître la rentabilité de la Société.

Par ailleurs, afin d'améliorer sa flexibilité financière, la Société a procédé au refinancement d'une partie de sa dette bancaire par l'émission d'effets de premier rang sur le marché américain. Ces effets de premier rang ont été émis pour un total de 250 millions de dollars US, avec un terme moyen de 10,6 ans à un taux d'intérêt moyen de 8,16 %. Cette rentrée de fonds a surtout servi au refinancement de la dette à long terme contractée précédemment auprès d'un syndicat bancaire. Avec cette émission, Groupe Saputo Inc. bénéficie de sources additionnelles de financement et de conditions de crédit avantageuses qui s'avéreront utiles dans le cadre de sa stratégie de croissance.

La Société verse un dividende trimestriel de 0,06 \$ par action, pour un total annuel de 0,24 \$ par action en circulation. Pour l'exercice clos le 31 mars 2000, la Société a distribué 12 millions de dollars à ses actionnaires. Le fonds de roulement à la fin de l'exercice 2000 s'est soldé à 150,6 millions de dollars en comparaison des 98,5 millions de dollars de l'exercice précédent. Quant au ratio de la dette portant intérêts sur les capitaux propres, il s'est amélioré à 0,83 le 31 mars 2000 en comparaison de 0,99 à la même date l'année précédente.

La structure financière de Groupe Saputo Inc., au 31 mars 2000, démontre que la Société peut pourvoir sans difficulté à ses besoins futurs pour ce qui est des ajouts aux immobilisations et du remboursement de sa dette à long terme. La société dispose également d'un crédit bancaire non utilisé de 157,4 millions de dollars lui permettant d'assurer sa croissance.

INSTRUMENTS FINANCIERS, RISQUE ET INCERTITUDE

La Société se protège contre les risques liés à la fluctuation des taux d'intérêt avec une dette à long terme à taux fixe sous forme d'effets de premier rang et avec un contrat de crédit croisé (« swap ») lui donnant la possibilité de profiter de taux d'intérêt invariables sur des périodes de temps spécifiques. Quant aux risques relatifs au taux de change, les flux de trésorerie suffisants liés aux activités américaines constituent une protection naturelle contre ceux-ci.

DÉCISION DE L'OFFICE MONDIALE DU COMMERCE

En réponse à l'appel du Canada, l'OMC a entériné sa décision en faveur des États-Unis et de la Nouvelle-Zélande à l'effet que le Canada contrevenait à ses obligations en matière d'exportation subventionnée de produits laitiers. À la suite de cette décision, la Commission canadienne du lait a cessé, le 1^{er} février 2000, d'émettre les permis qui garantissent aux transformateurs un prix spécial pour le lait servant à produire des fromages destinés à l'exportation.

Présentement, des discussions sont engagées entre tous les intervenants de l'industrie laitière canadienne afin d'établir un système d'exportation qui soit conforme aux engagements du Canada dans le cadre de l'accord sur l'agriculture du GATT 1994. Pour le moment, il nous est toutefois impossible de prévoir la date de mise en place d'un tel système.

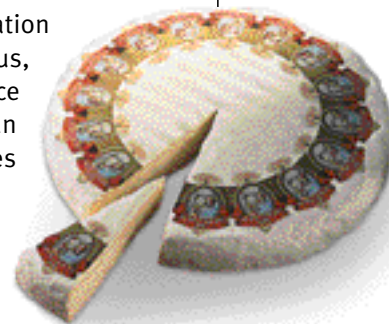
Par contre, notre position privilégiée de fabricant nord-américain nous donne la souplesse d'utiliser notre production américaine pour satisfaire notre clientèle internationale en attendant la conclusion des discussions en cours.

PERSPECTIVE

La croissance par acquisitions demeure une partie importante de notre stratégie de développement. Maître fromager avant tout, nous demeurons ouverts à l'évaluation de toutes les occasions stratégiques qui pourraient se présenter à nous au sein de l'industrie laitière nord-américaine, voire même mondiale. Par ailleurs, la diversification que nous avons entreprise au cours du dernier exercice, avec l'acquisition de Culinar Inc., nous donne l'occasion de développer une nouvelle plateforme axée sur des marques de commerce reconnues qui donnera une valeur ajoutée à la Société. En outre, notre expertise en matière d'exploitation nous permettra d'accroître la rentabilité de ce secteur, et cela, au bénéfice de tous nos actionnaires. Nous déploierons tous les efforts pour compléter l'intégration de cette nouvelle acquisition avant la fin de l'exercice en cours.

Nous continuerons également d'améliorer les procédés de fabrication et d'augmenter l'efficacité de notre secteur Produits laitiers. De plus, avec l'acquisition de Groupe Cayer-JCB Inc., nous avons accru l'importance du segment des fromages de spécialités à l'intérieur du Groupe, un segment à contribution marginale plus importante que celle des autres segments de la Société.

Avec l'acquisition de Groupe Cayer-JCB Inc., un fabricant et un distributeur de fromages de spécialités, nous avons accru l'importance du segment des fromages de spécialités à l'intérieur du Groupe.

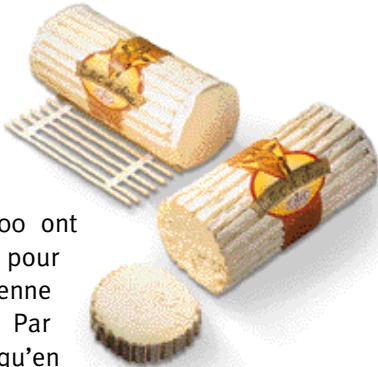


INFORMATION SECTORIELLE

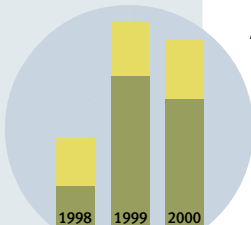
PRODUITS LAITIERS

Ce secteur est constitué de deux segments géographiques, soit le Canada et les États-Unis. Les ventes sur le marché international sont effectuées à partir du Canada.

Au Canada, les revenus de l'exercice clos le 31 mars 2000 ont augmenté de 1,4 % par rapport à ceux de l'exercice précédent, pour se chiffrer à 528,5 millions de dollars. L'industrie laitière canadienne est caractérisée par un système de gestion de l'offre. Par conséquent, une entreprise ne peut croître de façon marquée qu'en effectuant des acquisitions. Ainsi, l'augmentation de 7,4 millions de dollars notée durant l'exercice financier 2000 est principalement attribuable à l'apport des entreprises acquises au cours de l'exercice 1999 – il s'agissait de leur première contribution à un exercice complet. Le segment de marché de la restauration demeure prédominant au Canada avec 56,4 % des ventes. Toutefois, l'acquisition de Groupe Cayer-JCB Inc. a permis à la Société d'augmenter sa proportion de ventes dans le segment de marché du détail.



REVENUS SECTEUR PRODUITS LAITIERS (en milliers de dollars)	
2000	
▶ ÉTATS-UNIS	1 186 136
▶ CANADA	528 466
1999	
▶ ÉTATS-UNIS	1 394 491
▶ CANADA	521 146
1998	
▶ ÉTATS-UNIS	362 348
▶ CANADA	454 907



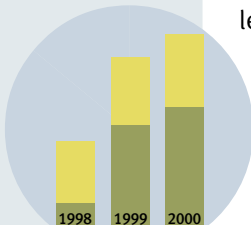
Aux États-Unis, les revenus se sont établis à 1,186 milliard de dollars pour l'exercice 2000, en baisse de 208 millions de dollars en comparaison des 1,394 milliard de dollars de l'exercice précédent. Cette baisse s'explique par trois facteurs. Premièrement, le prix moyen par livre de fromage est passé de 1,57 \$ US pour l'exercice terminé le 31 mars 1999 à 1,35 \$ US pour l'exercice terminé le 31 mars 2000, ce qui a fait chuter les revenus de l'exercice 2000 de 149 millions

de dollars par rapport à ceux de l'exercice précédent. Deuxièmement, l'appréciation du dollar canadien durant l'exercice 2000, par rapport à l'exercice précédent, a réduit nos revenus de 26 millions de dollars. Troisièmement, dans le cadre de ses objectifs de rentabilité, la Société a délaissé 2,5 % de son volume de fromage.

Les baisses de revenus causées par la diminution du prix de vente moyen par livre de fromage et l'appréciation du dollar canadien sont des éléments qui ont eu un impact sur les revenus mais non sur le BAIIA.

Pour l'ensemble du secteur Produits laitier, le **BAIIA** a augmenté de 12,9 % par rapport aux 191,1 millions de dollars de l'exercice financier 1999, pour s'établir à 215,7 millions de dollars au 31 mars 2000. Les marges bénéficiaires, quant à elles, sont passées à 12,6 % pour l'exercice 2000 en comparaison de 10 % pour l'exercice 1999.

BAIIA SECTEUR PRODUITS LAITIERS (en milliers de dollars)	
2000	
▶ ÉTATS-UNIS	134 188
▶ CANADA	81 539
1999	
▶ ÉTATS-UNIS	113 343
▶ CANADA	77 744
1998	
▶ ÉTATS-UNIS	24 348
▶ CANADA	71 079



Au Canada, le BAIIA a clôturé à 81,5 millions de dollars le 31 mars 2000, en hausse de 4,9 % sur les 77,7 millions de dollars de la même période l'an dernier. De son côté, la marge bénéficiaire est passée de 14,9 % pour l'exercice 1999 à 15,4 % pour l'exercice 2000. Au cours de cet exercice, le secteur Produits laitiers canadien a bénéficié des effets positifs de l'intégration des acquisitions

effectuées en 1999. Ce secteur a de plus poursuivi son processus d'amélioration de l'efficacité manufacturière dans le but d'augmenter son BAIIA, et cela, malgré un contexte réglementaire contraignant.

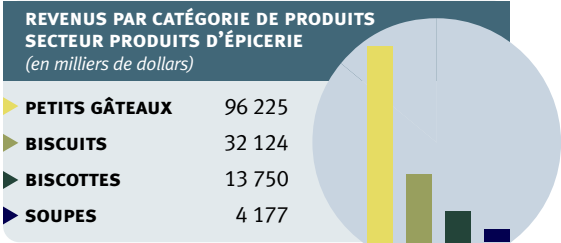
Aux États-Unis, le BAIIA a grimpé de 113,3 millions de dollars pour l'exercice 1999 à 134,2 millions de dollars au 31 mars 2000, soit une hausse de 18,4 %. En outre, la marge bénéficiaire américaine est passée à 11,3 % au 31 mars 2000 en comparaison de 8,1 % à la même date l'an passé.

Tel que nous l'avons mentionné précédemment, les revenus générés par nos activités américaines fluctuent en fonction de la moyenne annuelle du prix de vente par livre de fromage ainsi que du taux de conversion du dollar américain en dollar canadien. Pour l'exercice 2000, la baisse du prix moyen par livre de fromage et l'appréciation du dollar canadien, comparativement aux chiffres de l'exercice précédent, ont ainsi réduit nos revenus de 175 millions de dollars. Si le prix moyen de vente par livre de fromage et le taux de change moyen pour l'exercice 2000 avaient été identiques à ceux de l'exercice 1999, la marge bénéficiaire aurait été de 9,9 % pour l'exercice clos le 31 mars 2000 en comparaison de 8,1 % au 31 mars 1999.

Les éléments qui ont contribué à l'amélioration du BAIIA américain sont nombreux. Parmi eux, on retrouve l'amélioration des procédés de fabrication, les investissements, l'augmentation des ventes de produits de spécialités à marge élevée, la rationalisation de la production ainsi que l'abandon de certains volumes de fromages considérés non stratégiques. La performance de la portion américaine du secteur Produits laitiers est encore plus appréciable si l'on considère que nous avons dû absorber une dévaluation de nos inventaires, puisque le prix par livre de fromage s'établissait à 1,11 dollar US au 31 mars 2000 comparativement à 1,33 dollar US au 31 mars 1999.

PRODUITS D'ÉPICERIE

Créé à la suite de l'acquisition de Culinar Inc. le 15 septembre 1999, ce secteur a contribué aux ventes de la Société sur une période de 28 semaines. Il affiche des revenus de 146,3 millions de dollars pour l'exercice terminé le 31 mars 2000. Sur une base annualisée, ceci représente 14 % des revenus totaux de la Société. Les ventes de ce secteur sont effectuées principalement dans le segment de marché du détail canadien. Le chiffre d'affaires réalisé au cours des 28 semaines suivant l'acquisition se compare favorablement aux revenus historiques de Culinar Inc. durant la même période de l'année précédente. La Société s'est donnée comme priorité de maximiser l'efficacité de ce secteur avant d'explorer les occasions offertes par le marché.



Le BAIIA généré au 31 mars 2000 totalisait 21,2 millions de dollars, soit une marge bénéficiaire de 14,5 % en comparaison de 12,2 % selon les données historiques de Culinar Inc. Les efforts de rationalisation et d'intégration amorcés depuis l'acquisition sont clairement visibles dans les résultats de ce secteur.

Ce processus sera complété au cours du présent exercice et, conséquemment, fera bénéficier le Groupe de toute la synergie qui découlera de l'intégration des activités de ce nouveau secteur.



Énoncé de responsabilité

de la direction relativement à l'information financière

La direction est responsable de la préparation et de la présentation des états financiers consolidés et de l'information financière présentée ailleurs dans ce rapport annuel.

Cette responsabilité comprend le choix de conventions et de pratiques comptables ainsi que le recours au jugement et à des estimations nécessaires pour la préparation des états financiers consolidés, conformément aux principes comptables généralement reconnus.

La direction a également préparé l'information financière présentée ailleurs dans le présent rapport annuel et s'est assurée qu'elle correspond aux états financiers consolidés.

La direction maintient des systèmes de contrôle interne conçus en vue de fournir une assurance raisonnable quant à la protection des éléments d'actif contre la perte et à la pertinence et la fiabilité de l'information financière produite.

Le conseil d'administration a la responsabilité de s'assurer que la direction remplit ses responsabilités à l'égard de l'information financière et est responsable de la révision et de l'approbation des états financiers consolidés. Le conseil d'administration s'acquitte de cette tâche principalement par l'entremise de son comité de vérification, composé exclusivement d'administrateurs qui ne sont pas des employés de la Société. Le comité de vérification se réunit périodiquement avec la direction et les vérificateurs externes afin de discuter des contrôles internes et de sujets portant sur la vérification et la présentation de l'information financière. Il révisé également le rapport annuel, les états financiers consolidés et le rapport des vérificateurs externes. Le comité de vérification recommande les vérificateurs externes, qui sont ensuite nommés par les actionnaires. Les vérificateurs externes ont librement accès au comité de vérification. Les états financiers consolidés ont été vérifiés par les vérificateurs externes Deloitte & Touche, dont le rapport est présenté ci-après.

"Camillo Lisio"
(signé)

Camillo Lisio
Président et
chef de l'exploitation

"Louis-Philippe Carrière"
(signé)

Louis-Philippe Carrière, CA
Vice-président exécutif
Finances et administration, et secrétaire

Rapport des vérificateurs

aux actionnaires de Groupe Saputo Inc.

Nous avons vérifié les bilans consolidés de Groupe Saputo Inc. aux 31 mars 2000 et 1999 et les états consolidés des résultats, des bénéfices non répartis et des flux de trésorerie des exercices terminés à ces dates. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur nos vérifications.

Nos vérifications ont été effectuées conformément aux normes de vérification généralement reconnues au Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers consolidés donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société aux 31 mars 2000 et 1999 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour les exercices terminés à ces dates selon les principes comptables généralement reconnus au Canada.

"Deloitte & Touche, s.r.l."
(signé)

DELOITTE & TOUCHE, s. r. l.
Comptables agréés
Laval, Québec
Le 12 mai 2000

États consolidés des résultats

Exercices terminés les 31 mars <i>(en milliers de dollars, sauf les données par action)</i>	2000	1999
REVENUS	1 860 878 \$	1 915 637 \$
Coût des ventes, frais de vente et d'administration	1 623 933	1 724 550
BÉNÉFICE AVANT INTÉRÊTS, AMORTISSEMENT ET IMPÔTS SUR LE REVENU	236 945	191 087
Amortissement des immobilisations	37 785	27 051
BÉNÉFICE D'EXPLOITATION	199 160	164 036
Intérêts de la dette à long terme	34 184	28 589
Autres intérêts, nets des revenus d'intérêt	3 397	5 307
BÉNÉFICE, COMPTE NON TENU DES IMPÔTS SUR LE REVENU ET DE L'AMORTISSEMENT DE L'ACHALANDAGE	161 579	130 140
Impôts sur le revenu <i>(Note 7)</i>	51 386	43 170
BÉNÉFICE AVANT L'AMORTISSEMENT DE L'ACHALANDAGE	110 193	86 970
Amortissement de l'achalandage	10 125	7 877
BÉNÉFICE NET	100 068 \$	79 093 \$
BÉNÉFICE PAR ACTION <i>(Note 8)</i>		
Bénéfice avant l'amortissement de l'achalandage		
Non dilué	2,20 \$	1,79 \$
Dilué	2,08 \$	1,75 \$
Bénéfice net		
Non dilué	2,00 \$	1,63 \$
Dilué	1,89 \$	1,59 \$

États consolidés des bénéfices non répartis

Exercices terminés les 31 mars <i>(en milliers de dollars)</i>	2000	1999
BÉNÉFICES NON RÉPARTIS AU DÉBUT DE L'EXERCICE	89 655 \$	22 223 \$
Bénéfice net	100 068	79 093
Dividendes	(11 977)	(11 661)
BÉNÉFICES NON RÉPARTIS À LA FIN DE L'EXERCICE	177 746 \$	89 655 \$

Bilans

consolidés

Aux 31 mars <i>(en milliers de dollars)</i>	2000	1999
ACTIF		
ACTIF À COURT TERME		
Encaisse	4 310 \$	– \$
Débiteurs	147 188	152 997
Stocks	236 791	222 873
Frais payés d’avance et autres éléments d’actif	8 999	5 408
	397 288	381 278
IMMOBILISATIONS <i>(Note 2)</i>	491 514	403 888
ACHALANDAGE, TRANCHE NON AMORTIE (CÔÛT DE 497 456 \$)	475 229	281 708
AUTRES ÉLÉMENTS D’ACTIF	9 534	5 175
	1 373 565 \$	1 072 049 \$
PASSIF		
PASSIF À COURT TERME		
Découvert bancaire	– \$	7 855 \$
Emprunts bancaires <i>(Note 3)</i>	17 585	61 659
Créditeurs et charges à payer	169 885	159 540
Impôts sur le revenu	19 034	4 620
Tranche de la dette à long terme échéant à moins d’un an	40 222	49 145
	246 726	282 819
DETTE À LONG TERME <i>(Note 4)</i>	461 353	328 639
IMPÔTS SUR LE REVENU REPORTÉS	36 592	10 658
	744 671	622 116
CAPITAUX PROPRES		
CAPITAL-ACTIONS <i>(Note 5)</i>	450 632	349 488
BÉNÉFICES NON RÉPARTIS	177 746	89 655
ÉCART DE CONVERSION DE DEVISES ÉTRANGÈRES	516	10 790
	628 894	449 933
	1 373 565 \$	1 072 049 \$

Au nom du conseil

“Lino Saputo”
(signé)

Lino Saputo, administrateur

“Camillo Lisio”
(signé)

Camillo Lisio, administrateur

États consolidés des flux de trésorerie

Exercices terminés les 31 mars <i>(en milliers de dollars)</i>	2000	1999
FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS SUIVANTES :		
EXPLOITATION		
Bénéfice net	100 068 \$	79 093 \$
Éléments sans incidence sur la trésorerie		
Amortissement et autres éléments	47 910	34 997
Impôts sur le revenu reportés	28 069	14 244
	176 047	128 334
Gain de change sur la trésorerie libellée en devises étrangères	(82)	(361)
Variation des éléments hors caisse du fonds de roulement d'exploitation	(10 363)	(29 763)
	165 602	98 210
INVESTISSEMENT		
Acquisitions d'entreprises <i>(Note 6)</i>	(2 334)	(13 445)
Ajouts nets aux immobilisations	(53 115)	(62 624)
Autres éléments d'actif	(2 119)	659
Écart de conversion de devises étrangères	22 433	(32 821)
	(35 135)	(108 231)
FINANCEMENT		
Emprunts bancaires	(44 074)	39 650
Augmentation de la dette à long terme	96 287	–
Remboursement de la dette à long terme	(145 194)	(56 987)
Émission de capital-actions	1 150	629
Dividendes	(11 977)	(11 661)
Écart de conversion de devises étrangères	(14 576)	17 854
	(118 384)	(10 515)
VARIATION NETTE DE LA TRÉSORERIE	12 083	(20 536)
GAIN DE CHANGE SUR LA TRÉSORERIE LIBELLÉE EN DEVISES ÉTRANGÈRES	82	361
(DÉCOUVERT BANCAIRE) ENCAISSE, AU DÉBUT DE L'EXERCICE	(7 855)	12 320
ENCAISSE (DÉCOUVERT BANCAIRE) À LA FIN DE L'EXERCICE	4 310 \$	(7 855)\$
INFORMATION COMPLÉMENTAIRE		
Intérêts payés	28 030 \$	28 662 \$
Impôts sur le revenu payés	12 963 \$	24 715 \$

Notes afférentes aux états financiers consolidés

Exercices terminés les 31 mars (en milliers de dollars)

1. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus utilisés au Canada et tiennent compte des principales conventions comptables suivantes :

États financiers consolidés

Les états financiers consolidés comprennent les comptes de Groupe Saputo Inc. et de toutes ses filiales. Les résultats d'exploitation des entreprises acquises sont inclus aux états consolidés des résultats depuis leurs dates respectives d'acquisition.

Stocks

Les stocks de produits finis et de produits en cours sont évalués au moindre du coût moyen et de la valeur de réalisation nette. Les stocks de matières premières sont évalués au moindre du coût et de la valeur de remplacement. Le coût est déterminé selon la méthode de l'épuisement successif.

Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au coût et sont amorties de façon linéaire sur les durées suivantes ou en utilisant les méthodes suivantes :

BÂTISSSES	15 à 40 ans
MOBILIER ET ÉQUIPEMENT, MACHINERIE ET OUTILLAGE	3 à 15 ans
MATÉRIEL ROULANT	5 à 10 ans ou en fonction du kilométrage parcouru

Achalandage

L'achalandage est inscrit au coût et est amorti selon la méthode de l'amortissement linéaire sur une période ne dépassant pas quarante ans. La Société évalue sur une base permanente la valeur de l'achalandage résultant d'acquisitions d'entreprises afin de déterminer si sa portion non amortie a subi une baisse de valeur permanente en comparant sa valeur comptable aux bénéfices d'exploitation anticipés non actualisés.

Impôts sur le revenu reportés

La Société suit la méthode du report d'impôt. Selon cette méthode, les impôts sur le revenu qui sont exigibles peuvent être différents de la dépense d'impôts sur le revenu de l'exercice en raison du décalage entre la période où on inclut certains postes de dépenses ou de revenus dans le calcul du revenu imposable. L'écart entre la provision pour impôts sur le revenu et le montant exigible résultant de ces décalages est comptabilisé au poste des impôts sur le revenu reportés. Ces écarts temporaires résultent principalement de l'amortissement des immobilisations.

1. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (suite)

Conversion de devises étrangères

Les postes de bilan des établissements autonomes situés aux États-Unis ont été convertis en dollars canadiens en utilisant les taux de change en date des bilans, alors que les postes des états des résultats ont été convertis en utilisant les taux de change moyens au cours des exercices. La dette des établissements canadiens relative au financement des acquisitions d'établissements étrangers autonomes a également été convertie en utilisant les taux de change en date des bilans. L'écart de conversion de devises étrangères, présenté dans les capitaux propres, représente le cumul des gains ou pertes de change résultant des investissements nets de la Société dans des établissements autonomes situés aux États-Unis. La variation de l'écart de conversion de devises étrangères au cours de l'exercice terminé le 31 mars 2000 résulte de l'appréciation du dollar canadien par rapport au dollar américain.

Les postes des états financiers des établissements canadiens libellés en devises étrangères ont été convertis en dollars canadiens en utilisant les taux de change en date des transactions pour les éléments de revenus et dépenses, et le taux de change en date des bilans pour les éléments monétaires d'actif et de passif. Le gain ou la perte sur change résultant de ces conversions est inclus à l'état des résultats.

2. IMMOBILISATIONS

	2000			1999
	coût	AMORTISSEMENT CUMULÉ	VALEUR NETTE	VALEUR NETTE
Terrains	20 179 \$	– \$	20 179 \$	18 378 \$
Bâtisses	170 127	21 657	148 470	117 106
Mobilier et équipement, machinerie et outillage	434 274	116 222	318 052	265 081
Matériel roulant	7 422	2 609	4 813	3 323
	632 002 \$	140 488 \$	491 514 \$	403 888 \$

3. EMPRUNTS BANCAIRES

La Société dispose de facilités de crédit bancaire à court terme lui permettant d'obtenir des emprunts de banque d'un montant maximum d'environ 175 000 000 \$. Ces emprunts de banque sont disponibles en dollars canadiens ou américains et portent intérêts à des taux fluctuant en fonction du taux préférentiel des prêteurs ou du taux LIBOR.

4. DETTE À LONG TERME

	2000	1999
Emprunt à terme bancaire (40 000 000 \$ US), (77 873 081 \$ US en 1999) remboursable en décembre 2001, portant intérêts à des taux fluctuant en fonction du taux LIBOR majoré de 0,75 % jusqu'à un maximum de 1,5 % dépendant du ratio de dette portant intérêts par rapport au bénéfice avant intérêts, amortissement et impôts sur le revenu de la Société	57 976 \$	117 440 \$
Emprunt à terme bancaire (170 104 905 \$ US), portant intérêts à des taux fluctuant en fonction du taux LIBOR majoré de 0,5 % jusqu'à un maximum de 1,5 % dépendant du ratio de dette portant intérêts par rapport au bénéfice avant intérêts, amortissement et impôts sur le revenu de la Société	–	256 536
Emprunt à terme bancaire, remboursable par versements trimestriels de 10 000 000 \$, portant intérêts à des taux fluctuant en fonction du taux des acceptations bancaires majoré de 0,5 % jusqu'à un maximum de 1,25 % dépendant du ratio de dette portant intérêts par rapport au bénéfice avant intérêts, amortissement et impôts sur le revenu de la Société	80 000	–
Effets de premier rang		
7,97 %, échéant en novembre 2006 (30 000 000 \$ US)	43 482	–
8,12 %, échéant en novembre 2009 (170 000 000 \$ US)	246 398	–
8,41 %, échéant en novembre 2014 (50 000 000 \$ US)	72 470	–
Obligations et autres emprunts, remboursables par versements annuels variables, portant intérêts à des taux variant de 2,75 % à 6,2 %, échéant en 2004 (862 000 \$ US), (2 505 000 \$ US en 1999)	1 249	3 808
	501 575	377 784
Tranche échéant à moins d'un an	40 222	49 145
	461 353 \$	328 639 \$

Les versements estimatifs de capital à effectuer au cours des cinq prochains exercices sont les suivants :

2001	40 222 \$
2002	98 212
2003	251
2004	265
2005	275
	139 225 \$

5. CAPITAL-ACTIONS

Autorisé

Le capital-actions autorisé de la Société est constitué d'un nombre illimité d'actions ordinaires et privilégiées. Les actions ordinaires sont votantes et participantes. Les actions privilégiées peuvent être émises en une ou plusieurs séries, les modalités et privilèges de chaque série devant être établis au moment de leur création.

	2000	1999
ÉMIS		
51 200 994 actions ordinaires (48 630 998 en 1999)	450 632 \$	349 488 \$

2 503 000 actions ordinaires pour un montant de 99 994 850 \$ ont été émises au cours de l'exercice en contrepartie partielle pour l'acquisition de Culinar Inc. De plus, 66 996 actions ordinaires pour un montant de 1 149 850 \$ ont été émises en vertu du régime d'options d'achat d'actions.

Le capital versé des actions ordinaires a été réduit d'un montant de 55 915 000 \$ le 18 décembre 1997.

Régime d'options d'achat d'actions

La Société a instauré un régime d'options d'achat d'actions visant l'achat d'actions ordinaires par des employés clés, des dirigeants et des administrateurs de la Société. Le nombre total d'actions ordinaires pouvant être émises en vertu du régime ne dépassera pas 3 000 000 d'actions. Le prix d'exercice de chaque option correspond au cours de clôture des actions de la Société la journée précédant la date d'octroi. Ces options sont généralement acquises à raison de 20 % par année et expirent dix ans après la date de leur octroi. Aucune charge n'est constatée à l'égard de ce régime lorsque des options sont octroyées. La contrepartie payée lors de l'exercice des options est créditée au capital-actions.

Les options émises et en circulation en fin d'exercice sont les suivantes :

PÉRIODES D'OCTROI	PRIX D'EXERCICE	2000		1999	
		NOMBRE	PRIX D'EXERCICE MOYEN PONDÉRÉ	NOMBRE	PRIX D'EXERCICE MOYEN PONDÉRÉ
1998	17,00 \$	349 787	17,00 \$	429 292	17,00 \$
1999	de 32,25 \$ à 37,50 \$	278 306	36,43 \$	316 210	36,43 \$
2000	39,40 \$	373 699	39,40 \$	—	—
		1 001 792	30,75 \$	745 502	25,24 \$
Options pouvant être exercées en fin d'exercice		199 075	22,39 \$	220 870	17,00 \$

5. CAPITAL-ACTIONS (suite)

Le nombre d'options a varié de la façon suivante :

	2000		1999	
	NOMBRE	PRIX D'EXERCICE MOYEN PONDÉRÉ	NOMBRE	PRIX D'EXERCICE MOYEN PONDÉRÉ
Solde au début de l'exercice	745 502	25,24 \$	469 809	17,00 \$
Options octroyées	422 825	39,40 \$	350 481	36,47 \$
Options levées	(66 996)	17,16 \$	(36 988)	17,00 \$
Options annulées	(99 539)	35,29 \$	(37 800)	35,00 \$
Solde à la fin de l'exercice	1 001 792	30,75 \$	745 502	25,24 \$

De plus, 733 741 options visant l'achat d'actions ordinaires à un prix de 27,00 \$ ont été octroyées le 1^{er} avril 2000.

6. ACQUISITIONS D'ENTREPRISES

Exercice terminé le 31 mars 2000

Le 15 septembre 1999, la Société a acquis la totalité des actions de Culinar Inc., un fabricant de petits gâteaux, de biscuits, de biscottes et de soupes œuvrant au Canada, pour une considération totale de 283 500 000 \$. Cette acquisition fut payée par une considération en espèces de 183 505 150 \$ financée, entre autres, par une facilité de crédit à long terme de 180 000 000 \$ et par l'émission de 2 503 000 actions ordinaires à 39,95 \$ l'action pour un montant de 99 994 850 \$.

Le 28 février 2000, la Société a également acquis la totalité des actions en circulation de Groupe Cayer-JCB Inc., un fabricant canadien de fromages européens, pour une considération en espèces de 13 725 000 \$. Le passif assumé de 13 729 000 \$ comprend un endettement bancaire et une dette à long terme de 6 689 000 \$.

Ces acquisitions ont été comptabilisées selon la méthode de l'achat pur et simple. L'achalandage résultant de ces acquisitions est amorti selon la méthode de l'amortissement linéaire sur une période de quarante ans.

Les éléments d'actif net acquis étaient les suivants en date des acquisitions :

	CULINAR INC.	GROUPE CAYER-JCB INC.	TOTAL
Trésorerie	14 737 \$	159 \$	14 896 \$
Éléments d'actif corporel	118 117	14 856	132 973
Achalandage	201 721	12 439	214 160
Total de l'actif	334 575	27 454	362 029
Passif assumé	51 075	13 729	64 804
ACTIF NET ACQUIS	283 500 \$	13 725 \$	297 225 \$
Prix d'acquisition			297 225 \$
Financement à long terme			(180 000)
Émission de capital-actions			(99 995)
Trésorerie des entreprises acquises			(14 896)
TRÉSORERIE UTILISÉE POUR EFFECTUER LES ACQUISITIONS			2 334 \$

6. ACQUISITIONS D'ENTREPRISES (suite)

Exercice terminé le 31 mars 1999

Le 1^{er} mai 1998, la Société a acquis pour une considération en espèces de 54 144 000 \$ (37 836 000 \$ US) la totalité des actions en circulation de Avonmore Cheese Inc. et Waterford Food Products, Inc., des fabricants de fromages et de sous-produits œuvrant aux États-Unis. Cette acquisition fut financée en partie par une facilité de crédit à long terme d'un montant de 50 014 000 \$ (34 000 000 \$ US).

Le 1^{er} septembre 1998, la Société a acquis la totalité des actions de Riverside Cheese and Butter Inc. pour une considération totale de 6 387 000 \$, payable par l'émission de 17 500 actions ordinaires à 40 \$ l'action pour un montant de 700 000 \$ et pour une considération en espèces de 5 687 144 \$. Le 16 septembre 1998, la Société a également acquis les éléments d'actif de Bari Cheese Ltd. pour une considération totale de 4 987 000 \$, payable par l'émission de 9 250 actions ordinaires à 40 \$ l'action pour un montant de 370 000 \$ et pour une considération en espèces de 4 617 000 \$. Ces deux entreprises sont des fabricants canadiens de fromages.

Ces acquisitions ont été comptabilisées selon la méthode de l'achat pur et simple. L'achalandage résultant de l'acquisition de Riverside Cheese and Butter Inc. est amorti selon la méthode de l'amortissement linéaire sur une période de quarante ans.

Les éléments d'actif net acquis étaient les suivants en date des acquisitions :

	AVONMORE CHEESE INC. ET WATERFORD FOOD PRODUCTS, INC.	RIVERSIDE CHEESE AND BUTTER INC.	BARI CHEESE LTD.	TOTAL
Trésorerie	2 039 \$	(1 050) \$	– \$	989 \$
Éléments d'actif corporel	79 957	4 028	4 987	88 972
Achalandage	–	4 576	–	4 576
Total de l'actif	81 996	7 554	4 987	94 537
Passif assumé	27 852	1 167	–	29 019
ACTIF NET ACQUIS	54 144 \$	6 387 \$	4 987 \$	65 518 \$
Prix d'acquisition				65 518 \$
Financement à long terme				(50 014)
Émission de capital-actions				(1 070)
Trésorerie des entreprises acquises				(989)
TRÉSORERIE UTILISÉE POUR EFFECTUER LES ACQUISITIONS				13 445 \$

7. IMPÔTS SUR LE REVENU

La provision pour impôts sur le revenu se compose des éléments suivants :

	2000	1999
Provision selon les taux d'imposition de base	60 283 \$	52 059 \$
Diminution résultant de :		
Déduction pour bénéfices de fabrication et transformation	(6 440)	(5 757)
Éléments non déductibles ou non imposables	(2 457)	(3 132)
	51 386 \$	43 170 \$

8. BÉNÉFICE PAR ACTION

Le bénéfice par action non dilué a été calculé en utilisant la moyenne pondérée des actions ordinaires en circulation au cours de chacun des exercices.

Le bénéfice dilué par action pour l'exercice terminé le 31 mars 2000 a été calculé en utilisant 52 936 527 actions ordinaires, représentant la somme du nombre d'actions ordinaires en circulation au 31 mars 2000 (51 200 994 actions) et des actions pouvant être émises à la suite de l'exercice d'options octroyées en vertu du régime d'options d'achat d'actions de la Société (1 735 533 actions).

Le bénéfice dilué par action pour l'exercice terminé le 31 mars 1999 a été calculé en utilisant 49 798 325 actions ordinaires, représentant la somme du nombre des actions ordinaires en circulation et des actions pouvant être émises en vertu du régime d'options d'achat d'actions de la Société.

9. RÉGIMES DE RETRAITE

La valeur estimative des éléments d'actif des régimes de retraite en date du 31 décembre 1999 s'élève à 115 000 000 \$ (3 078 000 \$ au 31 décembre 1998) et la valeur actuarielle estimative des prestations constituées en contrepartie des services rendus est de 93 000 000 \$ à cette même date (2 909 000 \$ au 31 décembre 1998).

10. ENGAGEMENTS EN VERTU DE BAUX

La Société exerce certaines de ses activités dans des locaux loués jusqu'en 2005 et est également liée en vertu de contrats de location pour de l'équipement et des véhicules jusqu'en 2006. Les loyers minimums exigibles pour les cinq prochains exercices s'établissent comme suit :

2001	6 112 \$
2002	4 624
2003	2 302
2004	948
2005	156
	14 142 \$

11. INSTRUMENTS FINANCIERS ET GESTION DE RISQUES

a) Juste valeur des instruments financiers

Les justes valeurs des postes de trésorerie, des débiteurs et des créditeurs et charges à payer correspondent à leur valeur comptable en raison de leurs dates d'échéance à court terme.

La juste valeur des effets de premier rang, estimée en actualisant les flux de trésorerie prévus en utilisant des taux dont la Société pourrait se prévaloir pour des emprunts comportant des conditions et des échéances similaires, se rapproche de leur valeur comptable.

La juste valeur des autres dettes à long terme se rapproche également de leur valeur comptable.

b) Risque de crédit

La Société consent du crédit à ses clients dans le cours normal de ses activités. Des évaluations de crédit sont effectuées de façon continue et les états financiers consolidés tiennent compte des provisions pour pertes. La Société n'a pas de concentration de crédit.

c) Risque lié aux taux d'intérêt

Les facilités de crédit à court terme ainsi que les emprunts bancaires à long terme de la Société portent intérêts à des taux variables.

Pour se protéger contre les augmentations du taux d'intérêt des emprunts à terme bancaires, la Société a conclu en octobre 1999 un contrat de swap de taux d'intérêt à un taux de 6,38 %. Au 31 mars 2000, ce contrat couvre 40 000 000 \$ US de dettes et vient à échéance en décembre 2001. La juste valeur de ce contrat au 31 mars 2000 est d'environ 330 000 \$ US.

d) Risque de change

Dans le cadre de ses activités canadiennes, la Société effectue certaines transactions en devises étrangères. La Société gère le risque lié aux fluctuations de taux de change et conclut à l'occasion certains contrats de change. Les contrats de change en cours en date des bilans sont négligeables.

La majorité des activités de la Société sont effectuées aux États-Unis. Les flux de trésorerie liés aux activités américaines constituent une protection naturelle contre le risque de change lié aux dettes exprimées en dollars américains.

12. INFORMATION SECTORIELLE

À la suite de l'acquisition de Culinar Inc. en septembre 1999, la Société exerce maintenant ses activités dans deux secteurs, soit le secteur Produits laitiers et le secteur Produits d'épicerie.

Le secteur Produits laitiers comprend principalement la fabrication et la distribution de fromages. Les activités de ce secteur sont exercées au Canada et aux États-Unis.

Le secteur Produits d'épicerie comprend tous les produits non laitiers fabriqués par la Société. Ces produits se divisent en quatre catégories, soit les petits gâteaux, les biscuits, les biscottes et les soupes. Les activités de ce secteur sont exercées au Canada.

Ces secteurs sont administrés distinctement puisque chaque secteur d'activité représente un secteur stratégique qui offre différents produits et qui dessert différents marchés. La Société évalue la performance en fonction du bénéfice d'exploitation géographique et du bénéfice d'exploitation des secteurs d'activité pris isolément.

Les conventions comptables des secteurs sont les mêmes que celles décrites à la note 1 portant sur les principales conventions comptables. La Société n'effectue pas de ventes intersectorielles.

12. INFORMATION SECTORIELLE (suite)

Information par secteur d'activité

	2000			1999		
	CANADA	ÉTATS-UNIS	TOTAL	CANADA	ÉTATS-UNIS	TOTAL
REVENUS						
Produits laitiers	528 466 \$	1 186 136 \$	1 714 602 \$	521 146 \$	1 394 491 \$	1 915 637 \$
Produits d'épicerie	146 276	–	146 276	–	–	–
	674 742 \$	1 186 136 \$	1 860 878 \$	521 146 \$	1 394 491 \$	1 915 637 \$
BÉNÉFICE AVANT INTÉRÊTS, AMORTISSEMENT ET IMPÔTS SUR LE REVENU						
Produits laitiers	81 539 \$	134 188 \$	215 727 \$	77 744 \$	113 343 \$	191 087 \$
Produits d'épicerie	21 218	–	21 218	–	–	–
	102 757 \$	134 188 \$	236 945 \$	77 744 \$	113 343 \$	191 087 \$
AMORTISSEMENT DES IMMOBILISATIONS						
Produits laitiers	9 108 \$	23 739 \$	32 847 \$	8 402 \$	18 649 \$	27 051 \$
Produits d'épicerie	4 938	–	4 938	–	–	–
	14 046 \$	23 739 \$	37 785 \$	8 402 \$	18 649 \$	27 051 \$
BÉNÉFICE D'EXPLOITATION						
Produits laitiers	72 431 \$	110 449 \$	182 880 \$	69 342 \$	94 694 \$	164 036 \$
Produits d'épicerie	16 280	–	16 280	–	–	–
	88 711 \$	110 449 \$	199 160 \$	69 342 \$	94 694 \$	164 036 \$
INTÉRÊTS			37 581			33 896
BÉNÉFICE COMPTE NON TENU DES IMPÔTS SUR LE REVENU ET DE L'AMORTISSEMENT DE L'ACHALANDAGE			161 579			130 140
IMPÔTS SUR LE REVENU			51 386			43 170
BÉNÉFICE AVANT L'AMORTISSEMENT DE L'ACHALANDAGE			110 193			86 970
AMORTISSEMENT DE L'ACHALANDAGE			10 125			7 877
BÉNÉFICE NET			100 068 \$			79 093 \$

12. INFORMATION SECTORIELLE (suite)

	2000			1999		
	CANADA	ÉTATS-UNIS	TOTAL	CANADA	ÉTATS-UNIS	TOTAL
ÉLÉMENTS D'ACTIF						
Produits laitiers	243 597 \$	814 807 \$	1 058 404 \$	181 050 \$	890 999 \$	1 072 049 \$
Produits d'épicerie	315 161	–	315 161	–	–	–
	558 758 \$	814 807 \$	1 373 565 \$	181 050 \$	890 999 \$	1 072 049 \$
IMMOBILISATIONS À LA VALEUR NETTE						
Produits laitiers	97 636 \$	316 714 \$	414 350 \$	88 259 \$	315 629 \$	403 888 \$
Produits d'épicerie	77 164	–	77 164	–	–	–
	174 800 \$	316 714 \$	491 514 \$	88 259 \$	315 629 \$	403 888 \$
AJOUTS NETS AUX IMMOBILISATIONS						
Produits laitiers	13 278 \$	36 742 \$	50 020 \$	11 797 \$	50 827 \$	62 624 \$
Produits d'épicerie	3 095	–	3 095	–	–	–
	16 373 \$	36 742 \$	53 115 \$	11 797 \$	50 827 \$	62 624 \$
ACHALANDAGE, TRANCHE NON AMORTIE						
Produits laitiers	20 980 \$	255 373 \$	276 353 \$	8 927 \$	272 781 \$	281 708 \$
Produits d'épicerie	198 876	–	198 876	–	–	–
	219 856 \$	255 373 \$	475 229 \$	8 927 \$	272 781 \$	281 708 \$

13. CHIFFRES CORRESPONDANTS

La classification de certains chiffres de l'exercice précédent a été modifiée afin de la rendre comparable à la présentation adoptée au cours de l'exercice écoulé.

Renseignements

à l'intention des actionnaires

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE ET EXTRAORDINAIRE DES ACTIONNAIRES	Le mercredi 2 août 2000, à 11 h Salon Laval, Hôtel Sheraton 2440, autoroute des Laurentides, Laval (Québec)
RELATIONS AVEC LES INVESTISSEURS	Lynda Leith Directrice des communications Téléphone : (514) 328-3381 Télécopieur : (514) 328-3364 Courriel : lynda.leith@saputo.com
BOURSE	Toronto Symbole : SAP
AGENT DES TRANSFERTS	Trust Général du Canada 1100, rue Université, bureau 900, Montréal (Québec) H3B 2G7 Canada Téléphone : (514) 871-7171 1 800 341-1419 Télécopieur : (514) 871-7442
VÉRIFICATEURS EXTERNES	Deloitte & Touche , Laval (Québec)
POLITIQUE EN MATIÈRE DE DIVIDENDES	Groupe Saputo Inc. verse des dividendes trimestriels en espèces sur les actions ordinaires s'élevant à 0,06 \$ par action, ce qui représente un dividende annuel de 0,24 \$ par action. Le solde du bénéfice réalisé est réinvesti pour financer la croissance des activités de la Société. Le conseil d'administration peut en tout temps et à son entière discrétion réviser la politique de la Société en matière de dividendes, en fonction de la situation financière, des résultats d'exploitation, des besoins en capitaux ou de tout autre facteur qu'il juge pertinent.

CONCEPTION GRAPHIQUE : SOLO COMMUNICATIONS (MONTRÉAL)
IMPRIMÉ AU CANADA

Conseil d'administration

ANDRÉ BÉRARD

Président et chef de la direction
Banque Nationale du Canada

CATERINA MONTICCILO, CA

Contrôleur
Placements Vigica Inc.

LOUIS A. TANGUAY

Président et chef de l'exploitation
Bell Canada international

PIERRE BOURGIE

Président et chef de la direction
Société financière Bourgie Inc.

LINO SAPUTO

Président du conseil d'administration et chef de la direction
Groupe Saputo Inc.

CAMILLO LISIO

Président et chef de l'exploitation
Groupe Saputo Inc.

PATRICIA SAPUTO, CA, PF

Présidente
Gestion Pasa Inc.

Haute direction

LINO SAPUTO

Président du conseil d'administration
et chef de la direction



CAMILLO LISIO

Président
et chef de l'exploitation



LOUIS-PHILIPPE CARRIÈRE

Vice-président exécutif
Finances et administration



DINO DELLO SBARBA

Vice-président exécutif
Ventes, marketing et logistique



PIERRE LEROUX

Vice-président exécutif
Ressources humaines et fabrication





GROUPE SAPUTO INC.

6869, boul. Métropolitain Est
Saint-Léonard (Québec)
H1P 1X8
Canada

Téléphone : (514) 328-6662
Télécopieur : (514) 328-3364

www.saputo.com