

## Rapport aux actionnaires<sup>1,2)</sup>

L'année 2007 aura été une autre année remplie de défis pour George Weston limitée en raison des importantes transformations réalisées au sein des Compagnies Loblaw limitée dans un environnement hautement concurrentiel. En revanche, Weston Foods a affiché un rendement solide.

Le bénéfice de base ajusté par action ordinaire provenant des activités poursuivies s'est élevé à 4,26 \$ en 2007, comparativement à 4,98 \$ en 2006. Le chiffre d'affaires est passé de 32,2 milliards de dollars à 32,8 milliards de dollars de 2006 à 2007, soit une hausse de 2,0 %. Le chiffre d'affaires tient compte de l'incidence négative des ventes de produits du tabac, en baisse d'environ 1,4 %, et d'une perte de change de 0,5 % pour le secteur d'exploitation de Weston Foods; ces pertes ont toutefois été partiellement compensées par les gains de 0,2 % attribuables à la consolidation de certains franchisés indépendants de Loblaw.

Le rendement des activités d'exploitation de Weston Foods s'est fortement amélioré en 2007, et ce, en dépit des conditions peu favorables du marché. Son chiffre d'affaires a fléchi de 1,2 % par rapport à 2006, compte tenu d'une baisse d'environ 3,4 % découlant de la conversion des devises. Le chiffre d'affaires global a diminué de 1,3 %. Une perte d'environ 0,7 % est attribuable au retrait de la société du marché américain des bagels surgelés au début du troisième trimestre de 2006, et à la cessation des activités de fabrication de biscuits en sous-traitance pour certains clients, toujours en 2006. En outre, les gains enregistrés par certaines catégories de produits assorties de marges élevées ont été inférieurs aux pertes subies par d'autres catégories, ce qui explique le reste de la diminution au cours de l'exercice, soit 0,6 %. Le bénéfice d'exploitation ajusté est passé de 325 millions de dollars en 2006 à 382 millions de dollars en 2007, soit une hausse de 17,5 % en dépit de l'incidence négative de la conversion des devises de l'ordre de 4,3 points de pourcentage. La marge d'exploitation ajustée est quant à elle passée de 7,5 % à 8,9 %, en partie grâce à une combinaison de produits avantageuse et à l'augmentation de la productivité.

Les pressions inflationnistes exercées sur le prix des marchandises se sont poursuivies et ont augmenté en 2007. De plus, les préférences alimentaires et les habitudes liées aux achats de produits d'alimentation des consommateurs ont continué de changer. Tous ces facteurs ont engendré de grandes disparités entre le rendement financier des sociétés du secteur. Les augmentations de prix au sein du secteur ont eu pour effet d'atténuer la hausse du prix des marchandises. Toutefois, l'amélioration de la productivité, la diminution des coûts et l'augmentation de la pondération des produits assortis de marges élevées ont permis au secteur d'exploitation de Weston Foods d'enregistrer une croissance des bénéfices supérieure à la moyenne.

La croissance du chiffre d'affaires de Weston Foods a été stimulée par les augmentations de prix dans certaines catégories de produits clés ainsi que par des changements apportés à la composition du chiffre d'affaires. Notons par exemple l'augmentation des ventes de produits *Arnold* et *Thomas* aux États-Unis et de la marque *D'Italiano* en 2007. Weston Foods demeure un chef de file en matière de produits novateurs; le lancement de produits nouveaux et améliorés en 2007 a contribué positivement à la croissance des ventes de produits de marque, notamment les minicarrés de pain bagel et le muffin anglais de 100 calories de *Thomas*, les *Little Bites*

1) Le présent rapport aux actionnaires utilise les mesures financières non conformes aux PCGR suivantes : bénéfice net de base par action ordinaire provenant des activités poursuivies ajusté, bénéfice d'exploitation ajusté, marge d'exploitation ajustée, flux de trésorerie disponibles et croissance du chiffre d'affaires des magasins comparables, à l'exclusion de l'incidence de la diminution des ventes de produits du tabac. Se reporter aux Mesures financières non conformes aux PCGR, à partir de la page 55.

2) À lire conjointement avec les énoncés prospectifs à la page 5 du présent rapport annuel.

de 100 calories d'*Entenmann* et les pains *Country Harvest* contenant 25 % moins de sodium. Le renouvellement de la marque *Wonder* en 2006 constitue une réussite; la marque *Wonder +* a en effet reçu le prix du Produit le plus populaire auprès du consommateur lors de l'édition 2007 du Grand prix canadien des produits nouveaux.

Weston Foods continue d'évaluer des initiatives stratégiques de réduction de coûts relativement à ses installations de fabrication, à ses réseaux de distribution et à son infrastructure administrative afin que sa structure d'exploitation demeure à faible coût. Des projets sont en cours pour favoriser l'instauration de meilleures pratiques, lesquelles devraient mener à la normalisation, à la simplification et à l'amélioration continue des processus, ainsi qu'à une réduction des coûts.

Comme l'indique le rapport annuel des Compagnies Loblaw limitée, le chiffre d'affaires de 2007 s'est établi à 29,4 milliards de dollars par rapport à 28,6 milliards de dollars en 2006, soit une hausse de 2,6 %. La croissance du chiffre d'affaires des magasins comparables, compte non tenu de l'incidence de la diminution des ventes de produits du tabac, a atteint 3,4 %, et le nombre de produits de détail vendus a progressé de 1,9 % comparativement à 2006. La hausse du chiffre d'affaires s'est reflétée dans toutes les régions et Loblaw a maintenu sa part de marché sans augmenter la superficie de ses magasins. En ce qui a trait au bénéfice d'exploitation ajusté, il s'est élevé à 1,0 milliard de dollars en 2007, tandis qu'il avait atteint 1,3 milliard de dollars en 2006. L'augmentation des ventes n'a pas permis de compenser la diminution des marges attribuable à des investissements ciblés dans la stratégie des prix. Comme la réduction des coûts n'a pas suivi le rythme de ces investissements nécessaires, les bénéfices ont baissé. Toujours en 2007, Loblaw a réduit ses dépenses en immobilisations et s'est concentrée sur la croissance du chiffre d'affaires des magasins comparables plutôt que sur une croissance axée sur la superficie, ce qui a favorisé une hausse des flux de trésorerie disponibles. Loblaw a fait de bons progrès durant la première année de sa période de redressement de trois à cinq ans.

En 2008, Weston Foods s'attend à ce que les conditions du marché soient difficiles, car on prévoit des hausses sans précédent du prix des ingrédients et d'autres coûts des intrants. Weston Foods envisage de compenser la hausse du coût des intrants en mettant en œuvre des projets de réduction de coûts et en établissant de nouveaux prix, au besoin. En ce qui concerne Loblaw, le volume des ventes a augmenté grâce aux investissements visant la réduction des prix en vue d'offrir une plus-value à la clientèle. Loblaw s'attend à ce que cette tendance se maintienne en 2008, et elle continuera d'investir dans la baisse des prix tout en réduisant les coûts. Au nom du Conseil d'administration et des actionnaires, je tiens à remercier nos fidèles clientèles de leur soutien ainsi que nos quelque 155 000 employés pour leur dévouement et leur engagement durant cette période difficile.

*[signature]*

**W. Galen Weston**

Président du Conseil et Président