

Weston[®]
George Weston limitée

NOTICE ANNUELLE 2002

Le 7 mars 2003

GEORGE WESTON LIMITÉE
NOTICE ANNUELLE 2002
TABLE DES MATIÈRES

I.	STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ	1
	NOM ET CONSTITUTION	1
	RELATIONS INTERSOCIÉTÉS.....	1
II.	ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS	2
	RÉTROSPECTIVES DES TROIS DERNIERS EXERCICES, IMPORTANTES ACQUISITIONS ET ALIÉNATIONS	
	D'ENTREPRISES	2
	<i>Weston Foods</i>	2
	<i>Distribution alimentaire</i>	3
	<i>Pêche</i>	4
	TENDANCES	4
	<i>Weston Foods</i>	4
	<i>Distribution alimentaire</i>	5
	<i>Pêche</i>	6
III.	DESCRIPTION NARRATIVE DES ACTIVITÉS.....	6
	WESTON FOODS	6
	<i>Installations et principaux produits</i>	6
	<i>Situation concurrentielle</i>	8
	<i>Matières premières</i>	8
	<i>Propriété intellectuelle</i>	8
	<i>Saisonnalité</i>	9
	<i>Employés</i>	9
	<i>Questions environnementales</i>	9
	<i>Recherche et développement</i>	9
	<i>Clients</i>	10
	DISTRIBUTION ALIMENTAIRE	10
	<i>Installations et principaux produits</i>	10
	<i>Activités</i>	10
	<i>Divisions géographiques et bannières</i>	11
	<i>Situation concurrentielle</i>	12
	<i>Clients</i>	13
	<i>Programme de marques contrôlées</i>	13
	<i>Propriété intellectuelle</i>	13
	<i>Saisonnalité</i>	14
	<i>Employés</i>	14
	<i>Questions environnementales</i>	14
	PÊCHE	15
	<i>Installations et principaux produits</i>	15
	<i>Situation concurrentielle</i>	15
	<i>Matières premières</i>	15
	<i>Propriété intellectuelle</i>	15
	<i>Saisonnalité</i>	15
	<i>Employés</i>	15
	<i>Questions environnementales</i>	15
	<i>Clients</i>	15
	AUTRES RENSEIGNEMENTS.....	16
IV.	PRINCIPALES DONNÉES FINANCIÈRES CONSOLIDÉES	17

LES TROIS DERNIERS EXERCICES	17
HUIT DERNIERS TRIMESTRES	18
DIVIDENDES	19
<i>Actions ordinaires</i>	19
<i>Actions privilégiées</i>	19
V. ANALYSE PAR LA DIRECTION.....	20
VI. MARCHÉ POUR LES TITRES	20
VII. ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION.....	21
ADMINISTRATEURS	21
MEMBRES DE LA DIRECTION.....	22
VIII. RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES	24

Sauf indication contraire, les renseignements figurant dans la présente notice annuelle sont à jour jusqu'au 7 mars 2003 et tous les montants sont exprimés en dollars canadiens.

I. STRUCTURE DE LA SOCIÉTÉ

Nom et constitution

George Weston limitée (« Weston ») a été constituée par lettres patentes en vertu des lois du Canada le 27 janvier 1928. Elle a été prorogée en vertu de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* le 29 avril 1980 et fusionnée avec Weston Food Processing Ltd. en vertu de statuts de fusion prenant effet le 1^{er} janvier 1989. Le siège social de Weston est situé au 22 St. Clair Avenue East, Toronto (Ontario) Canada M4T 2S7.

Relations Intersociétés

Weston exerce ses activités par le truchement de ses secteurs d'exploitation isolables, Weston Foods, la distribution alimentaire et la pêche. Les secteurs Weston Foods et la pêche sont exploités principalement au Canada par Weston Foods Inc. et ses filiales et aux États-Unis par Weston Foods, Inc., George Weston Bakeries Inc. et leurs filiales respectives. Weston, directement et indirectement, détient également une participation de 61 % dans Les Compagnies Loblaw limitée (« Compagnies Loblaw ») qui exploite le secteur de la distribution alimentaire partout au Canada par les filiales que les Compagnies Loblaw détient en propriété directe ou indirecte (les Compagnies Loblaw et ses filiales étant collectivement appelées « Loblaw »). Weston et toutes ses filiales sont collectivement appelées « la société ».

On trouvera ci-dessous une liste des filiales de Weston qui exercent ses principales activités. Dans chaque cas, Weston possède directement ou indirectement 100 % des titres avec droit de vote, sauf dans le cas des Compagnies Loblaw, dont 61 % des actions avec droit de vote sont détenues directement et indirectement par Weston. Pour ce qui est de Westfair Foods Ltd., 100 % des titres avec droit de vote et 64 % des titres sans droit de vote sont détenus indirectement par les Compagnies Loblaw.

<u>Weston Foods</u>	<u>Territoire de constitution</u>
Weston Foods Inc.	Ontario
Boulangeries Weston Québec Limitée	Ontario
La Baguetterie Inc.	Ontario
Ready Bake Foods Inc.	Ontario
William Neilson Ltd.	Ontario
Weston Bakeries Limited	Canada
Weston Food Distribution Inc.	Canada
Weston Foods, Inc.	Delaware
Interbake Foods Inc.	Delaware
Maplehurst Bakeries, Inc.	Indiana
Stroehmann Bakeries, L.C.	Virginie
Weston Acquisition, Inc.	Delaware
George Weston Bakeries Inc.	Delaware
Arnold Foods Company, Inc.	Delaware
Entenmann's, Inc.	Delaware
Entenmann's Products, Inc.	Delaware
Entenmann's Sales Company, Inc.	Delaware

Distribution alimentaire

Les Compagnies Loblaw limitée	Canada
Loblaws Inc.	Ontario
Loblaw Financial Holdings Inc.	Ontario
Loblaw Properties Limited	Ontario
Loblaw Brands Limited	Canada
Loblaws Supermarkets Limited	Ontario
Atlantic Wholesalers Ltd.	Nouveau-Brunswick
Fortinos Supermarket Ltd.	Ontario
Glenhuron Bank Limited	Barbade
Kelly, Douglas & Company, Limited	Colombie-Britannique
National Grocers Co. Ltd.	Ontario
La Banque le Choix du Président	Canada
Provigo Inc.	Québec
Provigo Distribution Inc.	Québec
Propriétés Provigo limitée	Canada
Westfair Supermarkets Holdings Inc.	Canada
Westfair Foods Ltd.	Canada
Loblaw Properties West Inc.	Canada
Zehrmart Inc.	Ontario

Pêche

Heritage Salmon Limited	Ontario
Heritage Salmon, Inc.	Delaware

II. ÉVOLUTION DES ACTIVITÉS

Rétrospectives Des Trois Derniers Exercices, Importantes Acquisitions Et Aliénations D'entreprises

La société a deux secteurs stratégiques d'exploitation isolables : Weston Foods et la distribution alimentaire et un secteur d'exploitation non stratégique : la pêche. Weston Foods se concentre principalement dans l'industrie des produits de boulangerie et des produits laitiers en Amérique du Nord. Le secteur de la distribution alimentaire, exploité par Loblaw, la plus importante entreprise de distribution alimentaire au Canada, se consacre au commerce de détail des aliments tout en augmentant son assortiment de produits et de services non alimentaires. Le secteur de la pêche est principalement engagé dans l'éclosion, l'élevage et la transformation du saumon d'élevage frais en Amérique du Nord et au Chili. Au cours des exercices précédents, la société présentait Weston Foods et la division de la pêche sous un seul secteur : la transformation des aliments.

Weston Foods

Au cours des exercices compris dans la période de trois ans terminée le 31 décembre 2002, le secteur de la transformation des aliments a acquis et aliéné un certain nombre d'entreprises de sorte qu'aujourd'hui, il se concentre essentiellement sur les produits de boulangerie (principalement les produits de boulangerie frais et surgelés, biscuits, cornets à crème glacée et gaufrettes pour sandwichs glacés) en

Amérique du Nord, tout en conservant certains actifs dans les produits laitiers. Parallèlement, le secteur a entrepris une importante restructuration des actifs des boulangeries afin d'en rehausser la rentabilité. Les dépenses en immobilisations ont servi à améliorer l'efficacité des actifs existants et à accroître la capacité aux endroits offrant des possibilités de croissance.

Le 4 mars 2002, une filiale américaine de Weston a conclu la vente des activités de l'Ouest de Bestfoods Baking Co. Inc. (« Bestfoods Baking ») (y compris certaines ententes inhérentes aux licences et à la distribution) à Grupo Bimbo, S.A. de C.V. au prix de 610 millions de dollars US (approximativement 950 millions de dollars CA). Cette opération de vente et le bénéfice net de la partie de l'Ouest de Bestfoods Baking ont été comptabilisés dans le cadre de la répartition du prix d'achat de George Weston Bakeries constatée en 2001.

Le produit de cette vente a servi à rembourser la dette associée à l'acquisition de Bestfoods Baking qui a été renommée George Weston Bakeries Inc. (« George Weston Bakeries » ou « GWB »).

Le 30 juillet 2001, une filiale américaine de Weston a conclu l'acquisition de toutes les actions ordinaires émises et en circulation de Bestfoods Baking et certaines marques de commerce utilisées dans l'entreprise de Bestfoods Baking pour la somme de 2,8 milliards de dollars (1,8 milliard de dollars US) en espèces. L'intégration de cette entreprise acquise, sauf pour la partie de l'Ouest, avec les entreprises de boulangerie existantes de la société aux États-Unis devrait rehausser la gamme de produits et la clientèle de la société. Les résultats d'exploitation de la société en 2001 comprennent les activités de George Weston Bakeries depuis la date de l'acquisition, compte non tenu des résultats de la partie de l'Ouest de l'entreprise acquise, soit principalement la gamme de produits *Oroweat*, qui possède des boulangeries au Texas, au Colorado, en Californie et en Oregon. George Weston Bakeries Inc. est l'un des chefs de file des produits de boulangerie frais de haute qualité aux États-Unis, grâce à des marques et à des produits nationaux et régionaux dont les muffins anglais *Thomas'*, les produits de boulangerie *Entenmann's* et les pains *Arnold*, et *Freihofer's*. En 2001 également, Weston Foods a acquis plusieurs petites installations de boulangerie au Canada.

En 2000, une filiale américaine de Weston Foods a mené à bien l'acquisition de deux entreprises de confection de cornets à crème glacée, soit Norse Dairy Systems, de Columbus dans l'Ohio, et Ace Bakery, de Green Bay au Wisconsin. Vers la fin de l'exercice 2000, une filiale américaine de Weston a acquis Kaufman's Bakery, entreprise de pains et de petits pains frais de Buffalo, dans l'État de New York. En 2000 également, Weston Foods a acquis deux boulangeries de spécialité, Crissa Bakery en Ontario et Renaud Bakery au Québec.

Distribution alimentaire

Au cours des exercices compris dans la période de trois ans terminée le 28 décembre 2002, Loblaw a continué à accroître son actif et à réinvestir dans ses actifs existants afin de se positionner en vue d'une croissance durable. Pendant cette période, les dépenses en immobilisations cumulatives, financées par les flux de trésorerie liés à l'exploitation et au financement, ont totalisé 3,1 milliards de dollars.

Au cours du quatrième trimestre 2001, Weston a conclu la vente de 4,2 millions d'actions ordinaires des Compagnies Loblaw pour un produit net de 195 millions de dollars; cette vente a réduit la participation de la société dans Loblaw de 63 % à 61 % et a permis de rembourser la dette contractée pour l'acquisition de Bestfoods Baking.

Au cours de la dernière période de trois exercices, le chiffre d'affaires total s'est accru à un taux annuel moyen cumulatif d'environ 7,1 % et la superficie en pieds carrés des magasins détenus par la société et des magasins franchisés s'est accrue à un taux annuel moyen cumulatif d'environ 8,0 % et 1,1 %

respectivement. Le nombre de magasins détenus par la société sur la même période de trois exercices a augmenté, passant de 585 à 632, ce qui indique une tendance à l'agrandissement de la superficie des magasins et l'augmentation de l'assortiment des produits et services offerts. Le nombre de magasins franchisés a baissé, passant de 417 à 406 pendant cette même période de trois exercices.

Le bénéfice net de base par action ordinaire de Loblaw s'est accru régulièrement chaque exercice au cours de la dernière période de trois exercices et le taux de croissance annuel moyen cumulatif du bénéfice net de base par action ordinaire a atteint environ 24 % (20 % après avoir tenu compte de l'ajustement de l'abandon des charges au titre des écarts d'acquisition en 2002).

Loblaw n'a pas effectué d'importantes acquisitions ni d'importantes aliénations d'entreprises au cours des trois derniers exercices. En 2000, elle a cessé ses activités de services alimentaires au Québec.

Pêche

En 2001, le secteur de la pêche a acquis deux petites installations d'aquaculture au Canada et, au cours du quatrième trimestre de 2001, a vendu l'entreprise de sardines en boîte et de transformation du poisson Connors pour un produit net de 148 millions de dollars qui a servi à rembourser la dette contractée pour l'acquisition de Bestfoods Baking.

En 2000, le secteur de la pêche a fait l'acquisition de Nor Am Aquaculture, entreprise de salmoniculture de l'île de Vancouver.

Tendances

Les besoins des consommateurs dictent l'évolution de l'industrie alimentaire nord-américaine. Le secteur n'échappe pas aux changements démographiques ni aux tendances économiques, comme l'évolution du revenu disponible, l'accroissement de la diversité ethnique, la sensibilisation à une saine alimentation et le temps disponible. Au cours des dernières années, les consommateurs ont exigé une meilleure qualité, une valeur accrue et une plus grande commodité. Tous les secteurs d'exploitation de la société pénétreront de nouveaux marchés et examineront des acquisitions possibles. De même, la société se retirera d'un marché en particulier et réaffectera les actifs ailleurs lorsque son avantage stratégique le commande.

Weston Foods

Weston Foods continuera à s'appuyer sur ses produits et ses marques stratégiques tout en élaborant et en accroissant de nouvelles gammes de produits de boulangerie novateurs. Elle continuera à soutenir fermement la mise en marché de ses produits et de ses marques stratégiques tout en se concentrant sur des techniques de vente plus efficaces et efficientes, ce qui comprend la rationalisation des gammes de produits et la gestion de la composition du chiffre d'affaires. Weston Foods augmentera son chiffre d'affaires en Amérique du Nord à la suite de l'acquisition stratégique en 2001 de George Weston Bakeries tout en poursuivant ses dépenses en immobilisations afin de positionner stratégiquement ses installations de production à l'échelle de l'Amérique du Nord, augmenter ses gammes de produits et accroître sa capacité de production. Ce secteur continuera à se positionner dans des circuits de vente au détail de formats différents tout en continuant d'occuper sa place auprès des principaux détaillants.

Distribution alimentaire

La raison d'être de Loblaw est d'offrir une gamme de produits alimentaires sans cesse améliorée. L'augmentation de l'assortiment des produits alimentaires au cours des trois derniers exercices englobe notamment les repas sur le pouce à emporter à la maison et le lancement d'une gamme de produits *le Choix du Président Biologique* qui touche la santé et la productivité des sols, des cultures et du bétail utilisés pour la production d'aliments sains et de choix offerts aux consommateurs. Vu les contraintes de temps auxquelles font face de nombreux clients, Loblaw a accru ses services dans les magasins détenus par la société et magasins franchisés qui offrent des solutions rapides de repas à emporter, ce qui permet aux consommateurs d'acheter des repas ou plats prêts à consommer chez eux. De plus, Loblaw étend sa présence dans d'autres rayons, notamment celui de la marchandise générale et des stations-service afin de répondre aux besoins changeants de ses clients et d'assurer sa croissance future.

Au cours de la dernière période de trois exercices, le nombre de clients qui utilisent les *Services financiers le Choix du Président* s'est accru et la gamme de produits et de services à la disposition de la clientèle inclut des comptes chèques et d'épargne, des hypothèques, des prêts et des marges de crédit. Ces services sont fournis par Amicus Bank, membre du groupe de sociétés de la CIBC. La Banque le Choix du Président, filiale de Loblaw, a lancé la carte MasterCard des *Services financiers le Choix du Président* en 2001 dans tout le Canada, à l'exception du Québec où on prévoit la mettre en service en 2003. En 2002, la Banque le Choix du Président a titrisé une partie de ses sommes à recevoir sur cartes de crédit, avec un produit de 244 millions de dollars.

Dans le cadre des *Services financiers le Choix du Président* et de la carte MasterCard *le Choix du Président*, Loblaw exploite un programme de fidélisation sous le nom de points *PC*. Les clients utilisant ces produits et services peuvent gagner des points *PC* échangeables contre des produits d'épicerie dans les magasins détenus par la société et les magasins franchisés de Loblaw et, dernièrement, contre d'autres récompenses, y compris des voyages et des laissez-passer de cinéma.

Afin de mieux répondre aux besoins courants des consommateurs, Loblaw construit des magasins de plus grande surface qui s'intègrent bien aux marchés locaux, ce qui lui permet d'offrir toute une variété de produits et services en plus de ses produits d'épicerie traditionnels. Un grand nombre des nouveaux produits sont de la marchandise générale qui connaît un franc succès depuis de nombreuses années dans l'Ouest canadien. Outre ces magasins plus grands déjà installés dans l'Ouest du Canada, Loblaw a ouvert, en 2002, six magasins (trois en 2001) en Ontario chacun d'une superficie d'environ 120 000 pieds carrés. Ces magasins sont considérablement plus grands que le magasin moyen détenu par la société en 2002, qui était de 48 900 pieds carrés.

En 2001, Loblaw a ouvert un nouveau centre de distribution de 630 000 pieds carrés en Ontario et a l'intention de poursuivre l'optimisation de son réseau d'entreposage et de distribution par le truchement de placements futurs dans de plus grands centres de distribution et dans la technologie de l'information partout au Canada.

Pêche

Le secteur de la pêche continue d'être malmené par la baisse des prix du saumon. La capacité excédentaire est responsable de l'offre excédentaire pour ce produit, particulièrement au Chili. Bien que les prix aient démontré des signes d'amélioration au cours de 2002, l'instabilité de l'offre continue de toucher la croissance des ventes. Le secteur de la pêche continuera à se concentrer sur des mesures pour diminuer les coûts, améliorer les produits et s'appuyer sur la fidélité de ses marques solides.

III. DESCRIPTION NARRATIVE DES ACTIVITÉS

Weston Foods

Weston Foods est un intervenant important dans les industries nord-américaines des produits de boulangerie et dans certains actifs maintenus en Ontario dans l'industrie des produits laitiers.

Installations et principaux produits

Au Canada, de simple petite boulangerie en 1882, le secteur Weston Foods s'est transformé en une exploitation prédominante qui s'étend d'un bout à l'autre du Canada de même qu'au centre et à l'est des États-Unis. Ce secteur confectionne un vaste assortiment de produits de boulangerie frais et surgelés (pré-étuvés, précuits et entièrement cuits) et des produits de boulangerie spécialisés, notamment : pains, galettes, petits pains, bagels, gaufres, muffins anglais, beignes, gâteaux, pâtisseries, tartes, cornets à crème glacée, gaufrettes pour sandwichs glacés, craquelins et autres produits de boulangerie. Le secteur des produits laitiers en Ontario se consacre au traitement du lait de consommation dans deux installations de production en Ontario. En outre, ce secteur distribue également de nombreux produits sous la marque *Neilson*, y compris des jus, des boissons, du yogourt et du beurre dans divers formats et saveurs.

De récents progrès technologiques ont permis à Weston Foods d'accroître son créneau tout en améliorant l'efficacité régionale de la gestion de ses actifs.

Au cours du dernier exercice, trois usines ont été fermées dans le cadre d'une restructuration : Miami en Floride, Burlington au Vermont et Plattsburg dans l'État de New York. De plus, ce secteur a commencé la production dans cinq installations, soit Pennsylvanie, New York, Saskatchewan, Ontario et Alberta en 2002.

Situation géographique des principales installations de production au Canada et aux États-Unis :

<u>Canada</u>		<u>ÉTATS-UNIS</u>	
<u>Province</u>	<u>Nombre d'emplacements</u>	<u>État</u>	<u>Nombre d'emplacements</u>
Ontario	18	Pennsylvanie	10
Québec	4	New York	6
Alberta	4	Wisconsin	2
Saskatchewan	3	Californie	2
Nouvelle-Écosse	2	New Jersey	1
Terre-Neuve	1	Connecticut	1
Colombie-Britannique	1	Illinois	1
Manitoba	1	Floride	1
		Maryland	1
		Virginie	1
		Dakota du Sud	1
		Ohio	1
		Georgie	1
		Indiana	1
		Missouri	1
		Nebraska	1
		Washington	1
		Caroline du Nord	1

Weston Foods vend ses produits à une clientèle variée sur le marché des aliments au détail en Amérique du Nord, y compris dans les supermarchés, les entreprises de merchandising de masse, les détaillants à marge réduite, les distributeurs de service alimentaire de même qu'à d'autres clients du commerce des aliments au détail; elle consacre beaucoup d'effort à bâtir et à maintenir son capital de marques et à le faire connaître auprès des consommateurs. Ce secteur est également un fournisseur de produits de marques privées auprès de détaillants et d'entreprises alimentaires, de cornets à crème glacée et de gaufrettes pour sandwiches glacés pour l'industrie laitière et un fournisseur des biscuits des guides.

Les produits de boulangerie frais et les produits laitiers de Weston Foods sont livrés par le réseau de distribution routier alors que les produits de boulangerie surgelés et les produits de boulangerie spécialisés sont distribués principalement des entrepôts par des camions de la société et des camions provenant de l'extérieur.

Au cours des derniers exercices, tant au Canada qu'aux États-Unis, le réseau de vente et de livraison des produits de boulangerie frais et des produits laitiers a été restructuré et comporte désormais un mélange de parcours exploités par la société et de distributeurs indépendants. Aux États-Unis, l'amélioration continue de la productivité du réseau de distribution a été possible grâce à la restructuration et à la consolidation des parcours.

Situation concurrentielle

La direction de ce secteur examine et surveille continuellement ses plans et ses résultats d'exploitation, y compris la part du marché. Au besoin, elle remaniera les stratégies opérationnelles, par exemple en déménageant des installations de production, en révisant les prix et en modifiant l'assortiment de produits, le positionnement des marques et les programmes de mise en marché pour tenir compte de la concurrence. Weston Foods est l'un des principaux fournisseurs de produits de boulangerie et de produits laitiers dans chacun des marchés importants qu'elle occupe et l'élaboration de ses marques clés et leur mise en valeur auprès de la clientèle lui confère un avantage par rapport à la concurrence.

Grâce à ses marques très recherchées, Weston Foods profite d'un avantage stratégique sur ses concurrents. Les principales marques très appréciées des consommateurs, notamment *Arnold*, *Country Harvest*, *D'Italiano*, *Entenmann's*, *Freihofer's*, *Maier's*, *Neilson*, *Stroehmann*, *Thomas'*, *Weston* et *Wonder*, procurent à Weston Foods un capital de marques et de produits stratégiques favorisant la fidélité des consommateurs, qui recherche justement la qualité, le bon goût et la fraîcheur. Par suite de la faiblesse du marché de l'alimentation au détail aux États-Unis, la société prévoit des restructurations massives d'entreprises en 2003. Bien que l'issue et l'incidence, le cas échéant, de ces opérations de restructuration prévues sur ses résultats financiers soient incertaines, la direction de ce secteur suivra de près le marché de l'alimentation au détail aux États-Unis et, au besoin, modifiera ses stratégies et ses programmes en conséquence.

Matières premières

Le blé, la farine, le sucre, l'huile végétale et le cacao sont les principaux ingrédients des produits de boulangerie. Ces ingrédients sont facilement accessibles en quantité suffisante et aucune source unique de matières premières n'est considérée comme étant stratégiquement à risque. En outre, afin de minimiser les fluctuations des prix de ces importantes matières premières, la société a recours à des contrats à terme ou d'option de marchandises qui servent de couverture à l'égard des coûts de ses achats prévus pour certaines matières premières. À titre d'entreprise de traitement du lait de consommation, la division des produits laitiers de l'Ontario reçoit la totalité de son lait cru par l'intermédiaire de l'Office de mise en marché du lait de l'Ontario (les Producteurs laitiers de l'Ontario). En cas de pénurie de lait, le lait cru qui aurait autrement été destiné à des fins industrielles serait redésigné et mis à la disposition des entreprises de traitement du lait de consommation.

Propriété intellectuelle

La société a instauré des procédures afin d'enregistrer ses propriétés intellectuelles ou de les protéger autrement, y compris les marques de commerce, les noms commerciaux et les brevets sur tous les territoires où elle exerce ses activités. Les marques de commerce et les noms commerciaux utilisés dans le secteur de Weston Foods constituent des actifs importants pour la société et sont défendus avec vigueur. Comme ils confèrent à Weston Foods un avantage concurrentiel, la direction consacre beaucoup d'énergie dans la mise en marché de ses marques clés. Weston Foods a su bâtir un portefeuille de marques exceptionnelles; ces dernières figurent en italique dans la présente notice, le cas échéant.

Les marques de commerce clés employées au sein de Weston Foods comprennent *Arnold, Country Harvest, D'Italiano, Entenmann's, Freihofer's, Maier's, Neilson, Stroehmann, Thomas', Weston* et *Wonder*. Tous les produits de lait de consommation sont produits sous les marques de commerce de *Neilson*, à savoir *Neilson, Neilson Trutaste, Neilson Trucalcium, Soy Delight* et *Udderly Cool*. Le secteur Weston Foods a conclu un contrat de licence exclusif avec Cadbury Chocolate Canada Inc. l'autorisant à employer les noms commerciaux suivants sur les boissons lactées : *Mr. Big, Caramilk, Jersey Milk, Crispy Crunch* et *Wunderbar*, qui représentent certaines des tablettes de chocolat les plus connues du Canada.

Saisonnalité

Les activités de la société sont touchées à divers degrés par certaines périodes fériées dans le courant de l'année, notamment au chapitre du niveau des stocks, du volume des ventes et de l'assortiment des produits. La direction surveille continuellement l'incidence que les périodes fériées peuvent avoir sur ses activités et ajuste en conséquence le niveau des stocks et de la production ainsi que les calendriers de livraison.

Employés

La majorité des 20 000 personnes environ travaillant à temps plein et à temps partiel dans les entreprises de produits de boulangerie et de produits laitiers sont couvertes par diverses conventions collectives, dont la presque totalité sont négociées indépendamment dans chaque usine, habituellement pour des durées d'au moins trois ans. Aucune convention collective ne revêt une importance prédominante pour l'ensemble des activités. En 2003, 20 conventions collectives touchant environ 2 600 employés expireront, la plus importante touchant environ 1 200 employés. La société entretient de bonnes relations avec ses employés et syndicats et ne prévoit aucune difficulté induite lors de la renégociation de ces conventions, bien que cela puisse arriver.

Questions environnementales

Weston Foods a des programmes efficaces en matière d'environnement et a établi des politiques destinées à assurer la conformité à toutes les exigences législatives applicables dans ce domaine. À cette fin, la société a procédé à des évaluations des risques liés à l'environnement en faisant appel à des ressources internes et, au besoins, à des ressources externes, et elle se sert également d'outils de communication pour sensibiliser les employés de tous ses secteurs d'exploitation. Les exigences en matière de protection de l'environnement n'ont aucune incidence importante sur les dépenses en immobilisations, le bénéfice ni sur sa position concurrentielle, et rien n'indique qu'il puisse en être autrement.

Recherche et développement

Étant donné que les marchés de ses produits sont bien établis, Weston Foods ne consacre qu'un faible pourcentage de ses produits d'exploitation aux activités de recherche et développement. Les coûts de recherche et développement sont passés en charges lorsqu'ils sont engagés. Son équipe de développement de produits de classe mondiale a mis au point d'importantes formulations commerciales, des recettes et une expertise technologique.

Clients

Aucun client, autre que Loblaw, ne représente plus de 10 % du chiffre d'affaires de Weston Foods.

Distribution alimentaire

Installations et principaux produits

Loblaw exerce ses activités dans le secteur de la distribution alimentaire à l'échelle du Canada par l'intermédiaire de magasins détenus par la société, de magasins franchisés indépendants (magasins franchisés), de magasins associés et en offrant des services à des marchands indépendants. Outre les produits alimentaires, les magasins détenus par la société et les magasins franchisés offrent une sélection de produits non alimentaires et de services spécialisés pour combler tous les besoins d'usage courant. Loblaw a mis au point une gamme très réussie de produits de marques contrôlées et de services qui sont vendus ou mis en marché dans les magasins détenus par la société, les magasins franchisés et les magasins associés et sont mis à la disposition, de façon limitée, aux clients indépendants. Certaines gammes de produits sous marques contrôlées de Loblaw sont commercialisées dans certaines chaînes de supermarchés aux États-Unis et dans d'autres pays.

Loblaw exploite des magasins de formats et de tailles variés sous différentes bannières, tant des magasins détenus par la société que des magasins franchisés, y compris Loblaw's Supermarkets Limited, Zehrmart Inc., National Grocers Co. Ltd. et Fortino's Supermarket Ltd en Ontario; Provigo inc. au Québec; Atlantic Wholesalers Ltd. au Nouveau-Brunswick, en Nouvelle-Écosse, à l'Île-du-Prince-Édouard et à Terre-Neuve et Labrador; et Westfair Foods Ltd. dans l'Ouest du Canada.

Activités

Loblaw est la plus grande entreprise de distribution alimentaire du Canada et exerce ses activités dans toutes les provinces et dans deux territoires du Canada.

Loblaw exploite des magasins de tailles et de formats divers sous différentes bannières, lui permettant de répondre aux besoins changeants des consommateurs et des populations sur chaque marché local. De plus, chaque fois qu'il est possible, les nouveaux magasins et les magasins rénovés ou agrandis comprennent désormais de plus en plus de rayons de produits et de services non alimentaires, dont les services de traitement de la photo, de pharmacie, de nettoyage à sec, de stations-service, de vidéos, de cartes de vœux, de produits floraux, de vêtements et des services et produits financiers. Cette grande variété de produits et de services permet à Loblaw de répondre à tous les besoins courants des consommateurs.

Divisions géographiques et bannières

Les activités d'exploitation de Loblaw à l'échelle du Canada sont comme suit :

	Magasins détenus par la société	Magasins Franchisés	Magasins associés	Comptes indépendants	Entrepôts
Colombie-Britannique	37	44	25	18	1
Yukon	1	1			
Territoires du Nord-Ouest	2		1		
Alberta	57	2	15	1 498	3
Saskatchewan	34	13	48	1 640	2
Manitoba	20	4	50	78	1
Ontario	167	238	20	88	10
Québec	233	42	453	2 029	11
Nouveau-Brunswick	22	25	33	348	2
Nouvelle-Écosse	37	26	2	636	2
Île-du-Prince-Édouard	5	4	1	170	
Terre-Neuve et Labrador	17	7	11	564	2
Total	632	406	659	7 069	34

La taille moyenne des magasins à la fin de l'exercice 2002 des magasins détenus par la société et des magasins franchisés était de 48 900 pieds carrés et de 23 400 pieds carrés, respectivement.

Lorsqu'elle le juge pratique, Loblaw a pour stratégie d'acheter des emplacements pour de futurs magasins. À la fin de l'exercice 2002, Loblaw possédait 63 % des biens immobiliers dans lesquels les magasins détenus par la société sont situés, ainsi que divers biens en voie d'aménagement ou destinés à l'aménagement. Les biens immobiliers qui lui appartiennent sont essentiellement libres de toutes charges; à la fin de l'exercice 2002, des prêts hypothécaires de 37 millions de dollars grevaient les biens immobiliers totaux de Loblaw ayant une valeur comptable nette d'environ 4,6 milliards de dollars. La superficie totale des magasins détenus par la société représente approximativement 30,9 millions de pieds carrés.

Loblaw exerce directement ses activités par le biais de magasins détenus par la société et indirectement par des magasins franchisés et des magasins associés sous les bannières suivantes :

Magasins détenus par la société	Nombre de magasins	Magasins franchisés et associés	Nombre de magasins
Atlantic Superstore	50	Atlantic SaveEasy	55
Magasins « payer et emporter » (Ontario, Atlantique, Québec sous le nom de Presto)	69	Extra Foods	21
Dominion (Terre-Neuve et Labrador)	15	Fortinos	18
Extra Foods	69	Lucky Dollar Foods	102
Loblaws	98	No Frills	110
Maxi (y compris Maxi & Cie)	85	Provigo	47
Provigo	91	Shop Easy Foods	56
The Real Canadian Superstore	57	SuperValu	29
The Real Canadian Wholesale Club	32	Valu-mart	71
Zehrs Markets	58	Your Independant Grocer	54
Autres magasins détenus par la société	8	Autres magasins franchisés et associés	502
	<u>632</u>		<u>1 065</u>

Situation concurrentielle

L'industrie de la distribution alimentaire au Canada est un marché changeant et concurrentiel. Les besoins des consommateurs dictent l'évolution de l'industrie qui n'échappe pas aux changements démographiques ni aux tendances économiques, comme l'évolution du revenu disponible, l'accroissement de la diversité ethnique, la sensibilisation à une saine alimentation et le temps disponible. Au cours des dernières années, les consommateurs ont exigé une meilleure qualité, une valeur accrue et une plus grande commodité.

Les récents changements dans l'industrie se traduisent par l'arrivée sur le marché de concurrents non traditionnels, comme les entreprises de marchandisage de masse et les clubs-entrepôts, qui continuent d'enrichir leurs assortiments avec des produits que l'on trouve habituellement dans les supermarchés.

Loblaw estime être en position solide face à la concurrence au Canada. Elle est le plus grand distributeur de produits alimentaires du pays en termes de chiffre d'affaires. Elle s'attache à y établir de nouveaux magasins, à élargir les rayons/services et à rénover les magasins existants tout en contrôlant les coûts d'exploitation et en rationalisant et en centralisant les mêmes fonctions. Toutes ces mesures lui permettent d'afficher de bons rendements sur un marché de plus en plus concurrentiel qui évolue constamment avec l'arrivée de nouveaux magasins-entrepôts, la prolifération de magasins d'alimentation à rabais et la commercialisation d'un plus grand nombre d'aliments par les magasins à très grande surface et autres détaillants spécialisés. Le programme de marques contrôlées de Loblaw lui confère un autre avantage concurrentiel appréciable, fidélise la clientèle et assure une certaine souplesse inhérente à l'établissement des prix par rapport aux marques nationales.

Clients

Les activités de Loblaw ne dépendent ni d'un seul client ni d'un petit nombre de clients.

Programme de marques contrôlées

Loblaw a établi une gamme très réussie de produits et services sous marques contrôlées qui sont vendus ou mis en marché dans les magasins détenus par la société, les magasins franchisés et associés et qui sont offerts, en quantités limitées, à certains clients indépendants. L'équipe responsable de la mise au point des produits au sein de Loblaw travaille étroitement avec des fournisseurs pour la conception de ses produits de marques contrôlées. La gamme de produits *le Choix du Président* est commercialisée dans certaines chaînes de supermarchés des pays suivants : la Barbade, les Bermudes, les îles Caïmans, la Chine (Hong Kong), la Colombie, Israël, la Jamaïque, la Trinité et les États-Unis.

Loblaw commercialise actuellement plus de 5 000 produits sous marques contrôlées sous les marques *le Choix du Président*, *PC*, *sans nom*, *Formats Club*, *PRODUIT VERT*, *BON AU POSSIBLE* et *EXACT*. En 2001, Loblaw a lancé *le Choix du Président Biologique*, une nouvelle gamme de produits certifiés biologiques.

Plus récemment, la marque *PC* a été appliquée à une sélection de produits de marchandise générale mis au point dans le cadre de l'accroissement des rayons de marchandise générale. En 2002, plus de 100 produits d'usage courant *PC*, provenant de tous les coins du monde, ont été lancés pour décorer toutes les pièces de la maison, de la literie au bain, de la cuisine aux articles de décoration intérieure et extérieure.

Le programme de produits sous marques contrôlées de Loblaw comprend également les *Services financiers le Choix du Président* dont le fournisseur est la Banque Amicus, membre du groupe des sociétés de la CIBC. Les produits et services proposés dans le cadre des *Services financiers le Choix du Président* sont offerts à des tarifs intéressants et leur utilisation permet aux clients de gagner des points *PC* échangeables contre des produits d'épicerie et d'autres récompenses. En mars 2001, la Banque le Choix du Président a lancé avec succès la carte MasterCard des *Services financiers le Choix du Président* à l'échelle du Canada, à l'exception du Québec où le lancement est prévu pour 2003. Des fournisseurs indépendants se chargent des services de traitement des transactions par cartes de crédit, des centres d'appel et de la surveillance de crédit et des fraudes pour la carte MasterCard des *Services financiers le Choix du Président*.

Propriété intellectuelle

Loblaw a instauré des procédures afin d'enregistrer ses propriétés intellectuelles ou de les protéger autrement, y compris les marques de commerce utilisées dans les noms commerciaux des magasins ou des bannières de même que ceux associés à ses programmes de marques contrôlées. Les noms commerciaux des magasins ou des bannières sont associés à des concepts de détail précis et revêtent de l'importance tant pour les magasins détenus par la société que pour les magasins franchisés. Les magasins franchisés utilisent les noms des bannières associés à leur programme de franchisés conformément aux accords d'octroi de licence. Les noms commerciaux de Loblaw utilisés dans le cadre de son programme de marques contrôlées sont présentés à la rubrique « Programme des marques contrôlées ». D'autres propriétés intellectuelles de Loblaw comprennent les noms de domaines, les conceptions d'emballage de même que les formulations et les spécifications des produits. Les droits de propriété intellectuelle liés aux affaires de Loblaw constituent des actifs importants et sont défendus avec vigueur. Les marques de commerce de Loblaw figurant dans la présente notice annuelle sont inscrits en italique.

Saisonnalité

Les activités de Loblaw relatives aux produits alimentaires sont touchées à divers degrés par certaines périodes fériées dans le courant de l'année, notamment au chapitre du niveau des stocks, du volume des ventes et de l'assortiment des produits. Comme ce secteur accroît son assortiment de marchandise générale, il pourrait augmenter le nombre de produits saisonniers qu'il offre et, par conséquent, ses activités pourraient être plus exposées à des fluctuations saisonnières.

Employés

Loblaw et ses franchisés employaient plus de 122 000 personnes à temps plein et à temps partiel à la fin de l'exercice 2002. Loblaw compte un total de 435 conventions collectives couvrant quelque 95 000 employés. En 2002, il y avait 71 conventions collectives à négocier dont 49 ont été signées. Au cours de 2002, les négociations collectives ont été ardues et ont mené à deux grèves de courte durée, l'une en Ontario et l'autre, en Saskatchewan, lesquelles ont par la suite été réglées par la signature de conventions de cinq ans et de trois ans respectivement. En 2003, 50 conventions collectives touchant presque 13 000 employés arriveront à terme, dont la plus importante couvre à elle seule environ 7 100 employés. Loblaw poursuivra également les négociations relatives aux 33 conventions reportées de 2000, à 2001 et à 2002. Loblaw entretient de bonnes relations avec ses employés et les syndicats et, bien que cette éventualité ne puisse être écartée, elle ne prévoit aucun problème inhabituel lors de la renégociation des conventions collectives.

Questions environnementales

Loblaw a des programmes efficaces en matière d'environnement et a établi des politiques destinées à assurer la conformité à toutes les exigences législatives applicables dans ce domaine. À cette fin, elle a procédé à des évaluations des risques liés à l'environnement en faisant appel à des ressources internes et externes, et elle se sert également d'outils de communication pour sensibiliser les employés de tous ses secteurs d'exploitation.

Loblaw s'emploie à être responsable sur les plans social et environnemental et reconnaît que les efforts qu'elle déploie pour assurer sa croissance économique et sa rentabilité afin de faire face aux pressions exercées par la concurrence doivent tenir compte de ses responsabilités en matière de gestion environnementale et d'autres questions d'ordre écologique. Des comités environnementaux à l'échelle de Loblaw se réunissent régulièrement pour surveiller les activités commerciales et s'assurer qu'elles sont exercées de façon responsable. Les exigences en matière de protection de l'environnement n'ont aucune incidence importante sur la situation financière ni sur les résultats d'exploitation de Loblaw, et rien n'indique qu'il puisse en être autrement. Loblaw a un programme de santé et sécurité visant à promouvoir la santé et le bien-être, la sécurité au travail et le respect des lignes directrices internes et publiées par les organismes de réglementation au sujet de la santé et de la sécurité au travail. Ce programme de santé et sécurité est assujéti à des vérifications de la conformité. Les évaluations des risques environnementaux et les vérifications de conformité à l'égard de la santé et sécurité s'avèrent des outils efficaces pour identifier les risques courants et éventuels. Nos résultats démontrent qu'il n'y a aucune question ni risque important à signaler. Le Comité de l'environnement et de santé et sécurité du Conseil d'administration reçoit des rapports qui passent en revue les questions en suspens, signalent les nouvelles préoccupations législatives et décrivent les efforts de communication pertinents.

Pêche

Installations et principaux produits

L'entreprise de saumon d'élevage frais exerce ses activités sur les deux côtes du Canada, sur la côte est des États-Unis dans l'État du Maine et au Chili. Le secteur de la pêche s'occupe du traitement, de la commercialisation et de la vente d'une gamme complète de saumon et de produits du saumon de l'Atlantique à valeur ajoutée sur le marché nord-américain, y compris les filets (les portions ordinaires ou de coupe supérieure), les duos « steak et filet », les burgers et les brochettes, ainsi que les produits marinés. Le secteur de la pêche vend principalement à des supermarchés au détail et à des clients de service alimentaire et distribue ses produits par le biais de transporteurs indépendants.

Situation concurrentielle

Les produits d'avant-garde du secteur de la pêche constituent sa stratégie qui le distingue de ses concurrents. Le secteur de la pêche, par le truchement de sa gamme de produits *Heritage*, continue de tirer parti de son solide capital de marques auprès de sa clientèle et d'occuper la position de chef de file dans la confection de produits de saumon novateurs et appréciés des consommateurs.

Matières premières

La société contrôle tous les aspects de la production du saumon, dont les œufs, les saumoneaux, les alevins et les saumons en croissance.

Propriété intellectuelle

Les noms commerciaux *Heritage* et *Crystal Waters* sont utilisés dans l'entreprise de saumon d'élevage.

Saisonnalité

Les activités du secteur de la pêche ne sont pas touchées de façon importantes par les variations saisonnières.

Employés

L'entreprise de saumon d'élevage frais emploie 850 personnes environ, selon la période de l'année, et environ 250 employés sont membres de l'association d'employés Heritage Salmon. Le contrat avec les membres de l'association d'employés a été ratifié pour une période de quatre ans, commençant en 2002.

Questions environnementales

Le secteur de la pêche a d'importants programmes environnementaux et a établi des politiques conformes à celles du reste de la société visant à respecter toutes les exigences des lois environnementales applicables. Les exigences en matière de protection de l'environnement n'ont aucune incidence importante sur les dépenses en immobilisations, le bénéfice ni sur sa position concurrentielle et rien n'indique qu'il puisse en être autrement.

Clients

Les activités du secteur de la pêche ne dépendent ni d'un seul client ni d'un petit nombre de clients.

Autres renseignements

Au cours des exercices compris dans la période de trois ans terminée le 31 décembre 2002, la société n'a subi aucune faillite, ni mise sous séquestre ni procédure judiciaire ni n'a été impliquée dans aucune faillite, ni mise sous séquestre ni procédure judiciaire volontaire.

IV. PRINCIPALES DONNÉES FINANCIÈRES CONSOLIDÉES

Les trois derniers exercices

Au cours des exercices compris dans la période de trois ans terminée le 31 décembre 2002, le chiffre d'affaires de la société a augmenté selon un taux de croissance annuel moyen cumulatif d'environ 10 %, compte tenu des acquisitions. Les activités canadiennes en 2002 représentent environ 86 % du chiffre d'affaires et le reste, 14 % du chiffre d'affaires, est attribuable aux marchés américains et internationaux.

Le sommaire suivant indique les données financières consolidées sélectionnées. Tous les montants sont exprimés en millions de dollars, sauf les données par action et le nombre de semaines.

	<u>2002</u>	<u>2001</u>	<u>2000</u>
<u>Données relatives à l'état consolidé des résultats</u>			
Chiffre d'affaires	27 446	24 661	22 344
Bénéfice net (notes 1 et 2)	690	582	481
Bénéfice avant les charges au titre des écarts d'acquisition, déduction faite de l'incidence de la part des actionnaires sans contrôle et de l'impôt	690	619	517
Par action ordinaire (en dollars)			
De base			
Bénéfice net	5,05	4,42	3,66
Bénéfice avant les charges au titre des écarts d'acquisition, déduction faite de l'incidence de la part des actionnaires sans contrôle et de l'impôt	5,05	4,70	3,93
Dilué			
Bénéfice net	5,02	4,37	3,64
Bénéfice avant les charges au titre des écarts d'acquisition, déduction faite de l'incidence de la part des actionnaires sans contrôle et de l'impôt	5,02	4,65	3,91
Dividendes déclarés par action (en dollars)			
Actions ordinaire	0,96	0,80	0,70
Actions privilégiées – Série I	1,49		
Actions privilégiées – Série II	0,93		
<u>Données relatives au bilan consolidé</u>			
Total de l'actif	<u>16 663</u>	<u>16 287</u>	<u>11 421</u>
Total de la dette à long terme (y compris les obligations découlant des contrats de location-acquisition) (note 3)	5 534	4 990	3 246
Moins la tranche échéant à moins d'un an	110	82	260
Moins la tranche encaissable sur demande	33		
Dette à long terme, tranche à long terme	<u>5 391</u>	<u>4 908</u>	<u>2 986</u>

Sommaire des produits et du bénéfice d'exploitation en fonction de chacun des segments d'exploitation isolables de la société :

	2002	Variation	2001	Variation	2000	Variation
Chiffre d'affaires						
Weston Foods	4 792	40 %	3 412	47 %	2 322	8 %
Distribution alimentaire	23 082	7 %	21 486	7 %	20 121	7 %
Pêche	219	(45 %)	396	(12 %)	449	5 %
Intersectoriel	(647)		(633)		(548)	
Chiffres consolidés	27 446	11 %	24 661	10 %	22 344	7 %
Bénéfice (perte) d'exploitation						
Weston Foods	409	31 %	313	80 %	174	39 %
Distribution alimentaire	1 295	15 %	1 128	17 %	968	21 %
Pêche	(26)	s.o.	(1)	(102 %)	47	15 %
Chiffres consolidés	1 678	17 %	1 440	21 %	1 189	23 %

s.o. variation non pertinente

Le bénéfice net de base par action ordinaire, y compris les éléments inhabituels, après impôts, s'élevaient à 5,05 \$, 14 % ou 63 cents, ce qui est supérieur aux 4,42 \$ enregistrés en 2001.

Au cours de la période de trois exercices terminée en 2002, les dépenses en immobilisations cumulatives ont atteint environ 3,8 milliards de dollars, compte non tenu des acquisitions d'entreprises, soit 579 millions de dollars pour Weston Foods, 3,1 milliards de dollars pour la distribution alimentaire et 65 millions de dollars pour la pêche.

Huit derniers trimestres	2002				2001			
	4^e	3^e	2^e	1^{er}	4^e	3^e	2^e	1^{er}
Nombre de semaines dans le trimestre	12	16	12	12	12	16	12	12
Chiffre d'affaires	6 615	8 509	6 324	5 998	6 183	7 788	5 572	5 118
Bénéfice net	231	190	161	108	240	143	124	75
Par action ordinaire (en dollars)								
De base								
Bénéfice net	1,70	1,37	1,18	0,80	1,82	1,09	0,94	0,57
Bénéfice avant les charges au titre des écarts d'acquisition, déduction faite de l'incidence de la part des actionnaires sans contrôle et de l'impôt	1,70	1,37	1,18	0,80	1,88	1,17	1,01	0,63
Dilué								
Bénéfice net	1,70	1,36	1,17	0,79	1,80	1,08	0,94	0,56
Bénéfice avant les charges au titre des écarts d'acquisition, déduction faite de l'incidence de la part des actionnaires sans contrôle et de l'impôt	1,70	1,36	1,17	0,79	1,86	1,16	1,01	0,62

- Note 1 : Les nouvelles normes comptables canadiennes sur les rémunérations et autres paiements à base d'actions de même que sur les écarts d'acquisition et autres actifs incorporels ont été mises en œuvre par la société au premier trimestre de 2002. Ces normes sont décrites dans les notes 1, 10 et 16 des états financiers consolidés compris dans le Rapport annuel 2002 de la société.
- Note 2 : En 2001, le bénéfice net comprend un bénéfice de 1 million de dollars (41 millions de dollars en 2000), qui reflète les effets cumulatifs des changements, annoncés dans le budget, des taux d'imposition fédéral et provinciaux canadiens sur les actifs d'impôts futurs ou les passifs d'impôts futurs.
- Note 3 : En 2002, la société a émis 250 millions de dollars de billets à moyen terme (« BMT ») portant intérêt au taux de 5,90 % et échéant en 2009 ainsi que 150 millions de dollars de BMT, 7,10 % et échéant en 2032. Au cours du troisième trimestre de 2002, les marges de crédit de Loblaw, qui ont été consenties par plusieurs banques, sont passées de 820 millions de dollars à 845 millions de dollars. Loblaw a remboursé le billet en fourchette AB 6,20 % de 10 millions de dollars au cours du quatrième trimestre de 2002 et ses débentures série 8, 10 % de 61 millions de dollars, au cours du deuxième trimestre. Au cours du premier trimestre de 2002, Loblaw a émis 200 millions de dollars de BMT, 6,85 %, échéant en 2032. Postérieurement à la fin de l'exercice 2002, la société a émis 100 millions de dollars de BMT, 6,69 % échéant en 2033 et Loblaw a émis 200 millions de dollars de BMT, 6,54 %, échéant en 2033.

Dividendes

Actions ordinaires

La déclaration et le versement de dividendes sont laissés à la discrétion du Conseil d'administration. La politique de la société en matière de dividendes consiste à maintenir des versements de dividendes stables, équivalant à environ 20 % à 25 % du bénéfice net de base normalisé par action ordinaire de l'exercice précédent, compte tenu de la situation de trésorerie à la fin de l'exercice, des flux de trésorerie futurs et des occasions de placement.

En vertu du billet à ordre 12,70 %, échéant le 8 novembre 2030, la société est assujettie à des restrictions qui l'empêchent de verser des dividendes en espèces sur ses actions ordinaires si l'avoir consolidé des porteurs d'actions ordinaires de la société et de ses filiales visées par les restrictions était ou serait de ce fait réduit à moins de 590 millions de dollars.

Actions privilégiées

En 2002, la société a émis 10,6 millions d'actions privilégiées 5,15 %, série II, au prix de 25,00 \$ l'action, lesquelles donnent au porteur le droit de recevoir un dividende privilégié cumulatif fixe en espèces de 1,2875 \$ par action par année. En 2001, la société a émis 9,4 millions d'actions privilégiées 5,80 %, série I, au prix de 25,00 \$ l'action donnant au porteur le droit de recevoir un dividende privilégié cumulatif fixe en espèces de 1,45 \$ par action par année.

V. ANALYSE PAR LA DIRECTION

Il y a lieu de se reporter à l'analyse par la direction qui figure aux pages 20 à 41 du Rapport annuel 2002 de George Weston limitée aux actionnaires, laquelle est intégrée dans les présentes par renvoi.

VI. MARCHÉ POUR LES TITRES

Les actions ordinaires et les actions privilégiées de George Weston limitée sont inscrites et affichées pour fins de négociation à la Bourse de Toronto sous les symboles « WN », « WN.PR.A » et « WN.PR.B », respectivement.

VII. ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION

Administrateurs

<u>Nom et municipalité de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>	<u>Administrateur depuis</u>
W. Galen Weston, O.C., ^{1*} Toronto (Ontario)	Président du Conseil et Président, George Weston limitée et président du conseil, Les Compagnies Loblaw limitée	1967
Robert J. Dart, ^{1,2,3} Toronto (Ontario)	Vice-président du Conseil Wittington Investments, Limited (société de placement)	1994
Peter B. M. Eby, ^{2,3} Toronto (Ontario)	Administrateur de société	2000
Anne L. Fraser, ^{5*} Calgary (Alberta)	Administrateur de société	1995
R. Donald Fullerton, ^{2*,3*} Toronto (Ontario)	Administrateur de société	1991
Anthony R. Graham, ^{1,3,4*} Toronto (Ontario)	Président, Wittington Investments, Limited (société de placement)	1996
Mark Hoffman, ^{4,5} Londres, Angleterre	Président du conseil, Cambridge Research Group Limited (société de transfert de technologie et de placement)	1975
Allan L. Leighton, ⁴ Leeds, Angleterre	Président du conseil, Royal Mail plc	2000
John C. Makinson, CBE, ² Londres, Angleterre	Président du conseil et chef de la direction The Penguin Group (société médiatique internationale)	1997
J. Robert S. Prichard, O.C., O.Ont., ⁵ Toronto (Ontario)	Président et chef de la direction, Torstar Corporation (société de médias écrits)	2000
M. D. Wendy Rebanks, ^{4,5} Toronto (Ontario)	Administrateur de société	1994

*Président du comité

1. Comité de direction
2. Comité de vérification
3. Comité de régie et de rémunération
4. Comité de retraite
5. Comité de l'environnement et de santé et sécurité

Tous les administrateurs restent en fonction jusqu'à la prochaine assemblée générale annuelle de la société ou jusqu'à ce qu'un administrateur démissionne ou que son successeur soit dûment élu ou nommé.

Membres de la direction

<u>Nom et municipalité de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>
W. Galen Weston, O.C. Toronto (Ontario)	Président du Conseil et Président
Richard P. Mavrinc Mississauga (Ontario)	Chef de la direction financière
Roy R. Conliffe Toronto (Ontario)	Vice-président principal, relations du travail
Stewart E. Green Toronto (Ontario)	Vice-président principal, secrétaire et chef du contentieux
Louise M. Lacchin Toronto (Ontario)	Vice-présidente principale, finances
Donald G. Reid Toronto (Ontario)	Vice-président principal
Robert G. Vaux Toronto (Ontario)	Vice-président principal, développement des affaires
Robert A. Balcom Toronto (Ontario)	Vice-président, secrétaire adjoint
Manny DiFilippo Toronto (Ontario)	Vice-président, gestion des risques et services de vérification interne
J. Bradley Holland Toronto (Ontario)	Vice-président, fiscalité
Michael N. Kimber Toronto (Ontario)	Vice-président, conseiller juridique
Garfield R. Mitchell Toronto (Ontario)	Vice-président, affaires communautaires
Lucy J. Paglione Mississauga (Ontario)	Vice-présidente, retraite et avantages sociaux
Rolando Sardellitti Vaughan (Ontario)	Vice-président, contrôleur
Geoffrey H. Wilson Toronto (Ontario)	Vice-président, relations avec l'industrie et les investisseurs
Ann Marie Yamamoto Toronto (Ontario)	Vice-présidente, vérification des systèmes et technologie de l'information

Membre de la direction (suite)

<u>Nom et municipalité de résidence</u>	<u>Occupation principale</u>
Lisa R. Swartzman Toronto (Ontario)	Trésorière
Marian M. Burrows Toronto (Ontario)	Secrétaire adjoint
Walter H. Kraus Mississauga (Ontario)	Directeur, affaires environnementales
Patrick R. MacDonell Toronto (Ontario)	Trésorier adjoint

Toutes les personnes précitées occupent leurs fonctions actuelles ou d'autres postes auprès de la même société ou de sociétés ou organismes associés depuis cinq ans, à l'exception des personnes suivantes : M. A.R. Graham, qui est président, Wittington Investments, Limited puis ancien vice-président du conseil et administrateur de Financière Banque Nationale; M. J.C. Markinson, président du conseil et chef de la direction de The Penguin Group et ancien directeur des finances du groupe, Pearson plc; M. A.L. Leighton, qui est l'ancien président et chef de la direction de Wal-Mart Europe et qui a occupé un poste de haute direction chez ASDA Stores Ltd. de 1992 à 2000; M. J.R.S. Prichard, qui est président de Torstar Corporation et qui a été président de l'Université de Toronto de 1990 à 2000.

M. W. Galen Weston est le propriétaire réel, directement ou indirectement, de 62,5 % des actions ordinaires émises et en circulation de la société et de 63,0 % des actions ordinaires émises et en circulation de Loblaw, ou exerce un contrôle sur ces actions. Sauf pour les actions détenues ou contrôlées directement ou indirectement par M. W. Galen Weston, le nombre d'actions ordinaires que détenaient en propriété directe ou indirecte les administrateurs et membres de la haute direction de la société en tant que groupe ou sur lesquelles ils exerçaient un contrôle ou une direction représentait moins de 1 % des actions ordinaires émises et en circulation de la société et moins de 1 % des actions ordinaires émises et en circulation de Loblaw.

VIII. RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

1. La société fournira à toute personne, sur demande au secrétaire de la société, 22 St. Clair Avenue East, Toronto, Canada, M4T 2S7 :
 - a) Lorsque les titres de la société font l'objet d'un placement aux termes d'un prospectus simplifié ou qu'un prospectus simplifié provisoire a été déposé en vue d'un placement de ses titres :
 - i) un exemplaire de la notice annuelle de la société, ainsi qu'un exemplaire de tout document ou de toute page pertinente d'un document, qui y sont intégrés par renvoi;
 - ii) un exemplaire des états financiers consolidés comparatifs de la société relatifs au dernier exercice complet ainsi que le rapport des vérificateurs à leur sujet, et un exemplaire des états financiers consolidés intermédiaires de la société postérieurs aux états financiers consolidés relatifs au dernier exercice complet;
 - iii) un exemplaire de la circulaire d'information de la société se rapportant à la dernière assemblée générale annuelle des actionnaires au cours de laquelle des administrateurs ont été élus; et
 - iv) un exemplaire de tout autre document intégré par renvoi au prospectus simplifié provisoire ou au prospectus simplifié et que la société n'est pas tenue de fournir en vertu des points i) à iii) ci-dessus; ou
 - b) à tout autre moment, un exemplaire des documents dont il est question aux points 1 a) i), ii) et iii) ci-dessus, à condition que la société puisse exiger le paiement de frais raisonnables si la demande est faite par une personne qui ne détient pas de titres de la société.
2. Des renseignements supplémentaires, dont la rémunération et l'endettement des administrateurs et des membres de la direction, les principaux porteurs de titres de la société, les options d'achat de titres et la participation des initiés dans des opérations importantes, le cas échéant, figurent dans la circulaire d'information de la société se rapportant à la dernière assemblée générale annuelle des actionnaires au cours de laquelle des administrateurs ont été élus, et d'autres renseignements financiers sont fournis dans les états financiers comparatifs de la société relatifs au dernier exercice complet.
3. Des informations financières supplémentaires de la société ont été transmises par l'intermédiaire de Système électronique de données, d'analyse et de recherche (SEDAR). L'adresse Internet de la société est : www.weston.ca.

Des informations financières supplémentaires de Loblaw ont été transmises par l'intermédiaire de SEDAR et au bureau du surintendant des institutions financières, organisme de réglementation principal de la Banque le Choix du Président, filiale de Loblaw. L'adresse Internet de Lolaw est : www.loblaw.com.

Ce qui précède, ainsi que tous les renseignements intégrés par renvoi, ne contient aucune fausse déclaration ou omission concernant un fait important qui doit être mentionné dans les présentes conformément aux exigences relatives à la présente notice annuelle, ou qui est nécessaire pour qu'une déclaration faite dans les présentes ne soit pas trompeuse à la lumière des circonstances dans lesquelles elle est faite.

FAIT : Le 7 mars 2003

« W. Galen Weston »

(signé) W. GALEN WESTON
Président

« Richard P. Mavrillac »

(signé) RICHARD P. MAVRILAC
Chef de la direction financière

Au nom du Conseil d'administration,

« W. Galen Weston »

(signé) W. GALEN WESTON
Administrateur

« R. Donald Fullerton »

(signé) R. DONALD FULLERTON
Administrateur