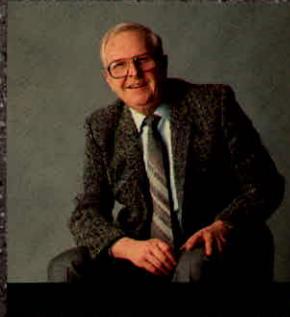




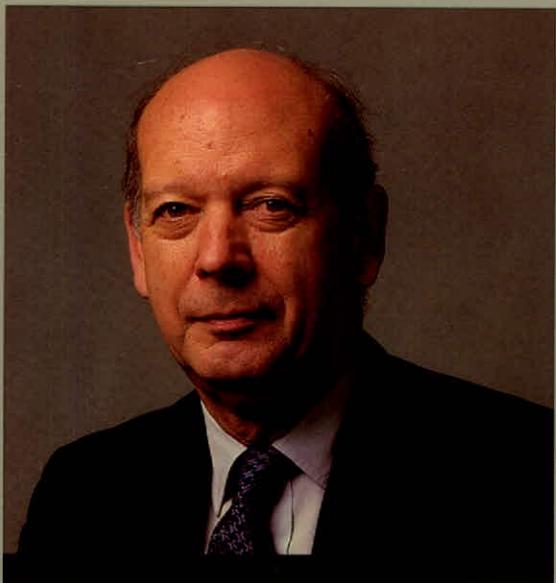
Unilever

*Unilever Canada Limited
Annual Report to Employees
1985*

*Unilever Canada Limitée
Rapport annuel aux employés
1985*



CHAIRMAN'S COMMENTS



Unilever, with its headquarters in London and Rotterdam, is one of the largest producers of consumer goods in the world. A wide range of products and services are provided in 75 countries most of which are produced locally.

In Canada, Unilever is represented by a holding company, Unilever Canada Limited. Through its various business units, we focus on the manufacturing of consumer goods in four main categories: food, beverages, detergents and personal products. We also operate a chain of fast food restaurants and manufacture specialty industrial chemicals.

Despite its size and international significance, the name Unilever is relatively unknown among the public at large. That is because our focus is on brand marketing. Millions of Canadians buy Imperial Margarine, Red Rose Tea, Lipton Soups, Shopsy's Meats, Black Diamond Cheese, Close-Up Toothpaste, Sunlight Dishwashing Liquid, and a multitude of other products, without ever seeing the name Unilever.

We are firmly committed to increasing our presence in Canada and the Brooke Bond acquisition is illustrative of the profound effect such a policy can have on our operations.

We have made good progress in Canada during 1985. Our share of market, our sales and our profit have all improved while at the same time success has been achieved with new product introductions. In 1986 Unilever will continue to offer strong support as we are firmly committed to increasing our presence here. Additional emphasis will be placed on employee development thus permitting us to capitalize on the pool of managerial talent within Canada. In 1986, I look forward to Unilever Canada increasing its prominence in the Canadian marketplace.

Gordon K.G. Stevens
Chairman of the Board, Unilever Canada
Limited and Director of Unilever PLC

MESSAGE DU PRÉSIDENT
DU CONSEIL

Unilever, dont le siège social est situé à Londres et à Rotterdam, est un des plus grands fabricants de produits de consommation du monde. Ses produits et services se retrouvent dans 75 pays.

Unilever est représentée au Canada par la société de portefeuille Unilever Canada Limitée. Nous fabriquons, par le biais de ses différentes unités d'exploitation, des produits de consommation entrant dans quatre catégories principales: aliments, boissons, détergents et produits de soins personnels. Nous exploitons aussi une chaîne de restaurants-minute et fabriquons des spécialités chimiques destinées à l'industrie.

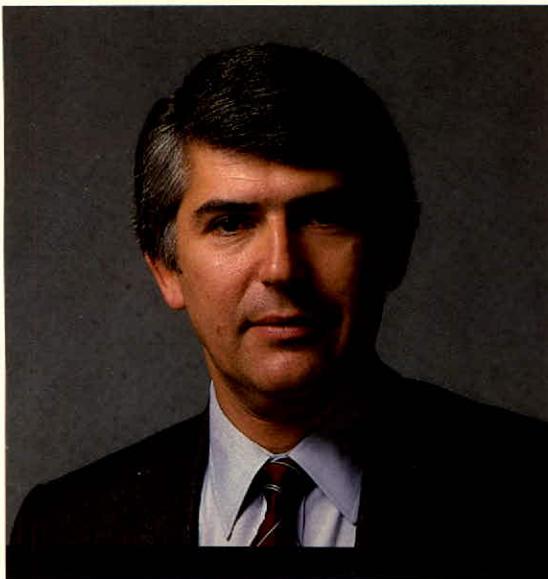
En dépit de son envergure internationale, Unilever demeure un nom relativement inconnu de la plupart des gens parce que nous mettons davantage l'accent sur les marques de nos produits. Des millions de Canadiens achètent de la margarine Imperial, du thé Red Rose, des soupes Lipton, des viandes Shopsy's, du fromage Black Diamond, du dentifrice Close-Up, du liquide à vaisselle Sunlight, ainsi qu'une multitude d'autres produits... sans jamais voir le nom Unilever.

Nous sommes fermement engagés à intensifier notre présence au Canada. L'acquisition de Brooke Bond démontre les répercussions importantes de cette politique sur nos activités.

Nous avons accompli des progrès notables au Canada en 1985. Notre part du marché, notre volume de ventes et nos profits ont tous enregistré une hausse et nous avons aussi lancé avec succès de nouveaux produits. Unilever continuera de soutenir ses activités canadiennes en 1986 puisque nous sommes fermement engagés à accroître notre présence sur ce marché. Nous insisterons aussi sur le développement de nos ressources humaines afin de profiter des compétences administratives existant au Canada. J'ai confiance qu'Unilever Canada intensifiera sa présence sur le marché canadien en 1986.

Gordon K.G. Stevens
Président du Conseil d'administration,
Unilever Canada Limitée,
et administrateur d'Unilever PLC

UNILEVER CANADA PRESIDENT'S REPORT



This is the first issue of the Unilever Canada Limited Annual Report to Employees. I have often stated that simple straightforward communication is essential to our business. In keeping with that principle, we have put together an informative magazine complete with a message from the Chairman of the Board and a report from the President of each of our operating businesses.

Operating Performance

In financial terms, 1985 represented a year of improvement for Unilever Canada in total. Despite disappointing results in the margarine and meat businesses, strong performance by the other operating companies enabled us to exceed the financial objectives established for the year. Sales revenue was a record \$865 million. While acquisitions contributed significantly to our growth, volume increases also heavily outpaced price increases in almost every business unit. Our profit after tax in 1985 was \$8.7 million before extraordinary items, well ahead of last year's \$2.4 million.

This increase in profit was accompanied by a significant investment in a record number of new products as illustrated throughout this report.

Acquisitions and Divestitures

One of the most significant activities of 1985 was the acquisition of Brooke Bond with its highly recognized brands of Red Rose and P.G. Tips Tea, Black Diamond Cheese, and OXO Bouillon. We also acquired Norda, a manufacturer of flavours, spice oleoresins and fragrances, and Oxoid Canada which markets specialist products used in hospitals and for quality control by the food and pharmaceutical industries. On the divestiture front, Lever Brothers sold its interest in Maple Leaf Monarch Company, an oil seed crushing joint venture.

UNILEVER CANADA RAPPORT DU PRÉSIDENT

Vous avez entre les mains le premier rapport annuel d'Unilever Canada Limitée destiné à ses employés. J'ai souvent dit que le succès de nos activités reposait en grande partie sur des communications franches et directes. C'est donc dans cet esprit que nous avons conçu cette brochure descriptive à laquelle nous avons aussi ajouté un message du président du Conseil et un rapport du président de chacun de nos secteurs d'activité.

Rendement de l'exploitation

1985 a été une année de progrès au point de vue financier pour Unilever Canada. Malgré des résultats plutôt décevants dans nos secteurs de la margarine et des viandes, les résultats de nos autres secteurs d'activité nous ont permis de dépasser nos objectifs financiers de 1985. Les revenus provenant des ventes ont atteint le chiffre record de 865 millions de dollars. Tandis que les acquisitions contribuaient de façon notable à cette croissance, l'accroissement du volume des ventes a grandement surpassé les hausses de prix dans la quasi-totalité de nos activités. Notre bénéfice après impôt et avant les postes extraordinaires s'est élevé à 8,7 millions de dollars, ce qui représente une nette amélioration par rapport aux 2,4 millions de dollars enregistrés en 1984.

Cet essor du bénéfice s'est accompagné d'un investissement considérable dans un nombre record de nouveaux produits, comme le démontrera le présent rapport.

Acquisitions et abandon

L'acquisition de Brooke Bond et de ses marques très connues (thés Red Rose et P.G. Tips, fromage Black Diamond et bouillon OXO) a représenté l'une de nos plus importantes réalisations en 1985. Nous avons aussi fait l'acquisition de Norda, fabricant de saveurs, d'oléorésines d'épices et d'essences, et d'Oxoid Canada, qui vend des produits spécialisés aux hôpitaux et aux services de contrôle de la qualité des industries alimentaires et pharmaceutiques. Du côté des abandons, Lever Brothers a vendu ses intérêts dans Maple Leaf Monarch Company, entreprise en participation de pressage des graines oléagineuses.

AUG 6 1986

MCGILL UNIVERSITY



Reorganization

The acquisition of Brooke Bond provided the opportunity to reorganize our food operations in a more coherent and competitive way. This led to the amalgamation of Thomas J. Lipton, Brooke Bond, the consumer products and food service business from Monarch Fine Foods, and Newfoundland Margarine. This combination creates one of the strongest and most exciting food businesses in Canada—Thomas J. Lipton Inc.

As a result of our reorganization activities, the headquarters group now functions exclusively as Unilever Canada. In keeping with this change, the detergents and personal products business, formerly known as Lever Detergents, has changed its name back to Lever Brothers.

Retirements

On July 31st, Mr. Alan Rae retired after more than 27 years' service, 16 of them as President of Lever Detergents. On December 31st, Mr. John O'Donnell retired after more than 30 years' service, 15 of them as President of Monarch Fine Foods. I wish to record our gratitude to these gentlemen for their distinguished contribution over many years.

Réorganisation

L'acquisition de Brooke Bond nous a donné l'occasion de restructurer nos activités alimentaires de façon plus cohérente et plus concurrentielle. C'est ainsi qu'a eu lieu la fusion de Thomas J. Lipton, de Brooke Bond, des secteurs des produits de consommation et des services alimentaires des Produits Alimentaires Monarch et de Newfoundland Margarine. La nouvelle structure, Thomas J. Lipton Inc., est l'une des plus solides et des plus dynamiques entreprises du marché alimentaire canadien.

À la suite de cette restructuration, les fonctions de notre siège social sont maintenant connues sous le seul nom d'Unilever Canada. Dans cette perspective, nos secteurs des détergents et des produits de soins personnels, connus sous le nom de Lever Détergents, ont repris leur ancien nom de Lever Brothers.

Départs à la retraite

Le 31 juillet, M. Alan Rae a pris sa retraite après plus de 27 années de service, dont 16 en tant que président de Lever Détergents. Le 31 décembre, M. John O'Donnell a annoncé son départ à la retraite après plus de 30 années de service, dont les 15 dernières à la présidence des Produits Alimentaires Monarch. Je profite de l'occasion pour souligner la contribution exceptionnelle de MM. Rae et O'Donnell au cours de toutes ces années.





1986

What's in store for 1986? If 1985 was a year of change, 1986 will be the year of stabilization, growth and further investment. Change is never easy. Whenever change takes place, there is a difficult period between leaving the old and becoming comfortable with the new. 1986 will see the feeling of uneasiness experienced by many of us replaced by the excitement and challenges generated by our new goals and objectives. We will be looking for cohesiveness and the beginning of a significant growth period.

Our earnings projection for 1986 is actually lower than our 1985 results. This reflects the continued high level of investment in all segments of our business. Unilever's commitment to the Canadian market is evidenced in a most concrete fashion by making available all necessary financial and technical resources. For our part, to justify this vote of confidence we will be looking towards market expansion and the introduction of more new products in 1986.

Growth of the kind we seek requires investment not only in new products and equipment but also in people. The vitality and long term success of our business is dependent on the skills, abilities and interest of our employees. Accordingly, we will continue to emphasize employee development. For without question, our employees remain our most valuable corporate asset. Your vigour, enthusiasm and continued commitment to our business will make 1986 our time to move ahead.



Richard A. Goldstein
President
Unilever Canada Limited

1986

Que nous réserve 1986? Si 1985 a été une année de changements, 1986 sera l'année de la stabilisation, de la croissance et de l'accroissement des investissements. Tout changement doit s'accompagner d'une période de rajustement souvent difficile. Toutefois, j'ai confiance que l'inquiétude que certains ont connue en 1985 cédera maintenant le pas à un enthousiasme renouvelé face aux nouveaux défis et aux objectifs que nous nous sommes fixés pour 1986. Nous devrions connaître une meilleure cohésion et inaugurer une période de croissance enviable.

Nous nous attendons cependant à une réduction du bénéfice en 1986 en raison du niveau très élevé d'investissement dans tous nos secteurs d'activité. L'engagement d'Unilever envers le marché canadien se manifeste d'une façon très concrète par la mise à contribution de toutes les ressources financières et techniques nécessaires. En retour de cette confiance, nous prévoyons un accroissement de notre part du marché et le lancement de nouveaux produits en 1986.

Notre objectif de croissance nécessite un investissement non seulement dans de nouveaux produits mais aussi dans nos ressources humaines. Comme la vitalité et la prospérité à long terme de nos activités sont fonction des compétences et de l'intérêt de nos employés, nous continuerons d'insister sur la formation de notre personnel en 1986. Votre enthousiasme et votre engagement continu feront de 1986 l'année d'un nouveau départ pour Unilever.

Richard A. Goldstein
Président
Unilever Canada Limitée





Store presence is an important element in supporting Lipton tea brands. District Sales Manager, Ron Duffy (centre) sells the shelf plan-o-gram and Salesman, Tom Roberts, sets the display. Merchandiser, JoAnn Schoenfeld, provides on-going maintenance service.

La présence en magasin représente un élément important du soutien des thés Lipton. Après que le directeur régional des ventes, Ron Duffy (au centre), a fait approuver son plan-o-gramme, le vendeur, Tom Roberts, réalise le montage des étagères. JoAnn Schoenfeld, spécialiste des techniques marchandes, assure le réaménagement continu.



LIPTON



With the acquisition of Brooke Bond, Lipton is the clear leader in the Canadian tea market. Increased investment behind Red Rose, the roll-out of P.G. Tips into the West and the national launch of Lipton Decaffeinated Tea were significant factors in a year of solid growth. Blue Ribbon Coffee, a major Western brand, also grew with the launch of decaffeinated and an improved premium blend, First Edition.

The soup business had another successful year. The reformulation of Lipton regular packaged soups to contain natural flavours and no preservatives was completed and resulted in good volume growth. Lipton Cup-A-Soup improved and relaunched its premium varieties under the name Cup-A-Soup Special.

Puritan canned meat enjoyed a banner year with all-time high volumes, and meal products also had great success with the national launch of Lipton Noodles & Sauce and the relaunch of our Mexican food line under the Mexicasa name.

Cheese margins experienced some pressure in 1985 due to intensified competition. However, volumes on Black Diamond remained solid.

Our condiments business, including OXO Bouillon products, Lawry's Seasonings and Blue Ribbon Spices and Extracts, showed steady growth and expanded distribution.

The food service businesses of Lipton and Brooke Bond were amalgamated during 1985 creating one of the largest and strongest food service organizations in Canada. Beverages were a key growth area in 1985.

The people who have created our solid new Lipton organization while achieving their normal responsibilities should be very proud of their accomplishments. This required extra effort by everyone and this outstanding performance is appreciatively recognized.

Blaine R. Hess
President

LIPTON

Depuis l'acquisition de Brooke Bond, Lipton est devenu le chef de file incontesté du marché canadien du thé. Les facteurs principaux de notre croissance continue, l'année dernière, ont été l'investissement accru dans la marque Red Rose, le lancement de la marque P.G. Tips dans l'Ouest et du thé décaféiné Lipton à l'échelon national. Le café Blue Ribbon, marque importante dans l'Ouest, a aussi connu une croissance remarquable grâce au lancement de sa version décaféinée et d'un nouveau mélange de luxe, First Edition.

Les soupes ont aussi connu une autre bonne année. Nous avons terminé la reformulation des soupes emballées ordinaires Lipton qui ne contiennent plus que des ingrédients naturels sans agent de conservation, ce qui a entraîné une bonne croissance des ventes. La Cup-A-Soup de Lipton a amélioré et relancé ses variétés de luxe sous le nom de marque Cup-A-Soup Spécial.

La marque de viande en conserve Puritan a aussi connu une année de vente record en 1985, de même que les produits à base de viande, grâce au lancement, à l'échelon national, des Nouilles et Sauce de Lipton et à la relance de nos plats mexicains Mexicasa.

Les marges bénéficiaires de nos fromages ont subi la pression d'une concurrence plus intense en 1985. Malgré tout, les ventes de Black Diamond sont demeurées élevées.

Nos marques de condiments, dont les bouillons Oxo, les assaisonnements Lawry's et les épices et extraits Blue Ribbon, ont affiché une croissance continue et profité d'une plus grande distribution.

La fusion des services alimentaires de Lipton et de Brooke Bond en 1985 a donné le jour à l'une des plus fortes entreprises de services alimentaires au Canada. Les boissons ont été une source clé de croissance en 1985. Ceux qui ont contribué à la création de notre nouvelle et solide organisation Lipton ont raison d'être fiers de leurs réalisations. Ce processus a demandé des efforts supplémentaires de tous nos employés, des efforts dont nous sommes reconnaissants et que nous apprécions à leur juste valeur.

Blaine R. Hess
Président



For Lever Brothers Limited,
Wisk is one of the cornerstones of the detergents business. At the filling line are Plant Manager, Claus Heinze, (centre)
Supervisor, Mike O'Dwyer, and Labeller Operator, Ivan Bain.

Wisk représente un des piliers de la
gamme des détergents de Lever Brothers Limitée. Claus Heinze, (au centre), directeur d'usine; Mike O'Dwyer,
surveillant; et Ivan Bain, préposé à l'étiquetage, près de la chaîne de remplissage.



LEVER BROTHERS

1985 was a symbolic year for Lever Brothers. Not only did the activities for the year signify a revitalization of our basic brands and the development of some new products, it also was the last year for Lever Detergents. Effective January 1, 1986, the company name was changed back to Lever Brothers to capitalize on the broad awareness of this name and to underscore our determination to broaden the personal products business.

There were many positive developments in 1985 in the company's efforts to strengthen its competitive position. To begin with, the company exceeded its Annual Estimate profitability and volume targets on all key brands.

In **Household Products**, Sunlight Laundry and Wisk had record breaking years with sales significantly higher than 1984. Sunlight Liquid also continued to grow despite a declining liquids market and Dove Beauty Bar reached new highs in market share.

New products are the life-blood of every consumer business and therefore, of particular importance to the future of our business was the very successful introduction of Snuggle Fabric Softener.

Progress in **Personal Products** was not as strong as we would have liked. Nonetheless, Mentadent and Gibbs Toothbrushes were successfully launched, the Close-Up pump was introduced in the west, and a new range of shampoo and conditioner—Timotei—was developed for test markets.

Lever **Industrial** had solid growth in the Levermatic laundry system and Leverclean mechanical dishwashing program.

The other major event during 1985 was the start of production of **US Surf** Laundry Detergent. This has enabled our powders facility to operate at almost maximum capacity.

1985 was a year dedicated to rebuilding the business. This initiative took two forms: the strengthening of existing brands, and the development of new products. Success was apparent in both of these activities but there remains a great deal to achieve. I am hopeful that in 1986 we will move closer to our longer term objectives.

Richard A. Goldstein
President

LEVER BROTHERS

1985 a été une année symbolique pour Lever Brothers. Non seulement nos activités se sont-elles concentrées sur la revitalisation de nos marques de base et le lancement de nouveaux produits, mais il s'agissait aussi de la dernière année de Lever Détergents. En effet, depuis le 1^{er} janvier 1986, notre compagnie a repris son ancien nom de Lever Brothers afin de tirer parti de sa notoriété et de souligner notre détermination à élargir notre gamme de produits de soins personnels.

1985 a été marquée de nombreuses réussites face à la concurrence. Pour commencer, la compagnie a dépassé les objectifs de profits et de ventes de toutes ses marques importantes.

Dans le domaine des **produits ménagers**, les détergents à lessive Sunlight et Wisk ont tous deux battu leurs records de vente. La croissance de Sunlight liquide n'a pas ralenti malgré une baisse du marché des liquides, et notre savon de beauté Dove a grossi sa part du marché.

Tout fabricant de biens de consommation dépend du succès de ses nouveaux produits. Le succès du lancement de l'assouplisseur de tissus Snuggle a donc été très important pour l'avenir de notre entreprise.

Nos **produits de soins personnels** n'ont pas connu la croissance que nous aurions souhaitée. Malgré tout, le lancement des brosses à dents Mentadent et Gibbs a connu un fier succès. Nous avons aussi lancé le dentifrice Close-Up en pompe dans l'Ouest et avons testé une nouvelle gamme de shampoings et de revitalisants: Timotei.

Côté **produits industriels**, les détergents Levermatic et Leverclean pour laveuses et lave-vaisselle commerciaux ont connu une bonne croissance.

L'autre événement important de 1985 a été le début de la fabrication du détergent à lessive **US Surf**, ce qui a permis à notre usine de production de poudres de fonctionner à plein.

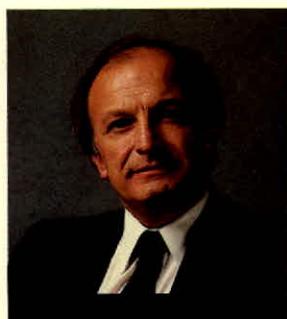
1985 a été consacrée à la reconstruction de nos affaires, en renforçant nos marques existantes et en lançant de nouveaux produits. Nous avons atteint une mesure de succès, mais beaucoup reste à faire. J'ai espoir que 1986 nous rapprochera encore davantage de nos objectifs à long terme.

Richard A. Goldstein
Président



Terry Thompson, Plant Manager;
Paul Furness, Processing Supervisor and Nick Marijanovic, Smokehouse Operator, are shown with Shopsy's famous all beef salami and frankfurters as they are being removed from the smokehouse.

Terry Thompson, directeur d'usine;
Paul Furness, surveillant du conditionnement; et Nick Marijanovic, employé au fumoir, près des célèbres salamis et saucisses fumées tout boeuf de Shopsy's à leur sortie du fumoir.

**UNOX**

Unox, the Unilever meat business, is more readily recognized by its branded division names, Shopsy's, Hygrade, La Belle Fermière, and Vancouver Fancy Meats, and we will continue to emphasize these branded names in the market place.

Total consumer purchases of Unox meats increased strongly in 1985 in what is essentially a static market.

Better than double-digit growth was achieved by Shopsy's, both with retail grocery sales and foodservice accounts, while the famous Shopsy's Deli also had a record year in terms of customer counts, sales, and profits.

Vancouver Fancy Meats also achieved double-digit growth in consumer purchases in 1985 through strong expansion in the Prairie markets, while profits hit an all-time record for this business.

Our Montreal-based Hygrade La Belle Fermière business continues to hold dominant shares of the Quebec market for wieners, sliced meats, frozen sausages and pies. However, this business is under severe volume and profit pressures as competitors seek to gain a share of our dominant franchises in this market. Resulting losses in the Quebec business as we seek to defend our franchises, impact unfavourably on the total Unox profit performance in 1985.

During 1985, "deli-stik" meat snacks were introduced nationally with great success, with demand quickly building to exceed our manufacturing capacity. Additional capacity will come on stream in 1986, after which this new product is expected to continue its growth.

Peter C. Newton
President

UNOX

Unox, notre division responsable des viandes et mieux connue par ses marques de commerce Shopsy's, La Belle Fermière, Hygrade et Vancouver Fancy Meats, continuera à encourager la vente de ses produits sur le marché en 1986.

Les ventes totales aux consommateurs ont connu une hausse marquée en 1985 malgré un marché essentiellement statique.

Shopsy's a enregistré une croissance étonnante de ses ventes aux magasins d'alimentation et aux services alimentaires tandis que le restaurant Shopsy's Deli connaît une année record en termes de nombre de clients servis, de ventes et de profits.

Vancouver Fancy Meats a aussi enregistré une augmentation notable de ses ventes au détail en 1985 grâce à son expansion dans les marchés des Prairies. Son bénéfice d'exploitation a atteint un chiffre record.

Notre division Hygrade La Belle Fermière, installée à Montréal, continue de dominer le marché québécois des saucisses fumées, des viandes tranchées, des saucisses et des tourtières congelées. Toutefois, cette division fait face à un resserrement important de son volume et de son bénéfice d'exploitation en raison de la concurrence que lui livrent d'autres fabricants désireux de s'approprier une part de nos activités. Les pertes résultant de cette chaude lutte ont affaibli l'ensemble des profits d'Unox en 1985.

Le lancement à l'échelon national des bâtonnets de viande "deli-stik" a connu un succès tel que la demande a rapidement dépassé notre capacité de production. Nous nous attendons à une croissance continue de ce nouveau produit dès que nous aurons augmenté cette capacité en 1986.

Peter C. Newton
Président

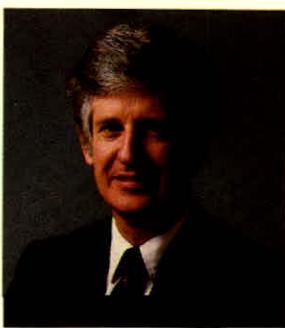


Ian Hunter, Bill Vonk, and Customer Service Manager, John Sernissi, are professional bakers. They work with customers to introduce new Monarch products and to ensure that the company's broad range of edible fat products are effectively used.

Ian Hunter, Bill Vonk et John Sernissi, directeur du service à la clientèle, s'y connaissent en produits de boulangerie. Ils travaillent avec les clients au lancement de nouveaux produits Monarch et pour assurer une utilisation efficace de la gamme étendue de matières grasses comestibles de la compagnie.



MONARCH FINE FOODS



In overall profit terms, 1985 was a disappointing year for the edible oils and fats business although there were some encouraging developments.

On the retail side, an excellent new diet margarine, Country Crock, was launched in all provinces except Quebec. This product with half the fat content of regular margarines has been very well received by consumers. Monarch's other new brand Kona, which is very similar in characteristics to butter, was also extended nationally. In addition to this investment in new products, the rest of Monarch's retail margarine business strengthened in both volume and margin from 1984. Particularly pleasing was the growth of "becel," which offers the benefit of the highest level of poly-unsaturated fat of any margarine available in Canada.

The industrial side of Monarch's business had a difficult year. Sales of specialty products to confectionery manufacturers were down from 1984 both domestically and in the US. Further, margins were hurt by high raw material costs resulting in part from poor crops of some key ingredients. Sales of margarines, oils and shortenings to bakeries, the food service trade and food manufacturers improved in all strategically important areas but margins were squeezed by competition and the falling oil market in the second half of the year. A new fat for croissants and danish pastries was successfully launched.

In 1986, with the responsibility for the sales and marketing of consumer and food service products transferred to Lipton, Monarch will focus on its key role as manufacturer of the Lipton products and will strive to improve the profitability of the industrial operation.

Lawrence F. Strong
President

LES PRODUITS ALIMENTAIRES MONARCH

En termes de profits, 1985 a été une année décevante pour les huiles et les matières grasses comestibles, en dépit de quelques réussites.

Du côté des ventes au détail, une nouvelle margarine diète, Country Crock, a fait son apparition dans toutes les provinces à l'exception du Québec. Contenant la moitié moins de matières grasses que les margarines ordinaires, ce produit a reçu un accueil des plus favorables chez les consommateurs. Une autre nouvelle marque Monarch, Kona, qui ressemble beaucoup au beurre, est également offerte partout au pays. Outre ces investissements dans de nouveaux produits, on a dénoté un accroissement du volume et des marges bénéficiaires des autres margarines Monarch au niveau des ventes au détail par rapport à 1984. Nous sommes aussi particulièrement satisfaits de la croissance de la margarine "becel" qui contient le taux de matières grasses poly-insaturées le plus élevé de toutes les margarines vendues au Canada.

Les produits industriels ont connu une piétre année en 1985. Les ventes de produits spécialisés aux confiseurs ont chuté par rapport à 1984 à la fois au Canada et aux États-Unis. De plus, les marges bénéficiaires ont subi les effets de la hausse des coûts des matières premières résultant en partie des mauvaises récoltes de certains des principaux ingrédients. Les ventes de margarines, d'huiles et de graisses végétales aux boulangeries, établissements de restauration et fabricants alimentaires ont grimpé dans tous les secteurs importants. Toutefois, la concurrence et la faiblesse du marché des huiles au cours du deuxième trimestre ont entraîné une compression des marges. Notons le lancement réussi d'une nouvelle matière grasse entrant dans la fabrication des croissants et des danoises.

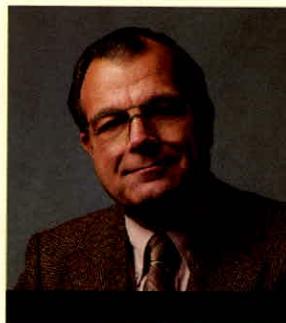
À la suite du transfert à Lipton de la responsabilité des ventes et de la commercialisation des produits destinés aux consommateurs et aux services alimentaires, Monarch s'attachera en 1986 à son rôle central de fabricant des produits Lipton tout en s'efforçant d'accroître la rentabilité de ses produits industriels.

Lawrence F. Strong
Président



Larry Olney, who operates several A & W franchises, is shown here with employees Tim Schuck and Brenda Budgell at the new A & W location in Fairview Park Mall, Kitchener, Ontario.

Larry Olney, qui exploite plusieurs concessions A & W, en compagnie de ses employés Tim Schuck et Brenda Budgell, dans le nouveau magasin A & W situé dans le centre commercial Fairview Park Mall de Kitchener (Ontario).

**A & W**

During 1985, A & W enjoyed increased sales and profits. This growth is attributable to several factors, including a record level of 30 new

restaurant openings—A & W now has 280 restaurants, of which 75 are owned and 205 operated by independent franchisees.

In existing restaurants, new initiatives in local marketing yielded improvements in customer count trends. A & W Root Beer and Sugar-Free Root Beer, our entries in the soft drink business, also contributed to the growth and achieved full national distribution with launches in the provinces of Quebec and Newfoundland.

A & W continued to invest heavily throughout 1985 in programmes to maintain the growth of the business in future years. In order to build a strong base of outstanding managers skilled in restaurant operations, an aggressive recruiting programme at Canadian colleges and universities was undertaken. Investment in product development has led to significant improvements for our french fry and onion ring products as well as the likely national launch of one new menu item in 1986.

Two new non-A & W restaurant concepts are also in test. "Frisco Jacks" second prototype restaurant opened in Victoria late in 1985 and is showing improved results. Late in the year, A & W put into test market two "Cultures" Fresh Food restaurants under the terms of an agreement which gives the company rights to this successful restaurant chain for Western Canada. All three restaurants will be evaluated in 1986 to determine their feasibility for further expansion.

Ross L. Cunningham
President

A & W

A & W a enregistré un essor de ses ventes et de ses profits en 1985. Cette croissance est attribuable à plusieurs facteurs, dont un niveau record de 30 nouveaux restaurants. A & W compte maintenant 280 restaurants, dont 75 sont sa propriété et 205 sont gérés en vertu de concessions indépendantes.

Les initiatives promotionnelles mises de l'avant dans les restaurants déjà établis ont donné lieu à une augmentation de l'achalandage. Autre source de croissance, le soda racinette et le soda racinette sans sucre A & W, nos deux boissons gazeuses, ont atteint une distribution nationale après leur lancement au Québec et à Terre-Neuve.

A & W a continué d'investir considérablement dans des programmes visant à assurer sa croissance future. Nous avons lancé un programme dynamique de recrutement dans les universités et les collèges canadiens pour nous doter d'une base solide de personnel de direction spécialisé dans la restauration.

Notre investissement continu dans la mise au point se traduit par l'amélioration de nos frites et de nos rondelles d'oignons ainsi que la possibilité du lancement national d'un nouveau produit en 1986.

Nous mettons aussi à l'essai deux nouveaux concepts de restaurant. Un deuxième restaurant prototype "Frisco Jacks" a ouvert ses portes à Victoria en 1985 et dénote déjà une amélioration de ses résultats. Vers la fin de l'année, A & W a ouvert dans un marché d'essai deux restaurants "Cultures" en vertu d'une entente lui accordant les droits dans l'Ouest canadien de cette chaîne très prospère. Après évaluation de ces trois nouveaux restaurants en 1986, on déterminera la possibilité d'en ajouter d'autres.

Ross L. Cunningham
Président



A group of development staff, Dave Lewis, Roger Bentley & Brad Johnson with Brigitte Licht, Development Director, as they review specialty products developed for natural resource industries. New product development is key in creating growth and improved profitability for Hart Chemical Limited.

Un groupe du service de la

mise au point, Dave Lewis, Roger Bentley & Brad Johnson, en compagnie de la directrice de la mise au point, Brigitte Licht, examine certains produits spécialisés destinés aux industries des ressources naturelles. La mise au point de nouveaux produits est essentielle à la croissance et à la rentabilité de Hart Chemical Limited.



HART CHEMICAL



Hart Chemical enjoyed a resurgence of volume in 1985. New products and new accounts represented an important proportion of total business as the investment in development staff is beginning to provide some of the anticipated returns.

Sales of raw materials for detergents and industrial cleaners as well as additives for formulations of rubber and petroleum products improved significantly. However, pricing remained soft because of US and offshore competition, keeping margins depressed. Exports grew by 32% over 1984, principally to the US.

Manufacture and supply of specialty chemicals, developed to facilitate industrial processes, is an important and growing part of Hart's business. The textile industry, however, experienced serious problems in the face of third world imports, thereby limiting growth. During the year, our product line offered to the pulp and paper industry was rationalized in the search for products of higher added value. A good proportion of our product development is directed towards the natural resource industries of oil and gas, and mining with the first sales of significance expected in 1986.

In 1986, Hart's goals will be to improve efficiency and quality in production, and to offer greater differentiation in sales and technical service. Hart remains committed to developing products with high added value, using a combination of creative chemistry and specific industry application expertise.

Dr. Graham D. Knowles
President

HART CHEMICAL

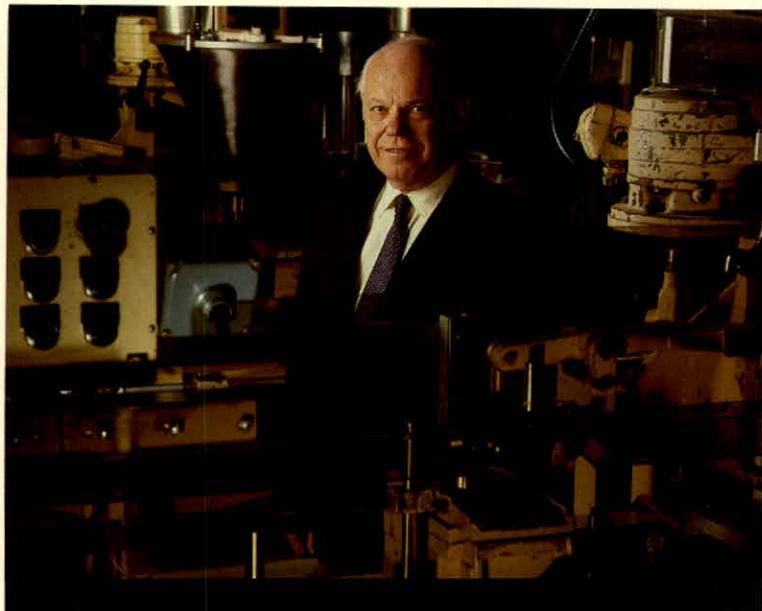
Hart Chemical a connu une hausse notable du volume de ses ventes en 1985. L'addition de nouveaux produits et de nouveaux clients a représenté une fraction importante du chiffre d'affaires total tandis que l'investissement dans le personnel de mise au point a commencé à porter fruit.

Les ventes de matières premières destinées aux détergents et aux solvants industriels ainsi que d'additifs entrant dans la fabrication du caoutchouc et de certains produits dérivés du pétrole se sont accrues considérablement. Cette remontée ne s'est toutefois pas accompagnée d'une hausse importante des prix en raison de la concurrence américaine et étrangère, ce qui a eu pour effet de comprimer les marges bénéficiaires. Les exportations, principalement vers les États-Unis, se sont accrues de 32% par rapport à 1984.

La fabrication de spécialités chimiques destinées aux procédés industriels constitue une part importante et grandissante des activités de Hart Chemical. L'industrie textile a connu par contre une croissance limitée en raison de la concurrence venant des pays en voie de développement. Nous avons rationalisé notre gamme de produits destinés à l'industrie des pâtes et papiers afin d'offrir des produits de calibre encore plus élevé. La plupart de nos efforts de mise au point portent sur des produits destinés aux industries pétrolière, gazière et minière. Nous escomptons conclure les premières ventes importantes à ces industries en 1986.

Hart Chemical s'est fixé comme objectifs en 1986 l'amélioration de l'efficacité et de la qualité de notre production ainsi que la diversification de nos services commerciaux et techniques. Hart Chemical poursuivra tenacement la mise au point de produits hautement transformés à l'aide d'un savoir chimique innovateur et d'une connaissance approfondie des besoins de chaque industrie.

Dr Graham D. Knowles
Président

PPF INTERNATIONAL CANADA

**Ivan Vassey, V.P.
and General Manager of PPF International
Canada Inc., observing a dry soup
packaging line at Thomas J. Lipton Inc.**
**PPF International Canada is a major supplier
of flavours and spice oleoresins for
the Lipton soup lines.**

**Ivan Vassey,
vice-président et directeur général de
PPF Internationale Canada Inc., observe une
chaîne d'emballage de soupes en sachet à
l'usine de Thomas J. Lipton Inc.**
**PPF Internationale Canada est un important
fabricant d'oléorésines d'épices et de
saveurs utilisées dans la gamme des
soupes Lipton.**

Early in 1985, Unilever, through its PPF International operation, acquired a US-based flavour and fragrance company called Norda. Coincident with that, Unilever Canada acquired Norda's Canadian subsidiary. This company is now known as PPF International Canada Inc.

PPF International Canada Inc.

has its head office in Toronto and a factory just outside Ottawa. The company is a manufacturer and marketer of aromatic chemicals, fragrances, oleoresins, flavours, and food ingredient systems. Capitalizing on the worldwide resources and product lines of PPF International, the Canadian operation grew significantly in both sales and profit in 1985. Business with other Unilever Canada subsidiaries also increased sharply. For instance, PPF International Canada supplies most of Lever's detergent perfumes, the Krona flavour to Monarch, pure vanilla to Brooke Bond and beef and chicken flavours for Lipton soups.

Our first year as part of Unilever has been very successful and the outlook for 1986 is also most promising. PPF International Canada will continue to focus on specialty products, many of which will be tailor-made for the requirement of a particular customer. Through the use of advanced technology, there will be a special focus on producing flavours and fragrances which are closer to the natural composition.

Ivan A. Vassey
Vice President and
General Manager

PPF INTERNATIONALE CANADA

Au début de 1985, Unilever a fait l'acquisition, par l'intermédiaire de PPF Internationale, d'une compagnie américaine de saveurs et de parfums appelée Norda. Du même coup, Unilever Canada faisait l'acquisition de la filiale canadienne de Norda, connue maintenant sous le nom de PPF Internationale Canada Inc.

Le siège social de PPF Internationale Canada Inc. est situé à Toronto et son usine, en banlieue d'Ottawa. La compagnie fabrique et met en marché des produits chimiques aromatiques, des essences, des oléorésines, des saveurs et des ingrédients alimentaires. Cette filiale canadienne a connu une bonne croissance de ses ventes et de ses profits en 1985, en tirant parti des ressources mondiales et des gammes de produits de PPF Internationale. Elle a aussi beaucoup augmenté ses ventes aux autres filiales d'Unilever Canada. PPF Internationale fournit, par exemple, les parfums de ses détergents à Lever, la saveur Krona à Monarch, la vanille pure à Brooke Bond et les saveurs de poulet et de boeuf aux soupes Lipton.

Notre première année au sein d'Unilever a été un grand succès et 1986 semble tout aussi prometteuse. PPF Internationale Canada continuera de fabriquer des produits spécialisés, dont certains seront fabriqués spécialement pour certains clients. À l'aide d'une technologie d'avant-garde, nous continuerons de mettre l'accent sur la production de saveurs et de parfums qui se rapprochent le plus possible des ingrédients naturels.

Ivan A. Vassey
Vice-président et
directeur général

OXOID CANADA

Gerald Moore, (right)
President, Oxoid Canada and Geoff Emmess,
Regional Sales Manager, demonstrate a
diagnostic kit for the identification
of staphylococcal enterotoxin, an important
food spoilage agent.

Gerald Moore, (à droite)
président d'Oxoid Canada, et Geoff Emmess,
directeur régional des ventes, font la
démonstration d'une trousse d'identification
des staphylocoques entérotoxiques, importants
agents de détérioration des aliments.

When Unilever PLC acquired Brooke Bond Group plc in the UK, one of the Brooke Bond subsidiaries was a company called Oxoid Limited. This business was quite different from traditional consumer goods and focused on the manufacture of a range of specialist products used to detect bacteria in clinical specimens

and in the quality control of food and pharmaceutical products. The company was also involved in the diagnostic testing for various diseases.

Oxoid Limited carried on its Canadian operations through a subsidiary Oxoid Canada Inc. which is now a subsidiary of Unilever Canada. The head office of Oxoid Canada is located in Ottawa, which gives immediate access to the various regulatory government agencies like Food and Drug and the Laboratory Centre for Disease Control.

Oxoid Canada is the leader in the sales and distribution of bacteriological products in Canada and enjoyed good growth in 1985. The keys to our success are that we supply all customers directly, thus eliminating third parties, and that our sales and marketing staff are all qualified bacteriologists.

As we enter a new era, as a member of the Unilever team, we look forward to accelerated growth and the exciting challenges the future will afford us.

Gerald A. Moore
President

OXOID CANADA

Lorsqu'Unilever PLC a fait l'acquisition de Brooke Bond Group plc au Royaume-Uni, elle a aussi fait l'acquisition d'une de ses filiales, Oxoid Limited, engagée dans un tout autre domaine que celui de la consommation qui nous est familier. Oxoid fabrique, en effet, des produits spécialisés utilisés dans la détection de bactéries dans des spécimens cliniques et dans le contrôle de la qualité des produits alimentaires et pharmaceutiques. Elle produit aussi des tests de diagnostic de plusieurs maladies.

Oxoid Limited exploitait, au Canada, une filiale, Oxoid Canada Inc., qui est maintenant une filiale d'Unilever Canada. Le siège social d'Oxoid Canada est à Ottawa, ce qui lui donne un accès immédiat aux divers organismes de réglementation tels les Aliments et drogues et le Laboratoire de lutte contre la maladie.

Oxoid Canada, chef de file dans la vente et la distribution de produits bactériologiques au Canada, a connu une bonne croissance en 1985. Notre réussite s'explique par notre refus des intermédiaires pour distribuer nos produits et par le fait que notre équipe de vente et de mise en marché est exclusivement composée de bactériologues.

À l'aube d'une ère nouvelle, notre intégration dans Unilever nous permet d'espérer une croissance encore plus rapide et de relever tous les défis futurs.

Gerald A. Moore
Président

CONSOLIDATED STATEMENT OF PROFIT (LOSS) Year ended December 31st

<i>in millions of dollars</i>	1984	1985
Net sales revenue	564.3	865.3
Costs and expenses:		
Raw materials, supplies, services and advertising	436.4	687.9
Employee salaries, wages and benefits	118.0	156.9
Interest on borrowed funds	6.0	9.0
Profit before income taxes	3.9	11.5
Income taxes	(1.5)	(2.8)
Net profit before extraordinary loss	2.4	8.7
Extraordinary loss after tax	(9.2)	(0.6)
Net profit (loss)	(6.8)	8.1

CONSOLIDATED FINANCIAL POSITION As at December 31st

<i>in millions of dollars</i>	1984	1985
Assets were comprised of:		
Accounts receivable, inventories and other assets	216.6	205.7
Plant and equipment	133.3	137.1
	349.9	342.8
Assets were financed by:		
Amounts due to suppliers and income taxes due	103.4	113.7
Borrowed funds	100.5	74.5
Shareholder's funds	146.0	154.6
	349.9	342.8

OTHER DATA

	1984	1985
Number of employees	4637	5465
Investment in new plant and equipment (in millions of dollars)	19.1	20.0
Percentage of sales revenues from:		
Food	68%	73%
Detergents, toiletries, chemicals	32%	27%

ÉTAT CONSOLIDÉ DES BÉNÉFICES (PERTES) exercice terminé le 31 décembre

<i>en millions de dollars</i>	1984	1985
Produit des ventes	564,3	865,3
Coûts et dépenses:		
Matières premières, fournitures, services et publicité	436,4	687,9
Salaires et avantages sociaux des employés	118,0	156,9
Intérêt sur les emprunts	6,0	9,0
Bénéfice avant impôt	3,9	11,5
Impôt sur le revenu	(1,5)	(2,8)
Bénéfice net avant la perte extraordinaire	2,4	8,7
Perte extraordinaire après impôt	(9,2)	(0,6)
Bénéfice net (perte)	(6,8)	8,1

SITUATION FINANCIÈRE CONSOLIDÉE au 31 décembre

<i>en millions de dollars</i>	1984	1985
Composition de l'actif:		
Comptes clients, stocks et autres éléments d'actif	216,6	205,7
Usines et outillage	133,3	137,1
	349,9	342,8
Allocation de l'actif:		
Sommes dues aux fournisseurs et au fisc	103,4	113,7
Emprunts	100,5	74,5
Avoir des actionnaires	146,0	154,6
	349,9	342,8

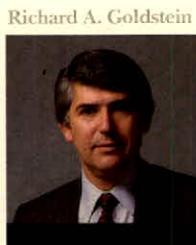
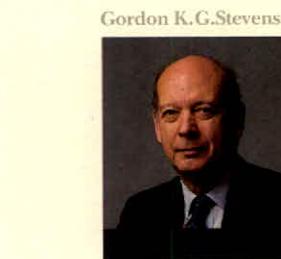
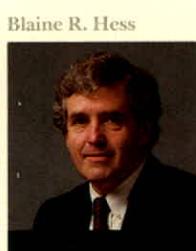
DONNÉES DIVERSES

	1984	1985
Nombre d'employés	4 637	5 465
Investissement dans de nouvelles installations et du nouveau matériel (<i>en millions de dollars</i>)	19,1	20,0
Pourcentage du produit des ventes provenant des:		
Aliments	68%	73%
Détergents, produits de soins personnels, produits chimiques	32%	27%

CORPORATE INFORMATION

RENSEIGNEMENTS ADMINISTRATIFS

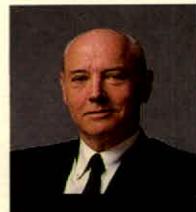
Directors	Administrateurs	Committee Members	Membres des comités	Corporate Officers	Dirigeants
Gordon K.G. Stevens Chairman of the Board, Unilever Canada Limited and Director, Unilever PLC	Gordon K.G. Stevens Président du Conseil d'Unilever Canada Limitée et administrateur d'Unilever PLC	Executive Committee Richard A. Goldstein, Chairman	Comité de direction Richard A. Goldstein, président	Richard A. Goldstein President, Unilever Canada Limited and President, Lever Brothers Limited	Richard A. Goldstein Président, Unilever Canada Limitée et président, Lever Brothers Limitée
Richard A. Goldstein President, Unilever Canada Limited and President, Lever Brothers Limited	Richard A. Goldstein Président, Unilever Canada Limitée et président, Lever Brothers Limitée	Audit Committee Kenneth Winter, Chairman	Comité de vérification Kenneth Winter, président	Lawrence F. Strong Vice President Finance, Unilever Canada Limited and President, Monarch Fine Foods	Lawrence F. Strong Vice-président, Finances, Unilever Canada Limitée et président, Les Produits Alimentaires Monarch
Ronald W. Bates Retired Executive	Ronald W. Bates Dirigeant à la retraite	Compensation Committee Gordon K. G. Stevens, Chairman	Comité de rémunération Gordon K. G. Stevens, président	Norman G. Johnston Secretary/Treasurer	Norman G. Johnston Secrétaire-trésorier
Rodrigue J. Bilodeau Chairman, Honeywell Limited	Rodrigue J. Bilodeau Président du Conseil, Honeywell Limitée	Richard A. Goldstein Rodrigue J. Bilodeau Kenneth Winter	Richard A. Goldstein Rodrigue J. Bilodeau Kenneth Winter	Bruce I. Mactaggart General Counsel	Bruce I. Mactaggart Chef du contentieux
Blaine R. Hess President, Thomas J. Lipton Inc.	Blaine R. Hess Président, Thomas J. Lipton Inc.			Blaine R. Hess President, Thomas J. Lipton Inc.	Blaine R. Hess Président, Thomas J. Lipton Inc.
Lawrence F. Strong Vice President Finance, Unilever Canada Limited and President, Monarch Fine Foods	Lawrence F. Strong Vice-président, Finances, Unilever Canada Limitée et président, Les Produits Alimentaires Monarch			Peter C. Newton President, Unox (Shopsy's Hygrade, La Belle Fermière and Vancouver Fancy Meats)	Peter C. Newton Président, Unox (Shopsy's, Hygrade, La Belle Fermière et Vancouver Fancy Meats)
Hubert M. Tibbets President, Thomas J. Lipton, Inc. (USA)	Hubert M. Tibbets Président, Thomas J. Lipton, Inc. (É.U.)			Ross L. Cunningham President, A & W Food Services of Canada Ltd.	Ross L. Cunningham Président, Services Alimentaires A & W du Canada Ltée.
Kenneth Winter Retired Executive	Kenneth Winter Dirigeant à la retraite			Dr. Graham D. Knowles President, Hart Chemical Limited	Dr. Graham D. Knowles Président, Hart Chemical Limited



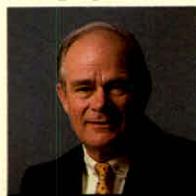
Ronald W. Bates



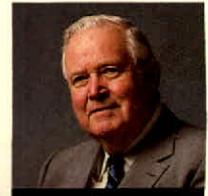
Hubert M. Tibbets



Rodrigue J. Bilodeau



Kenneth Winter



UNILEVER CANADA PLANT LOCATIONS

Corporate Addresses

Unilever Canada Limited
Suite 1500,
160 Bloor Street East,
Toronto, Ontario.
M4W 3R2

Thomas J. Lipton Inc.
Suite 1500
160 Bloor Street East,
Toronto, Ontario.
M4W 3R2

Lever Brothers Limited
1 Sunlight Park Road,
Toronto, Ontario.
M4M 1B6

Unox
Suite 300
6205 Airport Road
Mississauga, Ontario.
L4V 1E1

A & W Food Services of Canada Ltd.
Suite 101
145 West 15th Street,
North Vancouver, B.C.
V7M 1S1

Monarch Fine Foods
6700 Finch Avenue
West,
Rexdale, Ontario.
M9W 1G9

Newfoundland Margarine Company
250 Le Marchant Road
St. John's, Nfld.
A1C 5M5

Hart Chemical Limited
256 Victoria Road
South,
Guelph, Ontario.
N1H 6K8

PPF International Canada Inc.
833 King Street West,
Toronto, Ontario.
M5V 1N9

Oxoid Canada Inc.
217 Colonnade Road,
Nepean, Ontario.
K2E 7K3

Bureaux Administratifs

Unilever Canada Limitée
160 Bloor Street East
Suite 1500
Toronto (Ontario)
M4W 3R2

Thomas J. Lipton Inc.
160 Bloor Street East
Suite 1500
Toronto (Ontario)
M4W 3R2

Lever Brothers Limitée
1 Sunlight Park Road
Toronto (Ontario)
M4M 1B6

Unox
6205 Airport Road
Suite 300
Mississauga (Ontario)
L4V 1E1

Services alimentaires A & W du Canada Ltée
145 West 15th Street
Suite 101
North Vancouver (C.-B.)
V7M 1S1

Monarch Fine Foods
6700 Finch Avenue
West,
Rexdale, Ontario.
M9W 1G9

Newfoundland Margarine Company
250 Le Marchant Road
St. John's (Terre-Neuve)
A1C 5M5

Hart Chemical Limited
256 Victoria Road
South
Guelph (Ontario)
N1H 6K8

PPF Internationale Canada Inc.
833 King Street West
Toronto (Ontario)
M5V 1N9

Oxoid Canada Inc.
217 Colonnade Road
Nepean (Ontario)
K2E 7K3

Legend

1 Greater Vancouver
Lipton plants (2)

Vancouver Fancy Meats (Unox)

A & W corporate office

Monarch Fine Foods plant

2 Winnipeg
Lipton plants (2)

3 Toronto
Unilever Canada corporate office

Lipton corporate office

Lever Brothers corporate office and plant

Unox office

Shopsy's plant (Unox)

Monarch Fine Foods office and plant

PPF International Canada corporate office and plant

4 Bramalea
Lipton plant

5 Guelph
Hart Chemical corporate office and plant

6 Belleville
Lipton plants (2)

7 Vankleek Hill
PPF International Canada plant

8 Nepean
Oxoid Canada corporate office

9 Montreal
Lipton plant

10 Quebec City
Lever Brothers plant (Myriad)

11 St. John's
Newfoundland Margarine plant

12 St. John
Lipton plant

4 Bramalea
Lipton plant

5 Guelph
Hart Chemical corporate office and plant

EMPLACEMENTS DES USINES D'UNILEVER CANADA

Légende

1 Vancouver et région
2 usines de Lipton

Vancouver Fancy Meats (Unox)

Siège social de A & W

Usine des Produits Alimentaire Monarch

2 Winnipeg
2 usines de Lipton

3 Toronto
Siège social d'Unilever Canada

Siège social de Lipton

Siège social et usine de Lever Brothers

Bureaux d'Unox

Usine de Shopsy's (Unox)

Siège social et usine des Produits Alimentaires Monarch

Siège social et usine de PPF Internationale Canada

4 Bramalea
Usine de Lipton

5 Guelph
Siège social et usine de Hart Chemical

6 Belleville
2 usines de Lipton

7 Vankleek Hill
Usine de PPF Internationale Canada

8 Nepean
Siège social d'Oxoid Canada

9 Montréal
Usine de Lipton 2 usines de Hygrade (Unox)

10 Québec
Usine de Lever Brothers (Myriad)

11 St-Jean (T.-N.)
Usine de Newfoundland Margarine

12 St-Jean (N.-B.)
Usine de Lipton





Corporate Office
Suite 1500
160 Bloor Street East
Toronto, Ontario
M4W 3R2

Bureaux administratifs
160 Bloor Street East
Suite 1500
Toronto (Ontario)
M4W 3R2

