

C



PROVIGO

of Management

MAY 16 1994

Annual Reports
McGILL UNIVERSITY

Table of contents

1	Highlights
2	Message of the Chairman
6	Message of the President
11	Review of Operations
19	Social Responsibility
21	Management's Discussion and Analysis
27	Management's Responsibility
27	Auditors' Report
28	Consolidated Financial Statements
39	Five-year Review
40	Directors and Officers
40	Senior Management of Operating Companies
41	Network
41	Shareholder and Investor Information

CORPORATE PROFILE

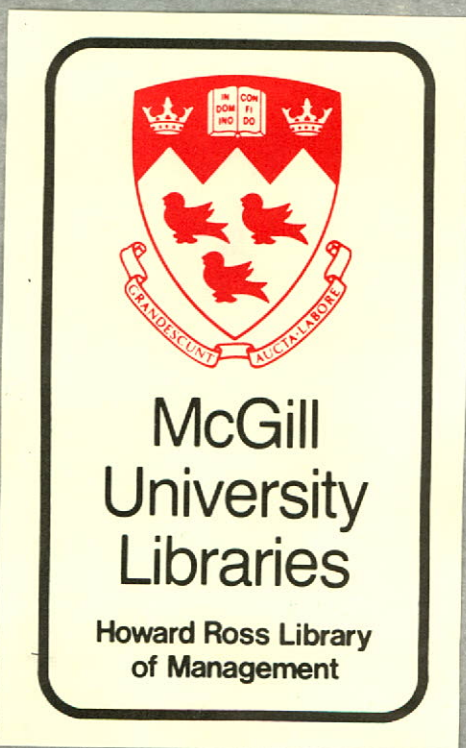
Provigo Inc., a Canadian company, is a leading marketer and distributor in the food sector operating in Canada and northern California. In partnership with retailers, suppliers and employees, the Company is committed to satisfying the diverse needs of customers through extensive networks of various retail formats. The Company strives to rank consistently among the best performers in its industry in North America.

Provigo operates through five operating companies: Provigo Distribution Inc. in Québec; LOEB Inc. in Ontario and western and northwestern Québec; Horne & Pitfield Foods Limited in Western Canada; C Corp. Inc., a network of convenience stores in Québec, Ontario and Alberta; and Provigo Corp., in northern California.

The Company employs 14,800 people directly and another 35,000 indirectly, comprising affiliated and franchised retailers and their employees.

Provigo has consistently achieved strong performance in the fiercely competitive food industry by relying on its unique character strengths. They include leadership, an entrepreneurial culture, a combination of determination and flexibility, as well as the contribution of competent and dedicated employees throughout its operations.

In this Annual Report, the Company's key traits are presented through an allegorical journey in the animal kingdom as depicted by artist Nelu Wolfensohn.



Kingdom as depicted by artist Neil Wolstenholme. In this Annual Report, the Company's key traits are oriented through an allegorical journey in the animal and dedicated employees throughout its operations. flexibility as well as the contribution of competent culture, a combination of determination and strengths. They include leadership, an entrepreneurial industry by relying on its unique characteristics and performance in the fiercely competitive food Proviso has consistently achieved strong financial

Operations (Millions of dollars)

	1992	1991	Change
Net sales	6,699.0	6,525.7	3%
Income from continuing operations	57.3	60.7	(6%)
Loss from discontinued operations	(8.0)	(60.0)	—
Net income	49.3	0.7	—

Financial position (Millions of dollars)

Working capital ⁽¹⁾	(93.1)	12.4	—
Total assets ⁽²⁾	1,457.2	1,333.7	9%
Total non-convertible debt	596.3	600.5	(1%)
Shareholders' equity and convertible promissory notes	360.4	328.7	10%

Changes in financial position (Millions of dollars)

Cash from operating activities	120.9	139.5	(13%)
Capital expenditures	100.2	133.4	(25%)

Per common share

Income from continuing operations	\$0.66	\$0.71	(7%)
Net income	0.57	0.01	—
Cash from operating activities	1.40	1.62	(14%)
Dividends	0.249	0.240	4%
Shareholders' equity	3.94	3.59	10%

Financial statistics

Return on average equity ⁽³⁾	19.5%	27.5%	
Interest coverage (times)	2.5	3.3	
Total non-convertible debt: Equity ⁽⁴⁾	62:38	65:35	

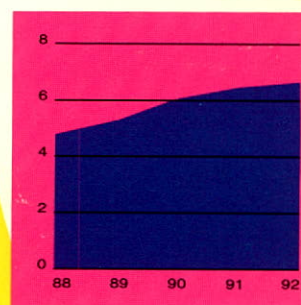
(1) Excluding net assets and proceeds of discontinued operations less commercial paper shown as bank loans and acceptances.

(2) Excluding net assets and proceeds of discontinued operations.

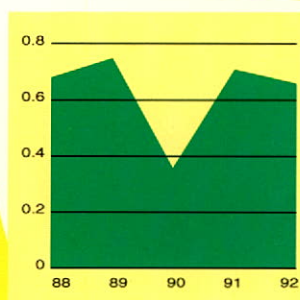
(3) Based on income from continuing operations and on a uniform ratio of consolidated debt to equity for all operations.

(4) Equity includes convertible promissory notes and shareholders' equity.

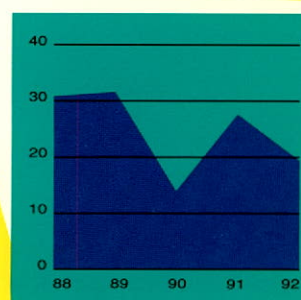
Net sales
(billions of dollars)
(Average annual growth rate: 8.7%)



Earnings per share
from continuing operations
(dollars)



Return on average equity
from continuing operations (%)





During the fiscal year ended January 25, 1992, Provigo strengthened its position as a Canadian leader in food distribution and marketing. We sustained our efforts to rejuvenate and expand our networks while continuing to innovate in our marketing formulas.

Our market shares also continued to increase. In Québec, Ontario and Alberta, our competitive position at the end of the year showed further progress compared to a year ago.

Both sales and operating income were higher for our Canadian operations. This accomplishment is all the more noteworthy in the face of a difficult year for the Canadian economy in our business as in other sectors.

A strong base

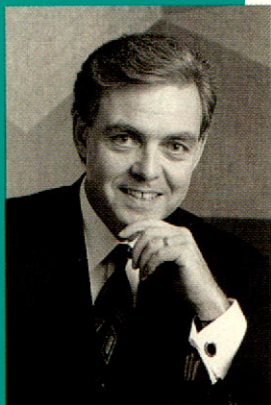
The harsh economic climate in Canada in the past months confirmed the quality of our operating base, particularly the know-how of our people, the appropriateness of our marketing mix and the strength of our networks. Those business units relating to our core expertise in our natural markets are doing well. Not only is their performance excellent under current economic conditions, but they are well equipped to meet the competitive challenges of the future.

Around these solid core operations, certain assets present particular challenges:

- Provigo Corp., in California, has yet to attain the financial returns we expect. However, early in the fiscal year, we confirmed our intention to support the company's development and to make the necessary investments.
- Sports Experts presents a special situation, and remains for sale. As a result of the economic conditions prevailing during the past year, none of the offers received was judged satisfactory to warrant a transaction. Despite unsatisfactory results, entirely due to the state of the economy, Sports Experts remains a Canadian leader in its market. Its performance during the fiscal year was better than that of competitors.
- Certain investments and other assets such as preferred shares resulting from the sale of Consumers Distributing Company Limited, as well as tax benefits, will either generate a profit over the next few years or be realized.

In order to further consolidate our operating base, we continued the refocusing of our operations which began two years ago.

In April 1991, we completed the sale of the operating assets of Consumers Distributing Company Limited to a consortium of Canadian and Belgian investors. During the following



quarter, Provigo sold its remaining equity interest in Medis Health and Pharmaceutical Services Inc. to McKesson Corp. of San Francisco, thus completing a transaction which was concluded in the prior fiscal year. At fiscal year-end, we sold Tidewater Wholesale Grocery in Virginia, a distributor of grocery products to military base commissaries and a division of Provigo Corp. in the United States.

The Company also consolidated its financial strength during the year. Provigo added \$185 million of long-term capital through a debenture issue during the year and, subsequent to year-end, an issue of preferred shares with common share purchase warrants attached.

Building on our strengths

In the food distribution and marketing industry, the following rank among the critical success factors:

- A network of retail outlets located to provide maximum convenience to consumers;
- Store formats and retailing programmes, as well as product and service combinations, which match consumer needs and expectations;
- Providing the best price for a given quality of products and services. It follows from this fact that, in each market segment, an essential priority is to minimize costs; and
- Flawless execution, which is the ultimate test of any strategic direction and plan.

Quality execution requires skilled, dedicated and motivated employees at all levels of the organization.

The Company's past success is due to its ongoing quest to maintain these characteristics in its operations. Through its investments, the Company has consistently supported its operating companies in the development of innovative marketing programmes and their implementation in modern, well-located stores.

Although success factors are the same in all of our markets, they need to respond to specific local market conditions.

Reinforce decentralization

For this reason, the Company's support of its operating units has always been more efficient when management was given sufficient discretion to be innovative and to do so in response to the special characteristics of their own markets. Therefore, the Company entrusts its operations to strong managers under a decentralized organization. Guided by responsible managers, the operating units are close to their customers and sufficiently flexible to adapt to their needs.

This type of management, a long-standing practice within Provigo, has been reinforced during the past two years and will be accentuated in the future. More than in the past, the parent company will focus on the overall direction of the business, on its structure and financial policy, as well as on major investments and divestments, while leaving operations fully in the hands of the management of its subsidiaries.

New corporate identity

For a vast majority of our publics, our philosophy of decentralized management is not well understood, nor is the distinction between the Company and its operating subsidiaries. This lack of understanding is particularly acute in Québec where the Provigo name is associated with Provigo Distribution Inc., our largest operating company, and Provigo Supermarkets, the largest supermarket chain in the province.

In order to eliminate this confusion, in both identity and roles, we are proposing to shareholders a change in the name of their Company to Univa. If this proposal is accepted at the Annual Meeting, the Provigo name will be exclusively owned by the Québec operating company. Provigo will thereby become what a majority of consumers already believe it is – Québec's largest food distributor.

Univa will be responsible for raising capital, selecting key personnel, corporate strategy, major investments and divestments by its subsidiaries: Provigo Distribution in Québec, LOEB in Ontario and western Québec, Horne & Pitfield Foods in Alberta, Provigo Corp. in California, C Corp. in the convenience sector and Sports Experts in the distribution of sporting goods.

Human resources and acknowledgements

Mr. Jean-Louis Lamontagne, having reached the retirement age for Directors, will not stand for re-election to the Board. Mr. Lamontagne has been active in the food distribution industry since 1951 and was a Director since the Company was founded. As an entrepreneur, he provided the impetus for his own business to achieve strong growth during nearly 20 years, prior to taking part in the creation of Provigo in 1969. The Company benefitted from his entrepreneurial spirit, experience and counsel during many years and I wish to express to Mr. Lamontagne the gratitude of all his colleagues on the Board and all shareholders.

While it was business as usual for the most part, the year was nevertheless very demanding for all members of the Provigo team: the 14,800 employees of Provigo and its operating companies, the 2,000 affiliated retailers and franchisees and their 35,000 employees, as well as all of our shareholders.

To the latter, I wish to convey the appreciation of management for their support through very difficult economic conditions.

I also want to stress the skill and devotion of everyone in Provigo, its operating companies and their networks. Whether employees or affiliated entrepreneurs, they are the primary reason for the Company's success.



Bertin F. Nadeau
Chairman



The fiscal year ended January 25, 1992 was characterized by the persistent weakness in the economy. After a promising first half which saw our sales increase by 6%, the cumulative effect of the recession, rising unemployment, weak consumer confidence and increased competition affected results for the balance of the year.

Net sales rose to \$6.7 billion from \$6.5 billion in fiscal 1991. Adjusted to reflect the different accounting treatment of the Canadian goods and services tax (GST) now in effect, and the former federal sales tax, sales actually increased by approximately 5%. Under the circumstances, we are pleased with this performance.

Income from continuing operations stood at \$57.3 million, compared with \$60.7 million in the prior year. While this is a satisfactory performance in relation to the industry, it did not meet our expectations.

Net income was \$49.3 million, or \$0.57 per share, compared with a net income of \$0.7 million in fiscal 1991. The fiscal 1991 result reflected a \$60.0 million loss from discontinued operations related to the disposal of non-food assets.

Higher market share

In our Canadian food operations, Provigo operating companies responded effectively to prevailing market conditions. We gained share in most markets and attracted new customers to our stores.

Our United States operations, which are concentrated in northern California, responded aggressively to secure a strong market position in a highly competitive environment. Provigo Corp. recorded a small operating income and its flagship Petrini's performed well. In May 1991, Provigo Corp. acquired New Deal Market Inc., a 13-supermarket chain from a longstanding wholesale customer.

Cross-border shopping

The year was marked by a significant increase in cross-border shopping by Canadians living within short distance of the US. High retail taxes in Canada, particularly on cigarettes, alcohol and gasoline, constitute the main catalyst for this behaviour.

Canadians have also been buying more food in the US due to the lower prices of basic commodities such as poultry, eggs and dairy products. As a result, Canadian food retailers are losing substantial sales volumes. Unless action is taken to increase the competitiveness of Canadian supply sources, food retailers will continue to experience a shortfall in revenues and agricultural producers will eventually be affected by lower domestic demand for their products.

Responding to challenges

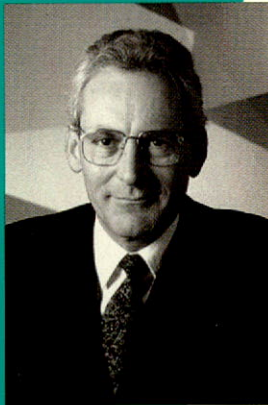
The structural changes which are taking place in the Canadian economy point to a slower than normal recovery and lower growth rates than we experienced during the 1980s.

Coupled with a major shift in consumer values, this is creating an extremely challenging retail climate for the 1990s.

In the food industry, the average sales per customer were lower during fiscal 1992 as many consumers traded down to lower-priced items and did more "price shopping". The cost of food purchased from stores, as measured by Statistics Canada, actually dropped from 3.8% in February 1991 to 1.8% in January 1992.

Although the country is "over-stored", more traditional outlets continue to be built while the appearance of new entrants and new retail formats adds further to the supply. It is

obvious that it will become increasingly difficult to be successful and profitable unless a rationalization is undertaken in major markets.



Strict cost containment

In a low-margin business, cost containment is a crucial factor. This must be achieved while maintaining the quality and service expected by customers who shop in our various retail formats. At Provigo, we have consistently demonstrated our ability to manage large networks cost-effectively.

Continuous improvement is our goal. In Québec, Provigo Distribution is in the process of implementing a "just-in-time" delivery programme with some major suppliers. The programme will enhance the speed at which store shelves are stocked while reducing inventory costs. We already process virtually all of our distribution centre orders with suppliers through electronic data interchange, resulting in significant savings in administration costs.

Our challenge is to build our existing relationships with suppliers into mutually beneficial strategic alliances to improve efficiency throughout the supply chain. Working in partnership, we must ensure that the basic products offered to consumers meet their needs and that our selling prices are competitive. This will require greater sharing of information and a commitment by both partners to achieve common goals.

The relevant customer information that supermarket point of sale check-out systems are generating is a valuable tool that must be exploited for maximum benefit. By combining the expertise of supplier, distributor and retailer, we can achieve additional economies of scale, quicker response and greater overall efficiency leading to reduced retail prices for the consumer.

Anticipating consumer needs

Another key in our industry is spotting shifts in consumer behaviour and responding with the appropriate retail formats. We have been successful over the years in anticipating and adapting to consumer needs.

LOEB, for example, is achieving tremendous success with its "Made Today" line of prepared foods. The concept was proven with pizza and quarter-pound hamburgers and is now being extended to chicken, donuts, chili and salads. Horne & Pitfield is introducing similar product lines in Alberta.

Emerging a winner

The next few years will be challenging for the food industry. At Provigo, we are prepared to meet competition directly and to emerge a winner. Our confidence stems from our solid distribution and retail base, our longstanding ability to provide value to customers and our entrepreneurial operating companies.

During the past five years, we have devoted some \$550 million to expand, rebuild and modernize both our distribution facilities and a significant portion of our retail networks. Today our networks are among the most modern in the industry, with excellent distribution logistics and strategic store locations.

Our capital investment programme in fiscal 1992 totalled \$100.2 million, substantially less than we had originally planned. For strategic reasons, we postponed a number of projects including the construction of a large distribution centre in Ontario. We expect capital expenditures in fiscal 1993 to be about \$80 million.

Entrepreneurial management

Provigo's retail networks include a variety of formats which meet diverse customer needs. Our ability to increase sales and customer traffic in fiscal 1992 in the face of intense competition indicates the soundness of our retail strategy.

Our decentralized management structure is a major strength in the current market environment. Operating decisions are made by managers who are close to the action and who know their customers. They can seize new opportunities quickly and adapt marketing, product and service strategies to suit changing trends.

Outlook

Fiscal 1993 will likely witness a major battle for market share in the food industry. Based on the measures we took in fiscal 1992 and the strength of our networks, our Company is in an excellent position to face competition both in Canada and in the US.

As a leading marketer and distributor in the food sector, we will continue to provide strong support to our 2,000 affiliated and franchised retailers across Canada and in the US. With our size and financial strength, we will ensure that all of our partners achieve improved market position and sustain customer loyalty.

Provigo will rely on the innovation, responsiveness and dedication of its 14,800 direct employees and the more than 35,000 employees who work for retail partners. Their commitment to efficient and friendly customer service is one of the principal reasons for our continued success.



Yvan Bussi res
President



The illustration features a giraffe and a lion in a stylized, geometric manner. The giraffe, with its characteristic orange and yellow spotted pattern, stands on the left, its long neck reaching towards the top left. The lion, with a large black mane and an orange body, stands on the right, facing right. They are positioned on a green, trapezoidal field. The background consists of a blue sky and a red sun or moon in the upper right corner. The overall style is modern and abstract, using bold colors and simple shapes.

Leadership

Through its inherent strength and long-term vision, Provigo has grown into one of Canada's leading food marketers and distributors.



Strong customer focus and our entrepreneurial culture served Provigo well in fiscal 1992. Despite accelerating competition, our operating companies attracted growing numbers of customers to their stores and strengthened their market position.

In Canada, net sales improved 2.6% to \$5.9 billion from \$5.7 billion. The difference in the accounting treatment of the goods and services tax (GST) and the former federal sales tax had a negative impact on reported sales of approximately 2.5%. Sales in the United States increased 5.3% to US \$734 million from US \$697 million in fiscal 1991.

Despite the more competitive climate experienced by all Provigo companies, operating income increased to \$196 million, or 2.93% of sales, compared with \$190.2 million, or 2.91% of sales in the prior year.

Successful marketing strategies

During the year, Provigo companies pursued successful marketing strategies to maintain leadership in a rapidly-changing retailing environment. Each operating company responded to local industry conditions based on its close contact with customers.

These actions were supported by continuing investment in new store construction, remodelling and highly efficient distribution systems. The capital investment programme totalled \$550 million during the past five years.

Well-trained employees: a competitive edge

In addition to their well-developed physical networks and market franchises, Provigo operating companies are sharpening their competitive edge by placing increased emphasis on store-level employee training and education.

Our objective is to improve service, efficiency and customer care. Several thousand employees participate in training programmes each year.

- Provigo Distribution maintains a permanent programme of standard courses that cover more than a dozen aspects of food preparation and retailing. About 3,850 employees participated in fiscal 1992. For the first time, the company awarded eight scholarships to encourage part-time employees to pursue their college and university studies.
- More than 2,500 store employees took part in various training activities organized by LOEB. The company also established two permanent facilities to train employees for its LOEB "Made Today" products.
- Horne & Pitfield Foods developed a one-day seminar for the management and staff of each retail store under the "You Make A Difference" theme.
- C Corp. continued its new franchisee training programme with 100 participants during the year. An additional 40 Québec franchisees were enrolled in a continuing education course leading to a junior college diploma in retailing.

Entrepreneurship

Provigo's decentralized organization, anchored by sound strategic management, has enabled entrepreneurship to flourish in its operating companies, one of the key factors in the Company's consistently strong financial performance.



Technology investments

We continued to make substantial investments in information technology, particularly for the installation of optical scanners and expanded processing capacity in mainframe facilities. At the end of fiscal 1992, most target stores were equipped with electronic cash registers and scanners.

The growing amount of information captured at the retail level results in more efficient operations management, quicker response and improved customer service. At Provigo Distribution, for instance, 95% of the transactions with suppliers at distribution centre levels are made through electronic data interchange.

Provigo Distribution

Provigo Distribution is the largest operating company in the Provigo group. Based in Québec, the company has pursued a successful market penetration strategy based on precisely targeted retail banners. Today, it is the established leader in both food marketing and distribution in the province.

Corporate, affiliated and franchised retail stores are supplied through a network of 16 distribution centres and 30 Presto cash and carry outlets. Restaurants, institutions and other food customers are served through the Dellix division which operates three distribution centres.

The company's distribution network is the largest and most modern in the province, allowing excellent geographic coverage with efficient and timely product delivery. During fiscal 1992, service was enhanced in the Québec City region with the expansion of the distribution centre to accommodate a new frozen food distribution facility.

Vast retail network

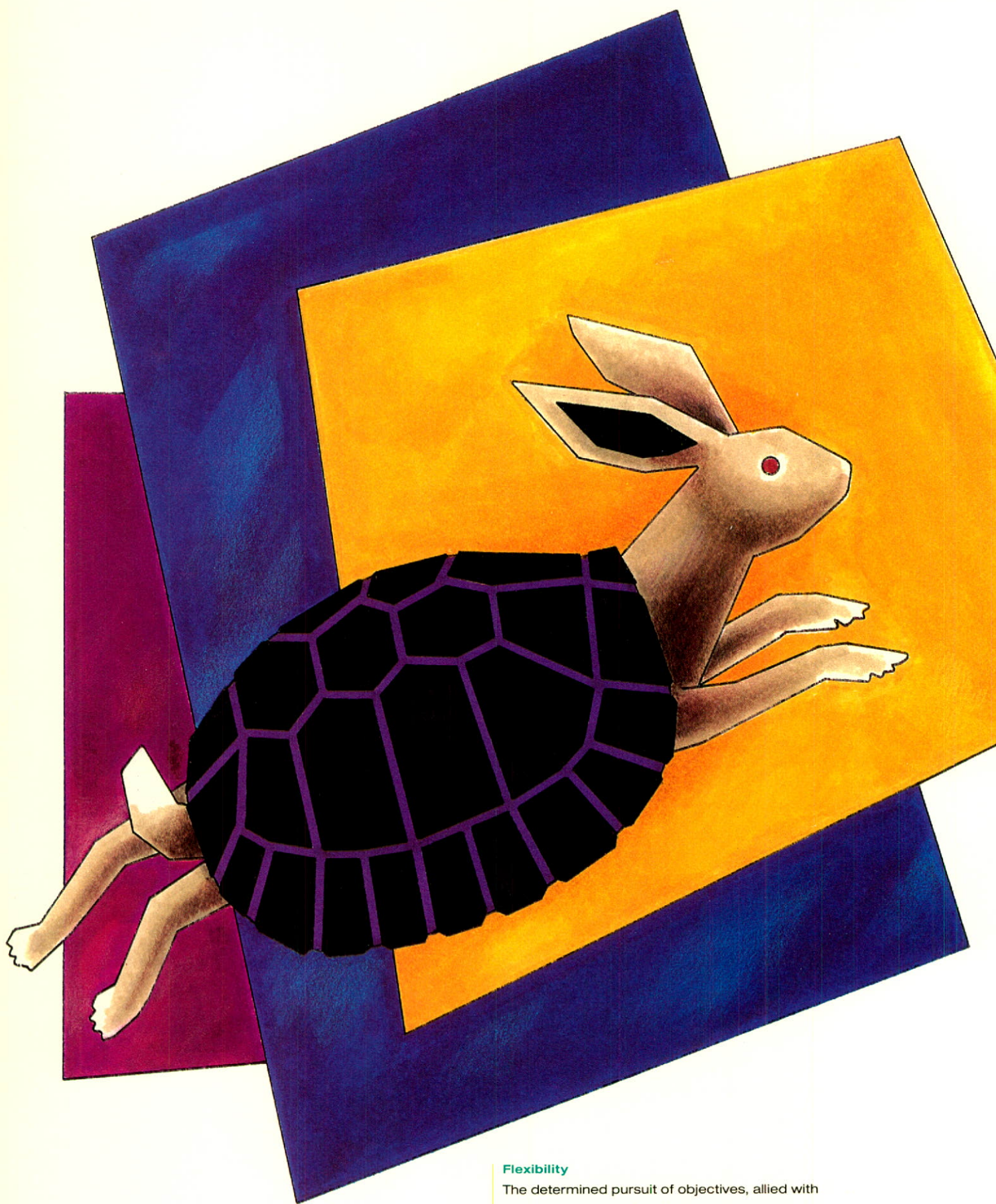
Provigo Distribution's vast retail network comprises 207 Provigo Supermarkets, 10 Maxi and 27 Héritage discount food stores, more than 500 neighbourhood stores under the Axepe, Jovi and Intermarché banners, as well as some 540 Proprio convenience stores.

Each banner format has been carefully developed to meet the needs of a particular consumer segment. This includes everything from store design and location to the products sold and the nature of marketing support. The company has been successful in adapting its formats to changing purchasing habits and consumer expectations.

Leader in freshness, quality and service

Health and fitness have become increasingly important to Québec consumers in recent years and Provigo Distribution has positioned its supermarkets effectively as leaders in freshness, quality and service. The company has also extended its prepared food offering in response to customer demand.

Major emphasis was placed on cost containment and the quality of in-store execution during the past year. Despite the weak economy and increased competition, Provigo



Flexibility

The determined pursuit of objectives, allied with the flexibility to seize new opportunities offering good long-term potential, ensures that Provigo will remain in the forefront of its industry.

Distribution as a whole reinforced its market position. The Dellix division, which was restructured in the prior year, showed improved results.

The company employs nearly 9,000 people directly while associated retailers employ a further 16,000.

LOEB

LOEB operates mainly in Ontario where it has strong market positions in the Ottawa and Sudbury regions. In recent years, the company has gathered momentum in the London area while establishing a foothold in the Toronto market. The company is also a significant food marketer in western and northwestern Québec.

During fiscal 1992, LOEB continued its successful market penetration strategy based on new store openings, the promotion of "Made Today" LOEB products and "everyday warehouse pricing." The company opened six new stores, four of them in the populous southcentral Ontario market, and expanded two others.

Expanded "Made Today" selection

The "Made Today" programme was expanded beyond the very popular LOEB pizza and Quarter Pounds to include *Scarlett's* Fried Chicken, *Fiesta Chili*, *Start-up* salads and *Lov-em* donuts. These products feature freshness while building a unique total store image and supporting the overall pricing programme, both of which have become important differentiating factors for LOEB.

The sales impact of the "Made Today" programme was enhanced through a major marketing thrust called the "LOEB Ready Wall". Under this concept, an entire wall of a retail store is dedicated to the production and marketing of LOEB products. Ten "Ready Walls" were in operation in fiscal 1992 with very positive results and the programme is being pursued in fiscal 1993.

Low price strategy

LOEB's pricing strategy, adopted in the early 1980s, is based on everyday low prices. By combining low prices with high levels of service and convenience, spotlessly clean stores and well-trained staff, the company has achieved high customer volume, industry-leading sales per square foot and excellent financial returns.

Towards the end of the year, LOEB launched a new marketing programme featuring numerous prices similar to those offered by club-type stores with product formats that are more convenient for customers.

Its retail network consists of 120 LOEB, LOEB IGA and IGA stores, 15 M/M and one Orange Store. The company also operates eight distribution centres and 22 cash and carry outlets. It employs more than 1,700 employees directly, with an additional 10,000 employed by franchised retailers.



Employees

Provigo has built one of the most experienced and dedicated teams in the North American industry, including its own direct employees and those employed by its affiliated retailers and franchisees.

Horne & Pitfield Foods

Through its eight distribution warehouses and six cash and carry outlets, Horne & Pitfield Foods Limited serves 259 affiliated and franchised retail stores. These include 85 IGA and 15 Garden Market IGA, 71 Triple S, 70 Reddi Mart convenience stores and 18 Mayfair. Its market area covers Alberta, Saskatchewan, the Northwest Territories, as well as northern and central British Columbia.

During fiscal 1992, the company added three new stores and completed several store expansions. Seven low-potential stores were closed. Three new stores totalling approximately 90,000 square feet are currently under construction.

Launched "Best Price" programme

Horne & Pitfield faced heavy price discounting in the Alberta market which led to reduced margins. The company responded with a number of marketing strategies to maintain its share of food purchases.

- It launched a "Best Price" programme on major commodities.
- Service features were improved, including the introduction of fresh ready-to-serve products in many stores.
- A "Warehouse Pack" programme was tested to achieve price competitiveness with warehouse clubs on selected commodity items.

With its strong rural presence, Horne & Pitfield emerged from fiscal 1992 with a stronger overall market share in Alberta. The company employs 1,000 people directly.

C Corp.

Through C Corp., Provigo is a leader in the Canadian convenience sector and one of the country's major independent gasoline retailers.

Its network includes 251 Provi-Soir in Québec, 37 Top Valu, 29 Winks in Ontario; and 49 Red Rooster and 23 Winks in Alberta. More than 60% of the outlets are twinned with gas bars.

The convenience sector has been adversely affected during the past year by the introduction of the goods and services tax, rapidly rising retail taxes on cigarettes, alcohol and gasoline and, in some areas, Sunday shopping. C Corp. has responded through continuous improvement to the product selection in its stores, the expansion of fast food counters and constant dedication to customer service.

Leader in Québec market

The company has the largest market position in the convenience sector in Québec through its Provi-Soir network. To further consolidate this position, C Corp. continued to modernize and renovate stores while maintaining an aggressive advertising and promotion campaign.

Despite very difficult business conditions in Ontario, Winks stores improved their profitability and the Top Valu gas bars performed reasonably well. In Alberta, C Corp. enjoyed a good year with satisfactory results from new Winks stores.

Provigo Corp.

Provigo Corp. is a prominent food distributor in northern California through its Market Wholesale unit, serving more than 1,000 independent retailers. The company's retail network includes 18 Petrini's, 13 New Deal Supermarkets, seven Cost Less Foods and one licensed store operating under the name Better Buy Foods.

The Petrini's banner, which recorded a substantially improved performance during the year, has a strong quality image based on the excellence of its fresh food products as well as superior service. It caters to convenience and service conscious consumers while the Cost Less and Better Buy outlets are aimed at price shoppers.

Market conditions were extremely competitive in northern California in fiscal 1992 at both the wholesale and retail levels. Provigo Corp. increased overall sales by being more aggressive in the marketplace and by acquiring New Deal Market Inc., a longstanding wholesale client operating a chain of 13 supermarkets.

As a result of market conditions, combined with the Chapter 11 bankruptcy of a Cost Less franchisee with a three-store operation, the company posted only a small operating income. Following a settlement with the franchisee, one store was closed and the two others are now operating as corporate units.

Provigo Corp. is continuing to improve efficiencies and service throughout its wholesale and retail operations to secure its customer base. The company employs slightly more than 2,700 people.



Provigo companies are responding to the environmental concerns of their customers and society as a whole on a number of levels, ranging from fuel economy in their distribution operations to paper recycling programmes in offices. The three "R's" of environmental stewardship – reduce, reuse and recycle – are taking root throughout our operations in Canada and the United States.

A number of initiatives are common to all operating companies. They include:

- Discontinuance of CFC-propelled aerosol products;
- Switch to pulp or non-CFC foam trays and cartons;
- Extensive cardboard and paper recycling programmes and publication of most flyers and other promotional material on recycled paper;
- Use of alternative refrigerants to CFC-12 to minimize impact on the ozone layer;
- Providing customers with choice of reusable plastic or recyclable paper grocery bags; and
- Sale of available nationally-branded environment friendly products.

Environment policy in Québec

During fiscal 1992, Provigo Distribution adopted a corporate environmental policy and began implementation throughout its Québec distribution and retail networks. To raise employee awareness and knowledge of environmental issues in the food industry, the company developed a special training course and began publishing an internal newsletter on the environment. It also surveyed employees on their attitudes toward the company's "green" initiatives.

Customers were involved through in-store presentations which described environmental actions that every citizen can take. Provigo Supermarkets introduced reusable cotton/nylon bags and our Québec stores distributed an Environment Canada brochure entitled "What we can do for our environment".

Provigo Distribution also sponsored a number of community events during the year including the clean-up by volunteers of Mount Royal park in Montréal and the Boisé Papineau, a green space in Laval.

Major fuel savings

LOEB has implemented a vehicle maintenance and replacement programme which results in a reduction of diesel fuel consumption of more than 500,000 litres annually. It is currently studying an electronically programmable engine which has been demonstrated to reduce fuel consumption by over 20%.

In addition to current environmental programmes, Horne & Pitfield is working with consultants to deal with waste management in its produce and meat departments.

Community relations

Provigo companies are deeply involved in community life. Because they are close to their customers, our operating companies and their affiliated and franchised merchants are major sponsors and donors in local causes.

- Provigo Distribution helped the needy through active support for Centraide (United Way) and food banks. The company supported amateur sport and youth, mainly as a major sponsor of the Québec Games and "Super Enfant Fête". Stemming from its accent on health, the company is also increasing its contributions to hospital foundations.
- Through barbecues and other events, LOEB retailers raised more than \$500,000 for charity in fiscal 1992. LOEB encourages this involvement by presenting an annual award to the retailer who has demonstrated the highest commitment to the community.
- Horne & Pitfield was a major sponsor of the Alberta Summer Games and the Alberta Boy Scouts Jamboree. The company has developed and launched a "Kids on Ice" promotion which could result in a sponsorship of \$250,000 for minor hockey, figure skating and ringette.
- Provigo Corp. is a strong supporter of the Boy Scouts of America annual fund raising campaign while its retail stores are involved in helping local groups and charities.

Provigo Inc. is itself a major donor with an annual corporate budget determined by the Company's financial performance. Donation decisions are made by a committee which includes Board members and officers. Education, arts and culture, health and sport activities received donations in fiscal 1992.

Fiscal 1992 can be divided into two distinct halves. The first half-year was marked by robust sales growth, healthy margins and improved net income. Towards the end of the second quarter, the food industry, which hitherto had been left relatively unscathed by the recession, began to feel its effect. As consumers continued to lose confidence, downtrading to lower-priced items became more pronounced. This phenomenon cut into both sales and margins and gave rise to a disappointing second half-year characterized by sluggish sales, lower margins and a decline in operating income. The magnitude of this reversal in trend was rather unexpected as historically the food industry had been relatively resistant to recession. Even the major recession of 1981-82 did not have such a severe negative impact on the industry.

The change in consumer behaviour is also reflected in the rate of food inflation. In the first half-year, the Statistics Canada price index for food purchased from stores was 3.6% higher than in the corresponding period of the previous year. In the second half, it was 0.1% lower. For the final quarter, food prices were as much as 1.3% lower than a year earlier. In this case, the deflation is demand-driven rather than cost-driven and has negative implications for the industry's profitability.

Customer behaviour is changing in other ways too. High rates of indirect tax in Canada are dramatically encouraging cross-border shopping, with a consequent loss of business particularly for stores along the US border. Furthermore, the successive increases in taxes on tobacco have given an impetus to the black market and drastically reduced sales volumes. This has hit the convenience segment of the industry particularly hard.

All these factors have exacerbated a situation which was already highly competitive because of the fact that many markets are overstored and because of the entrance of new competitors into the industry.

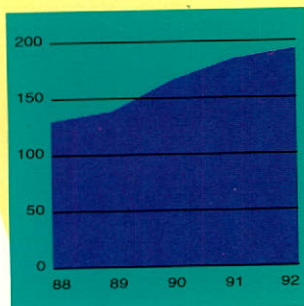
Results of Operations

Net sales for the year amounted to \$6,699 million, or 2.7% higher than in the previous year.

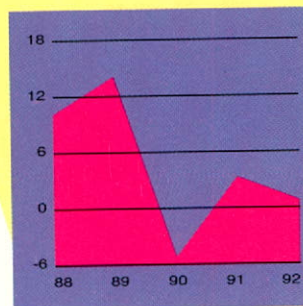
In Canada, sales increased by 2.5% to \$5,859 million. For the first half-year, sales grew by 6.1% while, in the second half-year, sales declined by 1.4%. Reported sales in fiscal 1992 are not directly comparable with those of the previous year because of a difference in the accounting treatment of the goods and services tax (GST) introduced in January 1991 and that of the former federal sales tax (FST). The GST is excluded from reported sales whereas the FST used to be included. It is estimated that the difference in accounting treatment reduced reported sales by approximately 2.5%. Food inflation in Canada, as measured by the price index for food purchased from stores, was 1.8% for the entire fiscal year.

In the United States, sales rose by 5.3% over the previous year to US \$734 million. Market conditions in northern California are as difficult as in our Canadian markets. The recession has persisted, with a statewide unemployment rate higher than the national rate. Food inflation is low, significant increases in sales taxes have dampened consumer demand and price competition is rife.

Segment operating income – Canada
(millions of dollars)



Segment operating income (loss) – US
(millions of US dollars)



Segmented information

Millions of dollars

	Net sales		Operating income		Capital expenditures	
	This year	Last year	This year	Last year	This year	Last year
Canada	5,859	5,713	194.8	186.1	87.0	96.3
United States	840	813	1.2	4.1	13.2	37.1
Total	6,699	6,526	196.0	190.2	100.2	133.4
United States (in US\$)	734	697	1.0	3.5	11.5	31.8

The increase in sales in the US is mainly attributable to the acquisition, at the beginning of the second quarter, of New Deal Market Inc., a 13-supermarket chain. In addition to the generally adverse market conditions, sales in the US were negatively affected by the loss for part of the year of three Cost Less discount stores as a result of the licensee filing for protection under Chapter 11. One store has been definitely closed and, following a settlement with the licensee, the other two are now operated as corporate units.

Operating income amounted to \$196.0 million, compared with \$190.2 million in the previous year. This represents 2.93% and 2.91% of net sales respectively.

In Canada, operating income was \$194.8 million (3.32% of sales), compared with \$186.1 million (3.26% of sales) in the preceding year. In the first half, operating income was \$109.6 million (3.45% of sales). In the second half, this fell to \$85.2 million (3.18% of sales).

The results for the second half were affected by a number of provisions totalling \$4.7 million and arising from decisions designed to streamline the company's operations. These include the ongoing restructuring of Québec operations into two strategic groups devoted to retail and wholesale operations respectively and the closure of unprofitable food services operations in western Canada.

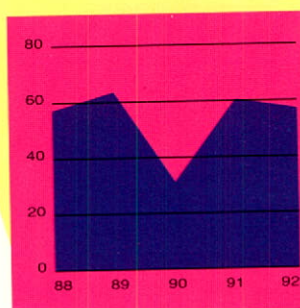
In the US, operating income was US \$1.0 million, compared with US \$3.5 million a year ago. The wholesale division remains profitable, although less so than in the past. Some retail chains in northern California have recently begun their own distribution of grocery items. This has created excess wholesale capacity and intensified the competition among food distributors. As regards the retail divisions, significant improvement has been achieved at the Petri-ni's stores. Gross margins have improved as the

result of a better sales mix and stronger controls stemming from new information systems. Labour productivity has also improved. However, results in the US were adversely impacted by provisions of US \$8.3 million, mainly in connection with the licensee of three Cost Less discount stores.

Depreciation and amortization amounted to \$62.4 million, which is higher than in the previous year by \$10.0 million. Of this, \$6.1 million is attributable to increased depreciation, following the capital expenditure programmes of the past two years, and \$3.9 million to additional amortization of intangible assets, stemming from the acquisition of the New Deal supermarkets and higher deferred charges in connection with continuing retail assistance programmes to franchisees.

The gross **interest expense** for the year was \$70.4 million, a decrease from the previous year of \$4.8 million. The decrease was due to lower interest rates. The average debt was broadly the same as last year. The level and cost of debt are discussed further in "Liquidity and Capital Resources". The net interest expense was \$53.6 million, compared with \$42.0 million a year earlier. This is after deducting interest capitalized of \$0.1 million (\$1.6 million last year), interest income of \$8.9 million (\$11.3 million in fiscal 1991), and an allocation of \$7.8 million to discontinued operations (\$20.3 million last

Income from continuing operations
(millions of dollars)



year). The amount allocated to discontinued operations was computed on the basis of a uniform ratio of consolidated debt to equity for all operations, as in previous years.

The effective **income tax rate** was 28.8%, compared with 37.2% in the previous year. The current year's tax rate is lower than the Canadian statutory tax rate of 37.3% mainly because provisions of \$5 million made in previous years were reversed in the fourth quarter, following the resolution of tax assessments.

Income from continuing operations was \$57.3 million (\$0.66 per share), compared with \$60.7 million (\$0.71 per share) in the previous year. After deducting the **loss from discontinued operations** of \$8.0 million (\$60.0 million last year), the **net income** for the year was \$49.3 million (\$0.57 per share), compared with \$0.7 million (\$0.01 per share) in fiscal 1991.

The return on average equity from continuing operations was 19.5% for the year, compared with 27.5% in the previous year.

Strategic Moves in the US

In last year's annual report, it was mentioned that Provigo was examining its strategic options as regards its United States operations. One of these options was the disposal of Provigo Corp. In May 1991, Provigo announced that it had completed its strategic review. The conclusion was that the optimal strategy was to retain Provigo Corp. and commit the necessary resources to enable the company to gain market share, secure cost advantages and improve its competitive position.

At the beginning of the second quarter, Provigo Corp. acquired 13 supermarkets from New Deal Market Inc., a long-standing wholesale customer with annual retail sales of around US \$100 million. The object of this acquisition was to secure the company's wholesale volume. The acquisition was made for a net consideration of US \$11 million.

At the year-end, Provigo Corp. closed the sale of its Virginia-based Tidewater division to Nash Finch Company of Minneapolis for a cash consideration of US \$14 million. Tidewater is a distributor of grocery products to military base commissaries on the US east coast, with annual sales of around US \$115 million. The division had little in common with the core of Provigo's US

operations. Following the disposal of Tidewater, Provigo's US operations are now exclusively located in northern California.

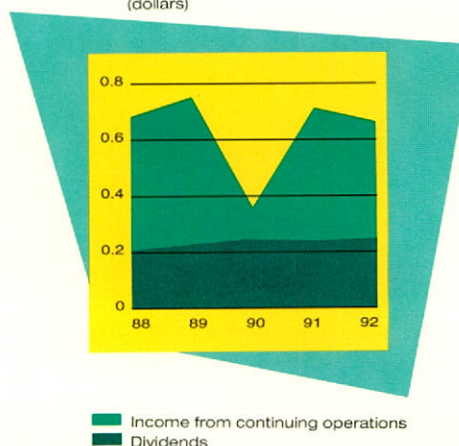
For three years now, Provigo has seen little or no return on the \$200 million of identifiable assets invested in the US. However, in the current year, Provigo's renewed commitment to its US operations has enabled the latter to add to and strengthen its management team and lay the groundwork for a return to profitability.

Discontinued Operations

The sale of the operating assets of Consumers Distributing Company Limited to a company controlled by Ackermans & van Haaren N.V. of Belgium and Westbourne Management Group Limited of Toronto was closed on April 16, 1991. No additional loss arose from the closing of the transaction since an adequate provision had been made in the previous fiscal year. The final selling price was \$195 million, of which \$125 million in cash, \$5 million in the form of a one-year promissory note and \$65 million in 7% cumulative preferred shares. Provigo is entitled to require the company to redeem preferred shares totalling \$17 million three years after the closing. The remaining \$48 million are convertible into common shares if not redeemed within six years of the closing. Provigo remained responsible for settling the trade payables and retained income tax benefits and deferred income taxes of approximately \$44 million as well as a federal sales tax inventory rebate of around \$15 million. The latter has since been received.

During the second quarter, McKesson Corp. of San Francisco exercised its option to acquire Provigo's remaining equity investment

Earnings & dividends
per common share
(dollars)



in Medis Health and Pharmaceutical Services Inc. for a cash consideration of approximately \$15 million. Provigo has now disposed of all its interests in Medis.

Because of the continuing recession and the depressed retail sector, it has not been possible to dispose of Sports Experts in the course of the year. Provigo remains committed to disposing of Sports Experts at a reasonable price at the earliest opportunity. Provigo's results for the year include a loss from discontinued operations of \$8.0 million to reflect the delay in the sale of Sports Experts.

Sports Experts, a distributor of sports and leisure goods, operates in a sector which has been more heavily affected than most by the recession. Several competitors have gone bankrupt, giving rise to liquidation sales which have affected Sports Experts' sales as well as its margins. In this difficult context, Sports Experts has taken active steps to minimize its losses. Stores with little or no future potential have been closed while warehouse and head-office operations have been rationalized. In addition, the acquisition of the Podium banner at the beginning of the year has improved the company's competitive position in Québec.

The sales of Sports Experts for fiscal 1992 amounted to \$178 million, compared with \$188 million in the previous year. The operating loss for the year was \$4.4 million, compared with a prior-year income of \$5.3 million.

Liquidity and Capital Resources

Provigo monitors its cash flow performance by reference to the **free cash flow** from continuing operations. This is represented by the cash generated by operating activities less the cash used for investing activities.

This year, continuing operations generated a cash flow of \$120.9 million from **operating activities**, compared with \$139.5 million in fiscal 1991. Non-cash working capital items required a net outflow of \$12.7 million this year, whereas they generated a net inflow of \$21.3 million in the previous year.

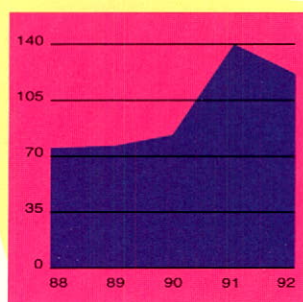
Investing activities consisted mainly of capital expenditures which represented Provigo's main requirement for cash. This year, capital expenditures totalled \$100.2 million, compared with \$133.4 million in the previous year, and consisted primarily of retail development. The construction of a new frozen foods warehouse in Québec and the initial phase of a new distribution centre in Ontario have been postponed. Provigo's capital expenditure budget for next year is approximately \$80 million.

Other investing activities included mainly loans to franchisees, goodwill on acquisitions and participations in franchisees' retail assistance programmes. Altogether, continuing operations required \$170.4 million for investing activities, compared with \$166.8 million in the previous year.

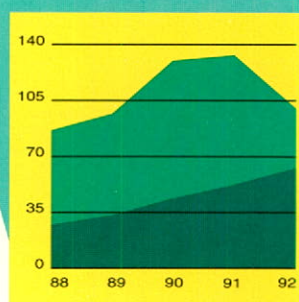
Thus, continuing operations resulted in a **net free cash outflow** of \$49.5 million this year, compared with \$27.3 million in the previous year. The current year's objective of a positive free cash flow has not been achieved because of lower operating profits than planned, higher working capital and loans to franchisees and the acquisition of New Deal Market Inc.

Discontinued operations provided a net cash inflow of \$65.9 million. This includes the cash proceeds of the disposal of Consumers Distrib-

Cash from operating activities
(millions of dollars)



Capital expenditures & depreciation
(millions of dollars)



Capital expenditures
Depreciation and amortization

uting's operating assets and of the remaining investment in Medis as well as the cash flow from operations of Consumers Distributing and Sports Experts.

Common shares amounting to \$3.1 million were issued for cash during the year under Provigo's employee share purchase plans and the share option plans for senior executives.

Total dividend payments for the year amounted to \$21.5 million. At the end of the second quarter, considering the Company's very satisfactory results for the year to date, the Board of Directors resolved to increase the quarterly dividend from \$0.06 to \$0.07 per common share.

Shortly after the year-end, in February 1992, Provigo issued 3.4 million receipts for a total consideration of \$85 million. Each receipt will entitle the holder to receive, without further payment, one fully paid First Preferred Share Series 1 and one Common Share Purchase Warrant. The Preferred Shares and the Warrants will be delivered, upon surrender of the receipts, following the special general meeting of shareholders on March 17, 1992 to confirm the creation of the Preferred Shares.

The Preferred Shares will carry dividends at the quarterly rate of \$0.50 per share. Given their characteristics, Provigo considers these Preferred Shares to be permanent capital. Each Warrant will entitle its holder to purchase one common share at a price of \$9.50 at any time between July 10, 1992 and April 10, 1995, both dates inclusive. The issue of the Preferred Shares and Warrants will not materially dilute earnings per share.

The total non-convertible debt stood at \$596.3 million at year-end, compared with \$600.5 million at the end of the previous year. The cash provided by discontinued operations

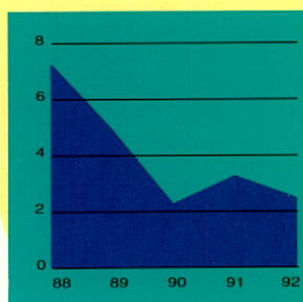
offset the free cash outflow of continuing operations and the dividend payments. The total non-convertible debt:equity ratio was 62:38 at year-end, compared with 65:35 a year ago.

After giving effect to the issue of \$85 million of Preferred Shares and Warrants subsequent to the year-end, the debt: equity ratio was 53:47. It is the Company's objective to reduce the debt: equity ratio to 50:50 within the next few years.

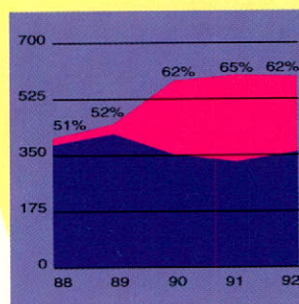
At the beginning of the year, Provigo issued \$100 million of Series 1991 debentures, bearing interest at 11.25% and maturing in 2001. Two debentures are due to mature over the next year: the Series 1987-B 11% debentures amounting to \$100 million and the Series New Zealand 17.45% debentures amounting to \$56.8 million. The Company does not expect any difficulty in refinancing these debentures. Provigo's debentures are rated A (Low) by both Dominion Bond Rating Service and Canadian Bond Rating Service.

Floating rate debt consists mainly of commercial paper and bank loans. The commercial paper programme has an internally authorized limit of \$300 million, of which \$207 million were unused at year-end. The Company's commercial paper is rated R-1 (Low)/A-1 (Low). Commercial paper denominated in CA\$ normally carries interest at 75-100 basis points below the Canadian prime rate. On average, Provigo issues commercial paper denominated in US\$ at 250 basis points below the US base rate. As regards bank loans, Provigo's available lines of credit with its banking syndicate amount to \$347 million, of which \$316 million were unused at year-end.

Interest coverage
(times)



Equity and total debt
(millions of dollars)



■ Total non-convertible debt
■ Equity and convertible promissory notes

At year-end, fixed-rate debt represented 80% of the total non-convertible debt, compared with 63% at the end of the previous year.

The average cost of floating-rate debt was 8.7% during the year, down from 12.0% in the previous year. The Company benefited from the decline in interest rates during the year. The prime rate in Canada was 7.50% at year-end, compared with 12.25% a year earlier.

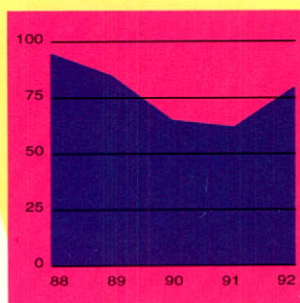
The average cost of the total non-convertible debt was 10.9%, compared with 11.7% in the previous year.

Interest coverage, based on the income from continuing operations and after an allocation of interest to discontinued operations as in the financial statements, was 2.5 times, compared with 3.3 times in fiscal 1991.

Risks and Uncertainties

In the short-term, the main risk factors which could affect the Company's performance will be the length and severity of the recession. Sales and margins are unlikely to experience a major rebound until the economy recovers and consumers regain their confidence. Furthermore, in recessionary times, there is usually an increase in the level of financial support provided by the Company to its franchisees. On a positive note, risk is reduced up to a point by the Company's broad geographical coverage and the diversity of its marketing concepts.

Fixed-rate debt
(as a percentage of the
total non-convertible debt)



Further to the disposal of the operating assets of Consumers Distributing Company Limited, Provigo has found itself with certain assets which yield no current return. Provigo retained the tax benefits and deferred taxes of Consumers Distributing, amounting to some \$44 million. The Company expects to realize these benefits within the next four to five years. In addition, Provigo received in part-consideration \$65 million of 7% cumulative preferred shares on which no dividend has been accounted for. While the realizability of these preferred shares is not currently in doubt, the Company's ability ultimately to turn these investments into cash will depend upon the future performance of the purchaser of the operating assets of Consumers Distributing.

Provigo is the defendant in two major lawsuits, as discussed in the "Contingencies" note to the financial statements. First, following the failure of the purchaser to conclude the sale of the shares of Consumers Distributing pursuant to the share purchase agreement of January 1990, the purchaser brought an action against Provigo, alleging misrepresentation with respect to the financial statements of Consumers Distributing. The Company is defending the purchaser's action and has brought its own counterclaim based upon the purchaser's non-fulfillment of the agreement. Secondly, some affiliated merchants in Québec have brought an action against Provigo, alleging unfair competition. The Company believes that it has a good defence to this action and is contesting it vigorously.

Outlook

Provigo expects that fiscal 1993 will be another very challenging year. Sales and income growth will remain difficult to achieve. The Company will continue to implement innovative marketing strategies. In addition, Provigo will strive for cost advantages. In the context of an ever more price-conscious consumer, the most successful companies, in both the short and long runs, will be those with the lowest costs.

Germain P. Lecours
Executive Vice-President and Chief Financial Officer

The consolidated financial statements of Provigo Inc. are the responsibility of management and have been approved by the Board of Directors. This responsibility includes the selection of appropriate accounting principles and the exercise of a careful judgement in establishing reasonable and accurate estimates in accordance with generally accepted accounting principles appropriate in the circumstances. Financial information shown elsewhere in this annual report is consistent with that contained in the consolidated financial statements.

Management of Provigo Inc. and its subsidiaries has developed and maintains accounting systems and internal controls designed to provide reasonable assurance that assets are safeguarded from loss or unauthorized use and that the financial records are reliable for preparing the financial statements.

The Board of Directors carries out its responsibility with regards to the consolidated financial statements primarily through its Audit Committee, consisting solely of outside directors. The Audit Committee meets periodically with the external auditors, internal auditors and management to discuss accounting policies and practices, internal control systems, the scope of the annual audit, internal audit and other matters. The management's selection of external auditors is recommended to the Board of Directors

by this Committee. The external auditors and the internal auditors have direct access to the Committee to discuss results of their audit and any recommendations they have for improvements in internal controls, the quality of financial reporting and any other matters of interest. The Committee reviews the Company's annual consolidated financial statements before recommending them to the Board of Directors for approval. It also reviews the Annual Information Form before it is filed with securities and exchange commissions. In the year ended January 25, 1992, the Audit Committee had nine meetings.

These consolidated financial statements have been audited by Raymond, Chabot, Martin, Paré, Chartered Accountants and their report stating the extent of their audit examination and their opinion on the consolidated financial statements is presented below.



Bertin F. Nadeau
Chairman



Germain R. Lecours
Executive Vice-President and Chief Financial Officer

AUDITORS' REPORT

To the Shareholders of Provigo Inc.

We have audited the consolidated balance sheets of Provigo Inc. as at January 25, 1992 and January 26, 1991 and the consolidated statements of income, retained earnings and changes in financial position for the years then ended, and have obtained all the information and explanations we have required. These financial statements are the responsibility of the Company's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audits.

We conducted our audits in accordance with generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the

accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, and to the best of the information and explanations given to us and as shown by the accounting records of the Company, these consolidated financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Company as at January 25, 1992 and January 26, 1991 and the results of its operations and the changes in its financial position for the years then ended in accordance with generally accepted accounting principles.

Raymond, Chabot, Martin, Paré
Chartered Accountants

Montréal, Canada
March 11, 1992

CONSOLIDATED STATEMENT OF INCOME

years ended January 25, 1992 and January 26, 1991

Millions of dollars except earnings per share	1992	1991	1990
Net sales	6,699.0	6,525.7	6,139.0
Cost of sales	5,894.2	5,778.5	5,426.1
Operating and administrative expenses	608.8	557.0	550.9
Operating income	196.0	190.2	162.0
Depreciation and amortization (note 2)	62.4	52.4	43.5
Interest – net (note 3)	53.6	42.0	40.3
Costs related to the rationalization of certain food operations	–	–	32.1
Gains realized on the sale of properties	–	–	(5.8)
Net income of a finance subsidiary	(0.5)	(0.8)	(0.5)
Income from continuing operations before income taxes	80.5	96.6	52.4
Income taxes (note 4)	23.2	35.9	21.2
Income from continuing operations	57.3	60.7	31.2
Loss from discontinued operations (note 5)	8.0	60.0	82.6
Net income (loss)	49.3	0.7	(51.4)
Earnings (loss) per common share:			
Continuing operations			
basic	\$0.66	\$0.71	\$0.36
fully diluted	\$0.64	\$0.68	\$0.35
Net income (loss)			
basic	\$0.57	\$0.01	\$(0.60)
fully diluted	\$0.55	\$0.01	\$(0.60)

CONSOLIDATED STATEMENT OF RETAINED EARNINGS

years ended January 25, 1992 and January 26, 1991

Millions of dollars	1992	1991	1990
Retained earnings, beginning of year	201.1	223.3	295.3
Net income (loss)	49.3	0.7	(51.4)
Dividends paid	(21.5)	(20.6)	(20.6)
Excess of consideration paid over stated capital for common shares purchased for cancellation	–	(2.3)	–
Retained earnings, end of year	228.9	201.1	223.3

The summary of significant accounting policies and the accompanying notes are an integral part of the consolidated financial statements.

CONSOLIDATED BALANCE SHEET

January 25, 1992 and January 26, 1991

Millions of dollars

	1992	1991
Current assets		
Cash and deposit certificates	7.0	1.6
Receivables	276.2	285.7
Inventories	319.7	299.0
Prepaid expenses	13.9	12.1
Net assets of discontinued operations (note 5)	52.4	161.0
	669.2	759.4
Current liabilities		
Bank loans and acceptances	23.7	42.2
Cheques issued and outstanding	69.1	64.8
Payables and accrued liabilities	424.7	446.0
Income and other taxes	33.1	27.8
Current portion of long-term debt and obligations under capital leases	159.3	5.2
	709.9	586.0
Working capital	(40.7)	173.4
Other assets		
Investments (note 6)	159.3	141.5
Fixed assets (note 7)	522.5	492.9
Sundry assets (note 8)	158.6	100.9
	840.4	735.3
Assets employed	799.7	908.7
Other liabilities		
Non-convertible long-term debt (note 10)	362.0	509.2
Obligations under capital leases (note 11)	51.3	43.9
Deferred income taxes	26.0	26.9
	439.3	580.0
Convertible promissory notes and shareholders' equity		
Convertible promissory notes (note 12)	20.0	20.0
Capital stock (note 13)	116.3	112.6
Retained earnings	228.9	201.1
Foreign currency adjustments	(4.8)	(5.0)
Shareholders' equity	340.4	308.7
	360.4	328.7
Capital employed	799.7	908.7

The summary of significant accounting policies and the accompanying notes are an integral part of the consolidated financial statements.

On behalf of the Board,


Robert Després


Bertin F. Nadeau

CONSOLIDATED STATEMENT OF CHANGES IN FINANCIAL POSITION

years ended January 25, 1992 and January 26, 1991

Millions of dollars	1992	1991	1990
Operating activities			
Income from continuing operations	57.3	60.7	31.2
Items not affecting working capital (note 14)	76.3	57.5	42.9
Working capital provided by continuing operations	133.6	118.2	74.1
Changes in non-cash working capital items related to continuing operations (note 15)	(12.7)	21.3	8.3
Total cash from operating activities	120.9	139.5	82.4
Investing activities			
Investments	(90.3)	(42.7)	(40.0)
Realization of investments	31.3	20.1	14.3
Acquisition of fixed assets	(100.2)	(133.4)	(129.8)
Sale of fixed assets	25.2	18.3	22.1
Increase in sundry assets	(36.4)	(29.1)	(19.9)
Total cash used for investing activities	(170.4)	(166.8)	(153.3)
Financing activities			
Long-term debt – Increase	124.9	134.2	10.1
– Reimbursement	(114.9)	(1.7)	(3.4)
Capital stock – Issued	3.7	3.3	6.7
– Purchased	–	(5.6)	(0.2)
Other sources of financing	11.0	5.5	3.6
Total cash provided by financing activities	24.7	135.7	16.8
Dividend payments			
Dividend payments on common shares	(21.5)	(20.6)	(20.6)
Total cash related to continuing operations	(46.3)	87.8	(74.7)
Discontinued operations			
Cash provided (used) by discontinued operations	65.9	24.8	(36.1)
Cash and cash equivalents (deficiency)			
Net increase (decrease) for the year	19.6	112.6	(110.8)
Beginning of year	(105.4)	(218.0)	(107.2)
End of year	(85.8)	(105.4)	(218.0)

Cash and cash equivalents (deficiency) consist of cash and deposit certificates, less bank loans and acceptances and cheques issued and outstanding.

The summary of significant accounting policies and the accompanying notes are an integral part of the consolidated financial statements.

years ended January 25, 1992 and January 26, 1991

The consolidated financial statements have been prepared in accordance with generally accepted accounting principles in Canada and include the following policies:

Basis of consolidation

The consolidated financial statements include the accounts of Provigo Inc. and its subsidiary companies except for discontinued operations which are presented separately as explained in note 5 and a finance company, PVO Finance Inc., which is accounted for under the equity method. The latter is excluded from the consolidation as its business is fundamentally different from that of the consolidated group. All subsidiaries of the Company are wholly-owned.

Foreign currencies

The accounts of foreign operations have been translated into Canadian dollars as follows: assets and liabilities, at the year-end exchange rate; revenues and expenses, at the average exchange rate for the year. Foreign exchange gains or losses arising from translation are deferred and included in a separate component of shareholders' equity as foreign currency adjustments.

Foreign denominated long-term monetary items of Canadian operations are translated at the year-end exchange rate. Exchange gains and losses are deferred and amortized over the remaining term of the related items. Exchange gains or losses pertaining to long-term debt covered by currency exchange agreements are offset against losses and gains deriving from those currency exchange agreements. The unrealized exchange gains or losses are recorded in the balance sheet as a deferred asset or a deferred credit.

Store opening and closing costs

Costs associated with the opening of new stores are expensed in the year incurred. When a decision to close a store is taken, the remaining investment in equipment and leasehold improvements in excess of their net recoverable value is charged to income. Other estimated expenses directly associated with the store closure, net of any recovery is also charged to income.

Earnings per share

Earnings per common share have been calculated using the weighted average number of shares outstanding during the year.

Fully diluted earnings per common share have been calculated assuming that the convertible promissory notes, common share options and preferred shares outstanding at the end of the year had been converted to common shares or exercised at the later of the beginning of the year or the date of issuance.

Inventories

Inventories are valued at the lower of cost, generally determined on a first-in, first-out basis, and net realizable value.

Investments

Investments are carried at cost. In the event of a decline in value which is considered to be other than temporary the investment is written down to its estimated realizable value and the loss is charged to income. The investment in the non-consolidated finance subsidiary is accounted for on an equity basis.

Fixed assets

Fixed assets are stated at cost less accumulated depreciation. Leases which transfer substantially all of the benefits and risks of ownership to the Company are accounted for as capital leases. The Company follows the policy of capitalizing interest during construction as part of the cost of significant capital assets.

Depreciation is calculated according to the following methods and rates:

	Methods	Annual rates
Buildings	Straight-line	2.5% to 5%
Equipment	Straight-line	10%
Store equipment	Straight-line	12.5%
Automotive equipment	Diminishing balance	30%
Assets under capital leases:		
Buildings	Straight-line	Terms of the related leases not exceeding 40 years
Store equipment	Straight-line	Terms of the related leases not exceeding 10 years

Leasehold improvements are amortized on a straight-line basis over the terms of the related leases and the first renewal option period, if any.

Sundry assets

Goodwill, leasehold rights and deferred charges, the latter consisting primarily of debt issue costs and costs relating to retailer assistance programmes are stated at cost less amortization accumulated primarily on a straight-line basis.

The amortization periods are as follows:

- Goodwill: Periods not exceeding 40 years;
Weighted average amortization period is 26 years
- Leasehold rights: Terms of the related leases
- Debt issue costs: Terms of the related debt issue
- Retailer assistance programmes: Terms of the programmes not exceeding 8 years

Sundry assets also include deferred pension assets and tax benefits.

Pension plans

The Company maintains non-contributory pension plans which cover substantially all of its employees. Members have the option of participating in the defined benefit option or the defined contribution option of the pension plans.

Under the defined benefit option, pensions are based on the length of service and the final average earnings for management personnel and the annual salary for other employees. The costs of the retirement plans are determined according to actuarial valuations. The pension expense comprises the total of the following:

- The cost of pension benefits provided in exchange for employees' services rendered during the year.
- Amortization, on a straight-line basis, over the employees' expected average remaining service life, of adjustments arising from changes in the plans or in assumptions, experience gains or losses, and the plans' surpluses determined upon adoption of the 1986 recommendations of the Canadian Institute of Chartered Accountants.

The difference between the employer contributions and the amounts recorded as a pension expense or credit is reflected as deferred pension assets.

Under the defined contribution option, pensions are based on the amount of employer contribution, which is related to the years of service and employee contributions.

Financial year

The Company's financial year ends on the last Saturday of January. Accordingly, the years ended January 25, 1992, January 26, 1991 and January 27, 1990 comprised 52 weeks of operations.

NOTES TO CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

years ended January 25, 1992 and January 26, 1991
All tabular figures are in millions of dollars.

1. Change in accounting policy

In 1991, the Company adopted, on a retroactive basis, the new recommendations of the Canadian Institute of Chartered Accountants on the reporting of discontinued operations and extraordinary items. The main features of the recommendations are the requirement to disclose the results of discontinued operations separately from the results of continuing operations,

and a revised definition of the type of events and transactions that should be reported as extraordinary items. As a result of implementing this new standard, the previously reported extraordinary item of \$62,100,000 in 1990 was included in the results of discontinued operations. The adoption of these recommendations had no impact on the consolidated net income (loss).

2. Depreciation and amortization

	1992	1991	1990
Fixed assets	49.0	42.9	36.8
Goodwill	3.9	1.9	1.9
Leasehold rights	0.8	0.7	0.7
Deferred charges	8.7	6.9	4.1
	<u>62.4</u>	<u>52.4</u>	<u>43.5</u>

3. Interest – net

	1992	1991	1990
Non-convertible long-term debt	66.8	73.1	68.5
Convertible promissory notes	1.2	1.2	1.2
Other	5.4	3.8	5.5
Interest capitalized on fixed assets	(0.1)	(1.6)	(0.6)
Amortization of gain on forward exchange contracts	(3.0)	(2.9)	(2.9)
	<u>70.3</u>	<u>73.6</u>	<u>71.7</u>
Investment and interest income	(8.9)	(11.3)	(5.6)
	<u>61.4</u>	<u>62.3</u>	<u>66.1</u>
Less: Interest allocated to discontinued operations	7.8	20.3	25.8
	<u>53.6</u>	<u>42.0</u>	<u>40.3</u>

4. Income taxes

The Company's consolidated effective income tax rate is as follows:

	1992	1991	1990
Canadian statutory income tax rate	37.3%	37.7%	38.6%
Foreign earnings taxed at other rates	(2.2)	(1.5)	1.5
Reduction due to settlement of income tax assessments	(6.2)	—	—
Non deductible amortization of goodwill	0.7	0.5	1.3
Other	(0.8)	0.5	(1.1)
Effective income tax rate	<u>28.8%</u>	<u>37.2%</u>	<u>40.3%</u>
The provision for income taxes consists of:			
Current	16.9	33.6	25.6
Deferred	6.3	2.3	(4.4)
	<u>23.2</u>	<u>35.9</u>	<u>21.2</u>

5. Discontinued operations

In October of 1989, the Company announced a major restructuring program whereby it would concentrate its efforts in food distribution and accordingly divest itself of its Health and Pharmaceutical segment, namely Medis Health and Pharmaceutical Services Inc. (Medis), and its Specialty Retailing segment, Consumers Distributing Company Limited (Consumers) and Sports Experts Inc. (Sports Experts).

Effective January 27, 1990, Medis was sold for a consideration of approximately \$110,000,000. Furthermore, on February 5, 1990, the Company entered into an agreement to sell the shares of Consumers effective January 27, 1990. The purchaser subsequently announced that it would not complete its agreement to purchase alleging misrepresentation (refer to note 17 – Contingencies).

On November 28, 1990, the Company entered into an agreement with other purchasers to sell the operating assets of Consumers effective March 23, 1991. The terms of the asset purchase agreement stipulated a purchase price of approximately \$195,000,000 consisting of a cash consideration of

\$125,000,000 and an amount of \$70,000,000, represented principally by preferred shares. In addition, the Company assumed Consumers' trade payables valued at approximately \$62,000,000. Assets consisting primarily of tax benefits and deferred income taxes approximating \$44,000,000 were retained by the Company.

In 1991, a loss from discontinued operations was recorded to account for the losses sustained as a result of the non completion of the initial share purchase agreement with respect to Consumers and to provide for losses resulting from the terms of the asset purchase agreement to sell Consumers' operating assets. This loss also included additional provisions for losses resulting from the deferral of the sale of Sports Experts.

In 1992, a loss from discontinued operations of \$8,000,000 was recorded to provide for losses resulting from the further delay in the sale of Sports Experts. This delay results principally from the continued deterioration of the economic environment and the severe recession experienced by the Canadian retail industry during the past year.

Operating highlights of discontinued operations for the years ended January 25, 1992, January 26, 1991 and January 27, 1990 are as follows:

Net sales
Operating income (loss)
Cash flow from operations

Years ended:

January 25, 1992	January 26, 1991	January 27, 1990
253.5	890.5	2,116.6
(4.4)	(3.5)	8.1
21.5	(19.2)	(23.0)

Net assets of discontinued operations included in the balance sheet detail as follows:

Working capital
Other assets

Less: Long-term liabilities
Net assets of discontinued operations

January 25, 1992*	January 26, 1991**
22.1	175.2
32.1	53.0
54.2	228.2
1.8	2.9
52.4	225.3

*Includes net assets of Sports Experts.

**Includes net assets of Sports Experts and Consumers of which a portion has been presented as investments.

6. Investments

	1992	1991
Preferred shares*	70.4	91.0
Long-term receivables, at rates approximating prime, maturing up to 2007	76.8	41.8
Investment in a non-consolidated finance subsidiary, PVO Finance Inc.**	6.3	5.8
Other	5.8	2.9
	<u>159.3</u>	<u>141.5</u>

*Consist principally of 7% cumulative preferred shares redeemable in 1994 and in 1997. These preferred shares result from the sale of Consumers Distributing Company Limited.

**PVO Finance Inc. is a wholly-owned subsidiary of Provigo Inc. which obtains its own financing on the market and in turn provides financial services in respect of leasehold improvements, equipment, goodwill and core inventory, to merchants carrying on business under the Company's banners as well as to other customers. The Company through its subsidiaries has guaranteed these finance receivables.

Summarized financial information of PVO Finance Inc. is as follows:

	1992	1991	1990
Operating results			
Income	3.9	6.4	7.5
Expenses	3.4	5.6	7.0
Net income	<u>0.5</u>	<u>0.8</u>	<u>0.5</u>
Financial position			
Finance receivables	25.4	42.6	
Receivables from affiliated companies	9.9	1.6	
Other assets	0.1	0.3	
Total assets	<u>35.4</u>	<u>44.5</u>	
Notes, 8.1%, maturing up to 1994	28.4	37.7	
Other liabilities	0.7	1.0	
Total liabilities	29.1	38.7	
Shareholder's equity	6.3	5.8	
Total liabilities and shareholder's equity	<u>35.4</u>	<u>44.5</u>	

7. Fixed assets

	1992			1991		
	Cost	Accumulated depreciation	Net book value	Cost	Accumulated depreciation	Net book value
Land	48.5	—	48.5	45.9	—	45.9
Land held for future development	8.3	—	8.3	7.7	—	7.7
Construction in progress	4.5	—	4.5	5.5	—	5.5
Buildings	200.7	36.9	163.8	191.4	32.1	159.3
Equipment	338.4	167.0	171.4	313.1	151.4	161.7
Leasehold improvements	107.0	27.2	79.8	96.1	22.6	73.5
Assets under capital leases	56.8	10.6	46.2	46.3	7.0	39.3
	<u>764.2</u>	<u>241.7</u>	<u>522.5</u>	<u>706.0</u>	<u>213.1</u>	<u>492.9</u>

8. Sundry assets

	1992	1991
Goodwill, net of accumulated amortization	52.9	44.6
Deferred charges, net of accumulated amortization	48.0	37.6
Leasehold rights, net of accumulated amortization	12.4	12.2
Tax benefits*	39.3	—
Deferred pension assets	6.0	6.5
	<u>158.6</u>	<u>100.9</u>

*Consists principally of tax benefits retained by the Company following the sale of Consumers Distributing Company Limited.

9. Unsecured lines of credit

As at January 25, 1992, the Company has agreements with various banking institutions for committed credit facilities totalling \$275 million of which \$7 million are being used.

The Company also has uncommitted bank lines of credit of \$72 million of which \$24 million are being used.

10. Non-convertible long-term debt

Series 1987 debentures, 9.8%, maturing in 1997
Series 1987-A debentures, 10.8%, maturing in 1997
Series 1987-B debentures, 11.0%, maturing in 1992
Series New Zealand debentures, 17.45%, maturing in 1992*
Series E debentures, 13.5%, maturing in 1993
Series F debentures, 11.875%, maturing in 1995
Series 1991 debentures, 11.25%, maturing in 2001
Notes**
Other notes
Mortgages

Less instalments due within one year

1992	1991
50.0	50.0
75.0	75.0
100.0	100.0
56.8	62.5
20.0	20.0
20.0	20.0
100.0	—
93.0	180.1
3.4	4.7
0.9	1.1
519.1	513.4
157.1	4.2
362.0	509.2

* The Company has entered into forward foreign exchange contracts which effectively reduce the financing cost of this borrowing to a competitive level and convert it into a Canadian dollar obligation in a principal amount of \$61,416,000 at maturity.

As at January 25, 1992, all long-term debt is unsecured with the exception of mortgages. Minimum annual instalments on long-term debt due in the next five years are as follows:

** Notes consist of unsecured promissory notes issued at market rates, maturing within one year and supported by committed long-term credit facilities. Accordingly, these borrowings are classified as long-term debt. These notes are excluded from the annual instalments as a result of the Company's intention to renew annually the long-term credit facilities supporting these notes for periods of not less than twenty-four months.

1993	1994	1995	1996	1997
157.1	20.3	0.2	20.1	50.2

11. Obligations and commitments under leases

Minimum lease payments under capital and operating leases of the continuing operations are as follows:

1993	
1994	
1995	
1996	
1997	
1998 and thereafter	
Total minimum lease payments	
Less:	
Imputed interest at the average rate of 13.1%	
Instalments due within one year	
Long-term obligations under capital leases	

The interest charged to income from continuing operations amounts to \$6,527,000 (1991 – \$5,598,000 and 1990 – \$6,229,000) and is included in interest on non-convertible long-term debt. Operating leases expense charged to income from continuing operations during the year amounted to \$37,537,000

Capital leases	Operating leases	
	Gross	Net of sub-leases
9.1	95.7	38.7
8.7	92.5	42.6
8.5	88.6	46.8
7.8	83.8	51.6
6.9	79.6	55.6
142.1	780.6	640.6
183.1	1,220.8	875.9
129.6		
2.2		
51.3		

(1991 - \$36,050,000 and 1990 - \$33,724,000), net of sub-leases revenue.

Total minimum lease payments, net of sub-leases revenue, of \$42,432,000 in relation to the discontinued operations of Sports Experts Inc., is not included in the above.

12. Convertible promissory notes

The convertible promissory notes are presented under the heading of convertible promissory notes and shareholders' equity on the consolidated balance sheet to reflect their permanent nature. This presentation is supported by the low interest

rate and by expressed indication of the holder of these notes to exercise its option and convert these notes into common shares. Particulars of these convertible promissory notes are as follows:

	1992	1991
Promissory notes, 6.31%, convertible into common shares, maturing in June 1994	20.0	20.0

13. Capital stock

Authorized:

1,000,000 first preferred shares having a par value of \$25 each and issuable in series.

Unlimited number of preferred shares without par value and issuable in series.

Unlimited number of common shares without par value.

Issued and outstanding:

— preferred shares (1991 — 157,935)

86,441,579 common shares (1991 — 86,024,441)

	1992	1991
	—	0.1
	116.3	112.5
	116.3	112.6

During the year, 1,397 preferred shares were issued for a cash consideration of \$1,146. Also, 22,515 preferred shares were redeemed for a cash consideration of \$17,000 and 136,817 preferred shares were converted into 70,801 common shares for a consideration of \$820,387.

Also, 118,471 common shares were issued under employee stock purchase plans for a cash consideration of \$1,243,000 and 227,866 common shares were issued under stock option plans for the senior executives of the Company, for a cash consideration of \$1,828,000.

As at January 25, 1992, common shares were reserved for the following:

	Common shares reserved
Employee stock purchase plans	416,425
Stock option plans for the senior executives of the Company	2,312,754
Conversion right attached to the convertible promissory notes	4,480,000

Of the 2,312,754 common shares reserved under the stock option plans for the senior executives of the Company, 2,113,385 shares represent options that have been granted which can be exercised at prices varying from \$8.1875 to \$11.50 per share after certain vesting periods expiring up to the year 2001.

The conversion right attached to the convertible promissory notes is exercisable at a price of \$4.93 per share until June 28, 1994 and \$4.48 per share upon maturity on June 29, 1994.

14. Items not affecting working capital

Depreciation and amortization
Write down of investments
Deferred income taxes
Variation of foreign currency adjustments
Other

	1992	1991	1990
Depreciation and amortization	62.4	52.4	43.5
Write down of investments	7.4	7.4	2.3
Deferred income taxes	6.3	2.3	(4.4)
Variation of foreign currency adjustments	0.2	(2.5)	1.7
Other	—	(2.1)	(0.2)
	76.3	57.5	42.9

15. Changes in non-cash working capital items related to continuing operations

Receivables
Inventories
Payables and accrued liabilities
Other

	1992	1991	1990
Receivables	34.0	(54.5)	(19.4)
Inventories	(20.3)	5.9	(18.8)
Payables and accrued liabilities	(25.9)	53.0	53.6
Other	(0.5)	16.9	(7.1)
	(12.7)	21.3	8.3

16. Pension plans

Funds are contributed to the plans as necessary to provide for current service costs. To the extent that actuarial liabilities are fully covered by pension plan assets, Company contributions may be reduced or not required in any particular year. Actuarial reports are prepared annually by independent actuaries for accounting purposes.

Pension expense (credit)

Service cost for the year
Interest cost on projected benefit obligations
Return on assets
Amortization of actuarial surplus
Pension expense (credit) for the year

Plans' funded status

Plans' assets at market related value
Actuarial projected benefit obligations

Plans' assets in excess of projected benefit obligations

Unamortized actuarial gains*

Unamortized portion of actuarial surplus as at
January 26, 1986*

Deferred pension assets

The following table sets forth the pension expense (credit) relating to pension plans having a defined benefit option for the years 1992, 1991 and 1990 and the deferred pension assets as of January 25, 1992, January 26, 1991 and January 27, 1990.

	1992	1991	1990
Pension expense (credit)			
Service cost for the year	5.1	4.6	3.1
Interest cost on projected benefit obligations	6.2	5.6	5.2
Return on assets	(7.6)	(7.4)	(7.3)
Amortization of actuarial surplus	(1.8)	(2.0)	(2.1)
Pension expense (credit) for the year	1.9	0.8	(1.1)
Plans' funded status			
Plans' assets at market related value	88.9	85.5	83.9
Actuarial projected benefit obligations	73.8	66.5	59.5
Plans' assets in excess of projected benefit obligations	15.1	19.0	24.4
Unamortized actuarial gains*	(3.2)	(5.5)	(9.0)
Unamortized portion of actuarial surplus as at January 26, 1986*	(5.9)	(7.0)	(8.2)
Deferred pension assets	6.0	6.5	7.2

*Being amortized over the expected average remaining service life of the employee groups covered by the plans, generally 12 years.

17. Contingencies

Pursuant to a share purchase agreement entered into as of January 27, 1990, the sale of the shares of Consumers Distributing Company Limited (Consumers) was to be concluded at the end of April 1990. On April 27, 1990, the purchaser announced that it would not complete the agreement to purchase, alleging misrepresentation with respect to the financial statements of Consumers, and brought an action for damages against the Company. The Company has defended the action brought by the purchaser and has instituted its own claim seeking damages for non fulfillment of the agreement. The Company believes that it has a good defence to the action and is pursuing its defence as well as enforcing its own claim. The outcome of these proceedings cannot be determined at this time. Any payment or proceeds arising from this contingency will be treated as a prior period adjustment.

On January 25, 1991, a group of 55 operators affiliated with Provigo Distribution Inc., a subsidiary of the Company, instituted a legal action before the Superior Court of Quebec claiming an aggregate amount of approximately \$224,000,000 in damages. This legal action is based mainly upon allegations that the operation of certain corporate stores of Provigo Distribution Inc. constitutes unfair competition. Since the date of institution of the action, 23 plaintiffs have discontinued their respective claims reducing the aggregate amount of the claims to approx-

imately \$141,000,000. The management of the Company believes it has a good defence to this action and it is vigorously contesting it. The outcome of this action cannot be determined at this time, however, management is of the opinion that it will not have a material impact on the financial position of the Company. In the event that a loss is incurred, it would be accounted for as a prior period adjustment.

In the course of the sales of the assets of discontinued operations, long-term leases expiring at varying dates up to 2011 were assigned to the purchasers. The Company, through a subsidiary, has remained on covenant under these leases at the time of their assignment. It is not possible at this time to assess the outcome of this contingent liability, however, it is not expected to affect materially the financial position of the Company. Should the Company be called upon to perform under this covenant, any payment will be charged to earnings in the year in which it occurs.

In addition to the above, the Company and its subsidiaries are parties to claims and suits brought against them in the ordinary course of business. In the opinion of management, all such claims and suits are adequately covered by insurance, or if not so covered, the results are not expected to materially affect the Company's financial position.

18. Subsequent event

On February 14, 1992, the Board of Directors approved, subject to regulatory and shareholder approvals, the issue and delivery of 3,400,000 Receipts for a total consideration of \$85,000,000. The Receipts were in fact issued and delivered on or about February 25, 1992 and each Receipt entitles the holder thereof to receive, without additional payment to the Company, one fully paid First Preferred Share Series 1 and one warrant for the purchase of one common share of the Company. These preferred shares are redeemable at the option of the Company or the holders on or after April 10, 1997. Each warrant will entitle

its holder to purchase one common share at a price of \$9.50 per share at any time after July 9, 1992, up to and including April 10, 1995, after which the warrant will have no value. Should all the approvals required be obtained, the Company will receive estimated proceeds of \$82,000,000 which will be used to reduce its indebtedness.

Pro-forma fully diluted earnings per common share on earnings from continuing operations and net income are \$0.63 and \$0.55 respectively.

19. Segmented information

The Company operates in one industry segment being the distribution and retail sale of food and related products, for which the geographic segments are as follows:

Net sales*	1992	1991	1990
Canada	5,858.7	5,713.1	5,344.8
United States	840.3	812.6	794.2
	<u>6,699.0</u>	<u>6,525.7</u>	<u>6,139.0</u>
Operating income (loss)**			
Canada	194.8	186.1	168.0
United States	1.2	4.1	(6.0)
	<u>196.0</u>	<u>190.2</u>	<u>162.0</u>
Identifiable assets			
Canada	1,082.4	1,021.4	921.5
United States	232.4	200.9	174.8
Corporate	142.4	111.4	44.7
	<u>1,457.2</u>	<u>1,333.7</u>	<u>1,141.0</u>
Capital expenditures			
Canada	87.0	96.3	106.5
United States	13.2	37.1	23.3
	<u>100.2</u>	<u>133.4</u>	<u>129.8</u>

*There are no sales between geographical segments.

**Segment operating income includes an allocation of the corporate expenses.

Quarterly Results (unaudited)

	First Quarter (12 weeks)	Second Quarter (16 weeks)	Third Quarter (12 weeks)	Fourth Quarter (12 weeks)	Full Year
1992					
Net sales	1,503.8	2,121.9	1,551.4	1,521.9	6,699.0
Operating income	44.9	67.3	43.0	40.8	196.0
Income from continuing operations	12.7	21.0	9.4	14.2	57.3
Net income	12.7	21.0	9.4	6.2	49.3
Operating income (% of net sales)	3.0%	3.2%	2.8%	2.7%	2.9%
Income from continuing operations (% of net sales)	0.8%	1.0%	0.6%	0.9%	0.9%
1991					
Net sales	1,410.8	2,017.6	1,546.1	1,551.2	6,525.7
Operating income	37.4	59.2	48.6	45.0	190.2
Income from continuing operations	10.6	18.4	16.6	15.1	60.7
Net income (loss)	10.6	18.4	(43.4)	15.1	0.7
Operating income (% of net sales)	2.7%	2.9%	3.1%	2.9%	2.9%
Income from continuing operations (% of net sales)	0.8%	0.9%	1.1%	1.0%	0.9%
1990					
Net sales	1,326.1	1,905.6	1,458.8	1,448.5	6,139.0
Operating income	34.6	52.0	34.4	41.0	162.0
Rationalization costs	—	2.9	18.2	11.0	32.1
Income (loss) from continuing operations	10.3	15.4	(2.3)	7.8	31.2
Net income (loss)	6.3	0.2	(65.7)	7.8	(51.4)
Operating income (% of net sales)	2.6%	2.7%	2.4%	2.8%	2.6%
Income (loss) from continuing operations (% of net sales)	0.8%	0.8%	(0.2%)	0.5%	0.5%

Income statement data (Millions of dollars)

	1992	1991	1990	1989	1988
Net sales	6,699.0	6,525.7	6,139.0	5,348.0	4,800.6
Operating income	196.0	190.2	162.0	157.4	145.6
Depreciation and amortization	62.4	52.4	43.5	32.9	27.0
Interest-net	53.6	42.0	40.3	27.5	16.7
Income taxes	23.2	35.9	21.2	43.5	48.1
Income from continuing operations	57.3	60.7	31.2	63.8	57.3
Net income (loss)	49.3	0.7	(51.4)	51.5	67.2

Changes in financial position (Millions of dollars)

Cash from operating activities	120.9	139.5	82.4	75.3	74.8
Capital expenditures	100.2	133.4	129.8	96.9	86.3
Dividends	21.5	20.6	20.6	19.6	17.1

Financial position (Millions of dollars)

Current assets ⁽¹⁾	616.8	598.4	568.4	517.6	440.9
Current liabilities ⁽¹⁾	709.9	586.0	524.0	481.7	412.0
Working capital ⁽¹⁾	(93.1)	12.4	44.4	35.9	28.9
Fixed assets	522.5	492.9	423.0	351.0	265.3
Total assets ⁽²⁾	1,457.2	1,333.7	1,141.0	986.3	786.4
Total non-convertible debt	596.3	600.5	582.0	446.2	405.0
Shareholders' equity and convertible promissory notes	360.4	328.7	353.4	417.2	383.8

Financial statistics

Return on average equity ⁽³⁾	19.5%	27.5%	14.0%	31.5%	30.7%
Total non-convertible debt: Equity ⁽⁴⁾	62:38	65:35	62:38	52:48	51:49
Current ratio (times) ⁽¹⁾	0.87	1.02	1.08	1.07	1.07
Interest coverage (times)	2.5	3.3	2.3	4.9	7.3
Fixed-rate debt % total non-convertible debt	80%	63%	65%	85%	95%

Per common share (Dollars)

Income from continuing operations	0.66	0.71	0.36	0.75	0.68
Net income (loss)	0.57	0.01	(0.60)	0.61	0.80
Cash from operating activities	1.40	1.62	0.96	0.89	0.89
Dividends	0.249	0.240	0.241	0.231	0.203
Shareholders' equity	3.94	3.59	3.87	4.66	4.29
Market price (Montreal Exchange)					
high	13.00	10.50	11.25	12.25	13.50
low	8.13	8.25	8.63	8.25	7.00

Shareholder statistics

Common shares outstanding at end of year (thousands)	86,442	86,024	86,154	85,109	84,564
Weighted average number of common shares outstanding during the year (thousands)	86,280	85,854	85,421	84,822	84,391
Average number of shares traded weekly ⁽⁵⁾	222,497	329,690	316,112	477,852	370,215
Shareholders of record at end of year	4,714	5,265	6,105	6,958	7,884

(1) Excluding net assets and proceeds of discontinued operations less commercial paper shown as bank loans and acceptances.

(2) Excluding net assets and proceeds of discontinued operations.

(3) Based on income from continuing operations and on a uniform ratio of consolidated debt to equity for all operations.

(4) Equity includes convertible promissory notes and shareholders' equity.

(5) Montreal Exchange and Toronto Stock Exchange.

DIRECTORS

H. Jonathan Birks⁽³⁾
Montréal
President
Henry Birks & Sons Ltd.

Yvan Bussi  res⁽¹⁾
Montréal
President
Provigo Inc.

Jean Campeau⁽⁴⁾⁽⁵⁾
Montréal
Chairman
Domtar inc.

Robert Després⁽²⁾
Québec
President
Placements DMR inc.

Richard Drouin⁽²⁾
Montréal
Chairman and
Chief Executive Officer
Hydro-Québec

Jeannine Guillevin Wood⁽⁵⁾
Montréal
Chairman, President and
Chief Executive Officer
Guillevin International inc.

Jean-Louis Lamontagne⁽¹⁾
Québec
Corporate Director

Bertin F. Nadeau⁽¹⁾⁽³⁾
Montréal
Chairman
Provigo Inc.
Chairman, President and
Chief Executive Officer
Unigesco inc.

Carmand Normand⁽²⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾
Montréal
President and General Manager
Corporation financière
du St-Laurent

René Provost⁽²⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾⁽⁶⁾
Montréal
Corporate Director

Gerald A. Regan, P.C., Q.C.⁽⁴⁾
Ottawa
President
Hawthorne Development Services

Guy St-Germain⁽¹⁾⁽³⁾
Montréal
President
Placements Laugerma inc.

David F. Sobey⁽¹⁾
New Glasgow, N.S.
Chairman
Sobeys Inc.

Donald R. Sobey⁽³⁾
Stellarton, N.S.
Chairman
Empire Company Limited

William I.M. Turner Jr, C.M.⁽¹⁾
Montréal
President and
Chief Executive Officer
Exsultate Inc.

- (1) Executive Committee
(2) Audit Committee
(3) Human Resources Committee
(4) Ethics Committee
(5) Donations Committee
(6) Pension Fund
Investment Committee

OFFICERS

Bertin F. Nadeau⁽¹⁾⁽³⁾
Chairman

Yvan Bussi  res⁽¹⁾
President

Jean-Claude Merizzi⁽⁴⁾
Executive Vice-President

Germain P. Lecours⁽⁶⁾
Executive Vice-President
and Chief Financial Officer

Yvon Marcoux⁽⁴⁾⁽⁵⁾⁽⁶⁾
Senior Vice-President, Administration

François Campeau
Vice-President, Controller

Claude E. Leduc
Secretary and Legal Counsel

SENIOR MANAGEMENT OF OPERATING COMPANIES

Provigo Distribution Inc.
800 René-Lévesque Blvd. West
Suite 600
Montréal, Québec H3B 4S7
Tel.: (514) 878-8612
Fax: (514) 878-8590

Claude Perrault
President and Chief Operating Officer

Jacques Mercier
Executive Vice-President

Gérard Dubé
Executive Vice-President and
General Manager, Distribution Group

Jean-Claude Desrochers
Senior Vice-President,
Merchandizing, Procurement and Distribution

Alain Beaulieu
Vice-President, Human Resources

Paul Biron
Vice-President, Technology
and Information System

Roland Boudreau
Vice-President, Operations
Provigo Supermarkets – Western Region

Pierre N. Gagné
Vice-President, Procurement

Robert Ganache
Vice-President, Operations
Provigo Supermarkets – Eastern Region

Robert Lamontagne
Vice-President, Finance and Administration

Jacques Langlois
Vice-President, Distribution Centres

Gérard A. Ponton
Vice-President, Real Estate and Engineering

Jacques Thibault
Vice-President, Operations
Maxi and Héritage

LOEB Inc.
1430 Blair Place
P.O. Box 8387
Ottawa, Ontario K1G 3K8
Tel.: (613) 747-5632
Fax: (613) 747-6986

William Kipp
President and Chief Executive Officer

David Guilfoyle
Senior Vice-President, Marketing Services

Richard Laniel
Senior Vice-President, Administration

Norman Lesh
Senior Vice-President, Community Affairs

Eddie Li
Senior Vice-President, LOEB Products

Claude Rivest
Senior Vice-President, Distribution

Reg Scully
Senior Vice-President, Development

Alfred Teixeira
Senior Vice-President, Retail

Lucien Brisbois
Vice-President, Procurement

Philip Gibbs
Vice-President, Controller

Basil Somers
Vice-President, Retail Operations

Jean-Charles L  veill  
Vice-President, General Manager
Amos Division

Sean McGrath
Vice-President, General Manager
Sudbury Division

David Preddy
Vice-President, General Manager
Ottawa Division

Andrew Rattner
Vice-President, General Manager
London Division

Ronald Rewakoski
Vice-President, General Manager
Wholesale Foods Division

Horne & Pitfield Foods Limited
P.O. Box 10
Edmonton (Alberta) T5J 2G9
Tel.: (403) 486-4800
Fax: (403) 486-5001

Wayne A. Wagner
President and Chief Operating Officer

David W. Mellor
Vice-President, Finance

Melvin G. Lindgren
Vice-President, Real Estate and Development

John M. Stanton
Vice-President, Retail

John M. Freeman
Vice-President, Procurement

Tom G. Van der Weide
Vice-President, Merchandising

M. Carl Cooke
Vice-President, Distribution

C Corp. Inc.
3100 Côte Vertu
Ville Saint-Laurent, Québec
H4R 2J8
Tel.: (514) 333-5110
Fax: (514) 333-8175

Jean-Claude Merizzi
President and Chief Executive Officer

Jean Y. Bernier
Executive Vice-President

James A. Robertson
Vice-President, Central and Western Divisions

Provigo Corp.
P.O. Box 4910
33 San Pablo Avenue
San Rafael, California 94903-4910
Tel.: (415) 472-5860
Fax: (415) 491-1266

Claude A. Savard
President and Chief Operating Officer

Louis L. Gloyne
Vice-President, Petri's

William McEntush
Vice-President, Market Wholesale

**Provigo International
Finance BV**
Avenue de la Gare, 6
CH-1700 Fribourg, Switzerland
Tel.: 37 23 1521
Fax: 37 23 1522

Jean Jutras
General Manager

Sports Experts Inc.*
4141 Autoroute 440
Laval, Québec H7P 4W6
Tel.: (514) 687-5200
Fax: (514) 687-1079

Jean-Claude Merizzi
Chairman and Chief Executive Officer

Tony Mignacca
Vice-President and Chief Operating Officer

* Accounted as discontinued operations

OUR NETWORK

as of January 25, 1992

Operating companies	Market	Employees		Distribution operations		Retail banners	
		Full time	Part time	Distribution centres	Cash & Carry	Banners	Stores
Provigo Distribution Inc.	Food retailing and distribution (Québec)	4,690	4,354	16	30	Provigo Maxi Héritage Axep Jovi Intermarché Proprio	207 10 27 270 216 22 542
LOEB Inc.	Food supermarkets and Cash & Carry (Ontario, western and northwestern Québec)	1,366	366	8	22	LOEB IGA IGA LOEB M/M Orange Store	67 38 15 15 1
Horne & Pitfield Foods Limited	Food supermarkets and Cash & Carry (Alberta, Saskatchewan, northern and central British Columbia)	710	289	8	6	IGA Garden Market IGA Triple S Reddi Mart Mayfair	85 15 71 70 18
C Corp. Inc.	Convenience stores and gasoline retailing (Québec, Ontario and Alberta)	199	113			Provi-Soir Winks (Ontario) Top Valu Pinto Winks (Alberta) Red Rooster	251 29 37 3 23 49
Provigo Corp.	Food wholesaling and retailing (Northern California)	1,489	1,217	4		Petrini's New Deal Cost Less Better Buy	18 13 7 1
Sports Experts Inc.	Sporting and leisure goods (Canada)	1,625	1,235	1		Sports Experts Collegiate Podium Intersport Mega	130 30 28 9 2

SHAREHOLDER AND INVESTOR INFORMATION

The common shares of the Company are listed on the Montreal Exchange and Toronto Stock Exchange.
Stock Symbol: PGI.

Transfer Agent and Registrar
Montréal Trust
Montréal, Toronto

Dividend Payment Date
Provigo's quarterly dividends are normally paid in January, April, July and October.

Annual Meeting

The Annual General Meeting of the Shareholders will be held in the Outremont Room of the Bonaventure Hilton Hotel, 1 Place Bonaventure, Montréal, Québec on Friday, May 22, 1992 at 2 p.m.

Investor Relations

Shareholders, institutional investors, brokers, analysts and others seeking financial data about the Company are invited to contact Head Office.

On peut obtenir un exemplaire en français de ce rapport annuel auprès de
Provigo inc.
1250, boul. René-Lévesque Ouest
Montréal (Québec)
H3B 4X1

This Annual Report is printed on paper containing 50% of recycled fibre.

Provigo Inc.
1250 René-Lévesque Blvd. West
41st Floor
Montréal, Québec H3B 4X1
Telephone: (514) 938-1250
Fax: (514) 938-8054



PROVIGO

Table des matières

1	Faits saillants
2	Message du président du conseil
6	Message du président
11	Revue de l'exploitation
19	Responsabilité sociale
21	Analyse par la direction
27	Responsabilité de la direction
27	Rapport des vérificateurs
28	États financiers consolidés
39	Rétrospective financière
40	Administrateurs et dirigeants
40	Haute direction des compagnies d'exploitation
41	Réseau
41	Renseignements aux actionnaires et aux investisseurs

PROFIL DE L'ENTREPRISE

Provigo inc., une compagnie canadienne, est un chef de file de la commercialisation et de la distribution de produits alimentaires au Canada et dans le nord de la Californie. De concert avec ses marchands, ses fournisseurs et ses employés, elle est engagée à répondre aux besoins variés des consommateurs grâce à un vaste réseau proposant de multiples approches de la vente au détail. Elle a pour objectif de se maintenir parmi les entreprises les plus performantes de son secteur en Amérique du Nord.

Provigo est structurée en cinq compagnies d'exploitation : Provigo Distribution inc. au Québec; LOEB inc. en Ontario et dans l'ouest et le nord-ouest du Québec; Horne & Pitfield Foods Limited dans l'ouest canadien; C Corp. inc., un réseau de dépanneurs au Québec, en Ontario et en Alberta, et Provigo Corp., dans le nord de la Californie.

Provigo emploie 14 800 personnes directement, et 35 000 personnes, indirectement, comprenant ses marchands affiliés et franchisés ainsi que leurs employés.

Provigo a réussi à conserver une solide performance financière dans le secteur fortement concurrentiel de l'alimentation grâce à ses caractéristiques et à ses forces uniques: le leadership, l'entrepreneurship, une conjugaison de détermination et de flexibilité ainsi que l'apport d'employés compétents et loyaux à travers son réseau.

Pour traduire ces attributs de la Compagnie dans le rapport annuel, l'artiste Nelu Wolfensohn a puisé son inspiration dans un royaume animal allégorique.

Résultats d'exploitation (en millions de dollars)

	1992	1991	Changement
Ventes nettes	6 699,0	6 525,7	3%
Bénéfice des activités poursuivies	57,3	60,7	(6%)
Perte des activités abandonnées	(8,0)	(60,0)	—
Bénéfice net	49,3	0,7	—

Situation financière (en millions de dollars)

Fonds de roulement ⁽¹⁾	(93,1)	12,4	—
Actif total ⁽²⁾	1 457,2	1 333,7	9%
Dette totale non convertible	596,3	600,5	(1%)
Avoir des actionnaires et billets à ordre convertibles	360,4	328,7	10%

Évolution de la situation financière (en millions de dollars)

Liquidités provenant de l'exploitation	120,9	139,5	(13%)
Dépenses en immobilisations	100,2	133,4	(25%)

Par action ordinaire

Bénéfice des activités poursuivies	0,66\$	0,71\$	(7%)
Bénéfice net	0,57	0,01	—
Liquidités provenant de l'exploitation	1,40	1,62	(14%)
Dividendes	0,249	0,240	4%
Avoir des actionnaires	3,94	3,59	10%

Statistiques financières

Rendement de l'avoir moyen des actionnaires ⁽³⁾	19,5%	27,5%	
Couverture de l'intérêt (fois)	2,5	3,3	
Dette totale non convertible: Avoir ⁽⁴⁾	62:38	65:35	

(1) Excluant l'actif net et les produits à recevoir des activités abandonnées moins le papier commercial compris dans les emprunts et acceptations bancaires.

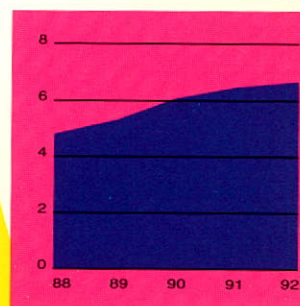
(2) Excluant l'actif net et les produits à recevoir des activités abandonnées.

(3) Calculé à partir du bénéfice des activités poursuivies et en fonction d'un ratio uniforme de la dette consolidée à l'avoir pour toutes les activités.

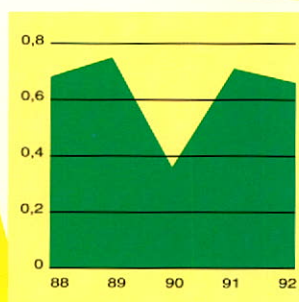
(4) L'avoir inclut les billets à ordre convertibles et l'avoir des actionnaires.

Ventes nettes

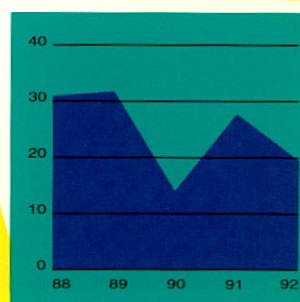
(en milliards de dollars)
(Taux de croissance annuel moyen : 8,7 %)



Bénéfice par action
des activités poursuivies
(en dollars)



Rendement de l'avoir moyen
des actionnaires
des activités poursuivies (%)





l'exercice terminé le 25 janvier 1992 a vu Provigo affermir sa place de leader canadien de la distribution et de la mise en marché de produits alimentaires. Au cours de ces 12 mois, nous avons maintenu notre effort de rajeunissement et d'expansion de nos réseaux; nous avons continué d'innover dans nos formules de mise en marché.

Aussi nos parts de marché ont-elles poursuivi leur croissance. Tant au Québec qu'en Ontario et en Alberta, notre position concurrentielle de la fin de l'exercice était de nouveau en progrès, eu égard à notre position un an plus tôt.

Nos opérations canadiennes se sont soldées par une augmentation des ventes et du bénéfice d'exploitation. Cette performance est d'autant plus notable que l'année a été éprouvante pour l'économie canadienne, dans notre secteur d'activité comme dans les autres.

Des assises fortes

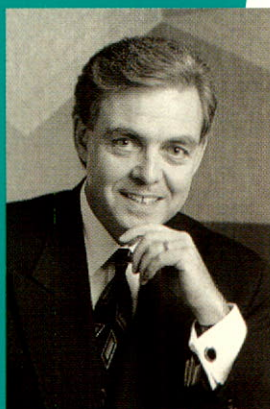
Difficile et exigeant, l'environnement économique canadien des derniers mois a néanmoins permis de confirmer la qualité de notre base d'exploitation : en particulier le savoir-faire de nos personnels, l'adéquation de nos formules commerciales et la vigueur de nos réseaux. Les secteurs d'exploitation relevant de nos compétences distinctives dans nos marchés naturels sont en excellente santé. Non seulement leur performance d'aujourd'hui est excellente en regard du contexte économique, mais ils sont bien outillés pour relever les défis de la concurrence de demain.

Autour de ce noyau solide, certains éléments d'actif offrent des défis particuliers :

- Provigo Corp., en Californie, n'a pas encore atteint le niveau de rendement que nous sommes en droit d'en attendre; en début d'exercice, nous avons toutefois confirmé notre intention d'en appuyer le développement et d'y effectuer les investissements requis à cette fin.
- Sports Experts présente une situation particulière, puisque cet élément d'actif est toujours à vendre. En effet, dans la conjoncture qui a prévalu au cours de l'exercice, aucune offre n'a été jugée suffisamment intéressante pour déboucher sur une transaction. Malgré des résultats insatisfaisants, entièrement attribuables à la conjoncture, Sports Experts demeure le leader de son marché au Canada. Sa performance de l'exercice se compare avantageusement à celle de ses concurrents.
- Certains placements et éléments d'actif, tels les actions privilégiées résultant de la vente de Consumers Distributing Company Limited et des avantages fiscaux, seront réalisés ou produiront graduellement des profits au cours des prochaines années.

Dans ce contexte, afin de solidifier encore davantage notre base d'exploitation, nous avons poursuivi le programme de recentrage de nos activités, entrepris il y a deux ans.

En avril 1991, nous avons complété la vente, à un consortium canado-belge, des éléments d'actif d'exploitation de Consumers Distributing Company Limited. Au cours du



trimestre suivant, Provigo a vendu à McKesson Corp. de San Francisco sa participation résiduelle au capital-actions de Medis Services Pharmaceutiques et de Santé Inc., complétant ainsi la transaction conclue au cours de l'exercice précédent. En fin d'exercice, nous avons vendu Tidewater Wholesale Grocery, la division de Provigo Corp. spécialisée en distribution alimentaire aux bases militaires et située en Virginie, aux États-Unis.

Par ailleurs, l'exercice a aussi permis d'affermir la solidité financière de Provigo. Grâce à une émission de débentures effectuée en début d'exercice, et à une émission d'actions privilégiées et de bons de souscription à des actions ordinaires, effectuée peu après la fin de l'exercice, la Compagnie a pu ajouter quelque 185 millions \$ à son capital à long terme.

Bâtir sur nos forces

Dans l'industrie de la distribution et de la mise en marché de produits alimentaires, les facteurs suivants comptent parmi les principaux déterminants du succès des entreprises :

- Un réseau de points de vente dont les emplacements offrent le maximum de commodité au consommateur.
- Des formats de magasins, des formules commerciales et des combinaisons de produits et services qui répondent aux besoins et épousent les attentes des consommateurs.
- La prestation des meilleurs prix pour une qualité donnée de produits et de services. Il découle de cette condition que, quel que soit le segment de marché, l'objectif de minimisation des coûts demeure primordial.
- Une exécution sans faille : car là réside l'épreuve ultime de toute orientation, de toute planification. Une telle qualité d'exécution réclame, à tous les niveaux, un personnel compétent, dévoué et motivé.

C'est par la recherche incessante de ces caractéristiques que s'expliquent les succès passés de Provigo. Par ses investissements, celle-ci a toujours appuyé les efforts de ses unités d'exploitation visant à mettre au point des formules commerciales novatrices, mises de l'avant dans des réseaux de magasins modernes et bien situés.

Si les conditions de succès sont les mêmes dans tous nos marchés, elles s'incarnent parfois de façon particulière, en fonction d'une réalité très locale.

Accentuer la décentralisation

C'est pourquoi l'appui de Provigo à ses unités d'exploitation a toujours été le plus efficace lorsqu'il a laissé aux gestionnaires une latitude suffisante non seulement pour emprunter une approche novatrice, mais surtout pour mouler leur effort novateur sur les caractéristiques précises de leur propre marché. C'est dans cet esprit que Provigo confie ses unités d'exploitation à des gestionnaires de fort calibre, pour ensuite pratiquer une gestion très décentralisée. Sous la gouverne de gestionnaires responsables, les unités d'exploitation sont à l'écoute de leurs clientèles respectives et suffisamment flexibles pour s'adapter à leurs attentes.

Depuis toujours caractéristique de Provigo, cette philosophie a été accentuée depuis deux ans. Elle le sera davantage encore à l'avenir : plus encore que par le passé, l'effectif de la société mère concentrera son attention sur les grandes orientations de l'entreprise, sur sa structure et sa politique financières, ainsi que sur ses investissements et désinvestissements importants, pour laisser véritablement l'exploitation aux gestionnaires des filiales.

Une nouvelle identité

Pour une vaste portion de nos publics, cette philosophie de décentralisation n'est pas bien comprise, non plus que la distinction qui en découle entre Provigo et ses sociétés d'exploitation. Cette confusion de rôles et d'identités est particulièrement prononcée au Québec, où le nom de Provigo est associé à notre plus importante société d'exploitation, Provigo Distribution inc., ainsi qu'à la plus importante chaîne de supermarchés au Québec, les Supermarchés Provigo.

C'est dans le but d'éliminer cette confusion, tant au niveau des identités que des rôles, que nous proposons cette année à nos actionnaires de donner à leur Compagnie le nom d'Univa. Si ce changement est accepté par l'Assemblée des actionnaires, le nom de Provigo appartiendra désormais en propre à la filiale constituant la compagnie d'exploitation du Québec. Ainsi Provigo deviendra dans la réalité ce qu'elle est déjà dans l'esprit d'une majorité de consommateurs : le plus important distributeur alimentaire au Québec.

Quant à Univa, elle sera responsable du financement, du choix des principaux dirigeants, des grandes orientations, des investissements et désinvestissements majeurs de ses filiales : Provigo Distribution au Québec, LOEB en Ontario et dans l'ouest du Québec, Horne & Pitfield Foods en Alberta, Provigo Corp. en Californie, C Corp. dans le secteur de l'accommodation et Sports Experts dans la distribution d'articles de sport.

Ressources humaines et remerciements

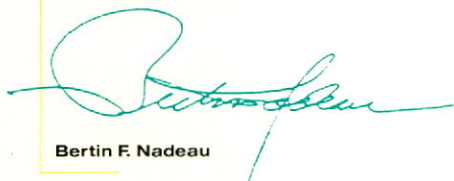
Monsieur Jean-Louis Lamontagne, ayant atteint l'âge obligatoire de la retraite pour un administrateur, ne renouvelle pas sa candidature au conseil. Monsieur Lamontagne oeuvre dans la distribution alimentaire depuis 1951. Entrepreneur, il a su donner une impulsion à son entreprise qui afficha une forte croissance pendant près de 20 ans, avant de participer à la création de Provigo en 1969. Il a donc siégé au conseil de Provigo dès la fondation de l'entreprise. La Compagnie a bénéficié de son esprit entrepreneurial, de son expérience et de ses avis pendant de longues années et je veux lui faire savoir la reconnaissance de tous ses collègues du conseil, ainsi que de l'ensemble des actionnaires.

Vécu dans une relative continuité, l'exercice n'en a pas moins été exigeant pour tous les membres de l'équipe Provigo : les 14 800 employés de Provigo et de ses sociétés d'exploitation, les 2 000 marchands-partenaires et leurs 35 000 employés, ainsi que tous nos actionnaires.

À ces derniers, je veux témoigner de l'appréciation de tous les membres de la direction pour leur appui dans un contexte économique difficile.

Je veux enfin souligner la compétence et le dévouement de tous les artisans qui oeuvrent au sein de Provigo, de ses sociétés d'exploitation et de leurs réseaux. Qu'ils soient des employés ou des entrepreneurs associés, ce sont eux qui sont responsables, au premier chef, du succès de la Compagnie.

Le président du conseil,



Bertin F. Nadeau



l'exercice terminé le 25 janvier 1992 a été marqué par la faiblesse persistante de l'économie. Après un premier semestre prometteur qui a vu nos ventes augmenter de 6 %, l'impact cumulatif de la récession, de la montée du chômage, du manque de confiance des consommateurs et de la concurrence accrue a eu une incidence négative sur les résultats du deuxième semestre.

Les ventes nettes sont passées de 6,5 milliards \$ en 1991 à 6,7 milliards \$ en 1992. Si l'on tient compte de la différence dans le traitement comptable de la taxe sur les produits et services (TPS) présentement en vigueur et de l'ancienne taxe de vente fédérale, la croissance des ventes s'est établie à environ 5 %. Compte tenu des circonstances, nous sommes heureux de cette performance.

Le bénéfice des activités poursuivies s'est chiffré à 57,3 millions \$, comparativement à 60,7 millions \$ lors de l'exercice précédent. Cette performance est satisfaisante par rapport à l'ensemble du secteur mais elle ne répond pas à nos attentes.

Le bénéfice net a été de 49,3 millions \$ ou 0,57 \$ par action, comparativement à un bénéfice net de 0,7 million \$ à l'exercice 1991. Les résultats de l'exercice 1991 tenaient compte d'une perte de 60,0 millions \$ provenant des activités abandonnées et reliée à la vente d'éléments d'actif non alimentaires.

Une part de marché accrue

Au Canada, nos compagnies d'exploitation ont répondu avec diligence aux conditions actuelles du marché. Nous avons accru nos parts de marché dans la plupart des cas et nous avons réussi à accroître l'achalandage de nos magasins.

Aux États-Unis, où nos activités sont concentrées dans le nord de la Californie, Provigo Corp. a réagi avec dynamisme et a raffermi sa position dans un marché hautement concurrentiel. Provigo Corp. a enregistré un bénéfice d'exploitation minime et les magasins de la bannière Petrini's s'en sont bien tirés. En mai 1991, Provigo Corp. s'est portée acquéreur de New Deal Market Inc., une chaîne de 13 supermarchés appartenant à un client grossiste de longue date.

Magasinage outre-frontière

Un des faits marquants de l'année a été l'augmentation considérable du magasinage outre-frontière pratiqué par certains consommateurs vivant à proximité des frontières américaines. Les taxes de vente élevées au Canada, particulièrement sur les cigarettes, l'alcool et l'essence, ont été l'élément catalyseur de ce phénomène.

Les Canadiens ont également acheté davantage de produits alimentaires aux États-Unis à cause des bas prix des denrées de base, comme la volaille, les oeufs et les produits

laitiers. En conséquence, les détaillants de produits alimentaires au Canada ont vu leur volume de ventes diminuer considérablement. À moins que des mesures ne soient prises pour augmenter la compétitivité des sources canadiennes d'approvisionnement, les détaillants de produits alimentaires continueront de subir des pertes de revenus et les producteurs agricoles devront éventuellement faire face à une baisse de la demande au pays.

Des défis à relever

Les changements structurels qui s'opèrent présentement dans l'économie canadienne laissent prévoir une reprise plus lente que la normale et un taux de croissance moins élevé que celui que nous avons connu dans les années 1980. Si l'on tient compte, par surcroît, du bouleversement majeur du système de valeurs des consommateurs, le climat du com-

merce au détail des années 1990 promet d'être extrêmement stimulant.

Dans le secteur de l'alimentation, les ventes moyennes par client ont diminué durant l'exercice 1992, étant donné que plusieurs consommateurs se sont mis à la recherche d'articles à plus bas prix et qu'ils comparent les prix de plus en plus. Selon Statistique Canada, le prix des aliments achetés en magasin est passé de 3,8% en février 1991 à 1,8% en janvier 1992.

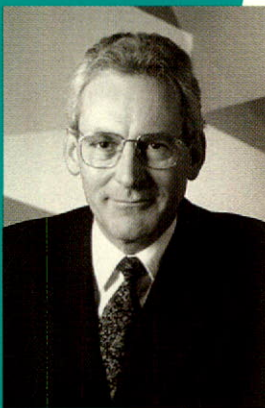
Même si le pays compte déjà trop de magasins, d'autres viennent encore s'ajouter. L'arrivée de nouveaux venus, de même que les nouvelles formules de magasins de détail, ne font

qu'ajouter aux sources d'approvisionnement. Il est évident que, dans ce contexte, il deviendra de plus en plus difficile d'avoir du succès et d'être rentable, à moins qu'une rationalisation ne s'effectue dans les principaux marchés.

La compression des coûts, un facteur primordial

Dans un secteur où les marges bénéficiaires sont minces, la réduction des coûts est un facteur primordial. On doit y arriver tout en maintenant la qualité et le service auxquels s'attendent les consommateurs qui magasinent chez nous. Nous avons toujours fait preuve, chez Provigo, d'une aptitude à gérer nos coûts de façon efficace à la grandeur de notre réseau.

Nous visons l'amélioration constante. Au Québec, Provigo Distribution procède à la mise en place d'un programme de livraison «juste-à-temps» de concert avec quelques-uns de ses principaux fournisseurs. Ce programme améliorera la fréquence de rotation des produits sur les tablettes, tout en réduisant le coût des inventaires. Déjà, presque toutes les commandes passées auprès des fournisseurs depuis les centres de distribution sont traitées par mode d'échange électronique de données, ce qui représente d'importantes économies en frais d'administration.



Notre défi consiste à transformer nos liens actuels avec les fournisseurs en véritables alliances stratégiques rentables pour les deux parties afin d'améliorer l'efficacité de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement. En travaillant en partenariat, nous devons nous assurer que les produits de base offerts aux consommateurs répondent à leurs besoins et que nos prix sont concurrentiels. Ces alliances exigeront aussi un meilleur partage de l'information et une volonté des partenaires de réaliser des objectifs communs.

L'information pertinente à la clientèle qui peut être recueillie aux points de vente est un outil fort utile que nous devons exploiter au maximum. En conjuguant l'expertise des fournisseurs, des distributeurs et des détaillants, nous pourrions réaliser des économies d'échelle supplémentaires, réagir plus rapidement et devenir plus efficaces, ce qui se traduira, pour le consommateur, par une baisse de prix au détail.

Prévoir les besoins

Un autre élément fondamental, dans notre secteur, consiste à déceler l'évolution du comportement des consommateurs et à réagir en leur offrant des formules de vente au détail appropriées. Au fil des ans, nous avons su prévoir les besoins de nos clients.

LOEB, par exemple, connaît beaucoup de succès avec sa gamme de plats cuisinés «Frais du jour». Le concept a fait ses preuves avec la pizza et les hamburgers d'un quart de livre; l'expérience se poursuit présentement avec le poulet, les beignes, le chili et les salades. Horne & Pitfield est en voie de lancer une gamme de produits similaires en Alberta.

Sortir vainqueur

Dans le secteur de l'alimentation, les prochaines années seront remplies de défis. Chez Provigo, nous sommes prêts à faire face à la concurrence et à en sortir vainqueur. Notre confiance repose sur l'efficacité de nos systèmes de distribution et de détail, sur notre aptitude reconnue à offrir aux clients un excellent rapport qualité-prix et sur l'entrepreneuriat de nos compagnies d'exploitation.

Au cours des cinq dernières années, nous avons consacré quelque 550 millions\$ à l'expansion, à la construction et à la modernisation de nos centres de distribution et d'une partie importante de nos réseaux de détail. Aujourd'hui, nos réseaux sont parmi les plus modernes du secteur et sont dotés d'excellents systèmes de distribution; ils bénéficient également de l'emplacement stratégique de nos magasins.

Notre programme de dépenses en immobilisations a atteint 100,2 millions\$ durant l'exercice 1992, ce qui est très inférieur à ce que nous avions prévu à l'origine. Pour des raisons stratégiques, nous avons reporté un certain nombre de projets dont la construction d'un vaste centre de distribution en Ontario. Nous prévoyons que nos dépenses en immobilisations de l'exercice 1993 totaliseront environ 80 millions\$.

Une approche d'entrepreneur

Les réseaux de détail de Provigo prennent des formes diverses afin de répondre aux besoins spécifiques de la clientèle. L'accroissement de notre volume de ventes et de l'achalandage en 1992, dans une période de concurrence intense, témoigne de la justesse de nos stratégies de détail.

Notre structure de gestion décentralisée représente un atout majeur dans l'environnement commercial actuel. Les décisions opérationnelles sont prises par les gestionnaires qui se trouvent au coeur de l'action et qui connaissent le mieux la clientèle. Ils peuvent ainsi identifier rapidement les occasions d'affaires et adapter les stratégies en matière de marketing, de service et de produits au marché qui est en évolution constante.

Perspectives

L'exercice 1993 verra l'émergence d'une concurrence sans précédent dans le secteur de l'alimentation, les principaux joueurs tentant de s'approprier de nouvelles parts de marché. Grâce aux mesures prises au cours de l'exercice 1992 et à la force de ses réseaux, notre Compagnie est en excellente position pour faire face à la concurrence, tant au Canada qu'aux États-Unis.

À titre de détaillant et de distributeur majeur du secteur de l'alimentation, nous continuerons d'accorder tout notre support à nos 2 000 détaillants affiliés et franchisés à travers le Canada et aux États-Unis. Notre envergure et notre solidité financière nous permettront de faire en sorte que tous nos partenaires puissent accroître leur part du marché et conserver la loyauté de leur clientèle.

Provigo s'en remettra à l'innovation, à la capacité de réagir et au dévouement de ses propres employés, au nombre de 14 800, et des 35 000 employés de ses partenaires détaillants. Leur volonté de servir la clientèle avec efficacité et courtoisie est l'une des causes principales du succès de notre entreprise.

Le président,



Yvan Bussières

Leadership

Grâce à sa force intrinsèque et à sa vision à long terme, Provigo est devenue l'un des chefs de file de la commercialisation et de la distribution de produits alimentaires au Canada.





l'importance que nous accordons au service à la clientèle et notre culture entrepreneuriale ont bien servi Provigo durant l'exercice 1992. Malgré l'intensification de la concurrence, nos compagnies d'exploitation ont réussi à accroître leur clientèle et ont renforcé leur position.

Au Canada, les ventes nettes se sont améliorées de 2,6 % passant de 5,7 milliards \$ à 5,9 milliards \$. La différence dans le traitement comptable de la taxe sur les produits et services (TPS) et l'ancienne taxe de vente fédérale a eu une incidence négative d'environ 2,5 % sur les ventes comptabilisées. Aux États-Unis, les ventes ont augmenté de 5,3 % pour atteindre 734 millions \$ US comparativement à 697 millions \$ US en 1991.

Malgré le climat plus concurrentiel dans lequel les compagnies du groupe Provigo ont dû évoluer, le bénéfice d'exploitation a atteint 196 millions \$ ou 2,93 % des ventes, comparativement à 190,2 millions \$ ou 2,91 % des ventes l'exercice précédent.

Succès des stratégies de marketing

Au cours de l'exercice, les compagnies du groupe Provigo ont poursuivi avec succès leurs stratégies de marketing visant à assurer leur leadership dans un environnement en évolution constante. Chaque compagnie d'exploitation a pu s'adapter aux conditions locales à cause de ses liens étroits avec la clientèle.

Ces mesures ont été appuyées par des investissements continus dans la construction de nouveaux magasins, la rénovation et les systèmes de distribution hautement efficaces. Les dépenses en immobilisation ont totalisé 550 millions \$ au cours des cinq derniers exercices.

La formation : un avantage concurrentiel

Les compagnies d'exploitation du groupe Provigo rehaussent leur avantage concurrentiel en mettant davantage l'accent sur la formation et l'éducation des employés en magasin. Cette formation s'ajoute à l'efficacité du système de franchises et du réseau de distribution.

Notre objectif consiste à améliorer le service, l'efficacité et les attentions envers la clientèle. Plusieurs milliers d'employés participent chaque année à des programmes de formation.

- Provigo Distribution offre un programme permanent de cours standard qui portent sur une douzaine d'aspects de la préparation de produits alimentaires et du commerce au détail. Environ 3 850 employés ont suivi ces cours durant l'exercice 1992. Pour la première fois, la compagnie a octroyé huit bourses pour encourager des employés à temps partiel à poursuivre des études collégiales et universitaires.
- Plus de 2 500 employés de magasins ont pris part à des activités de formation organisées par LOEB. Cette compagnie a également mis sur pied deux centres de formation permanents à l'intention des employés affectés à la production de ses plats cuisinés «Frais du jour».
- Horne & Pitfield Foods a conçu un séminaire d'une journée pour les cadres et les employés de tous ses magasins de détail. Ce séminaire avait pour thème «Vous faites la différence».

Entrepreneurship

La structure décentralisée de Provigo, conjuguée à une saine gestion, a permis à ses compagnies d'exploitation d'affirmer leur entrepreneurship, l'un des facteurs-clés de la solide performance financière de la Compagnie.



- C Corp. a poursuivi son programme de formation à l'intention des nouveaux franchisés. Chaque année, ce programme accueille une centaine de participants. Au Québec, 40 franchisés se sont inscrits à un certificat en gestion des petites entreprises de détail.

Investissements dans la technologie

Nous avons continué d'investir des sommes importantes dans l'informatique, particulièrement en ce qui concerne l'installation de lecteurs optiques et l'expansion de la capacité de traitement de notre ordinateur central. À la fin de l'exercice 1992, la plupart des magasins visés étaient équipés de caisses électroniques et de lecteurs optiques.

Le volume croissant d'information recueillie aux points de vente se traduit par une gestion plus efficace de nos activités, par une réaction plus rapide aux changements et par une amélioration du service à la clientèle. Chez Provigo Distribution, par exemple, 95 % des transactions conclues aux centres de distribution avec les fournisseurs se font par échange électronique de données.

Provigo Distribution

Provigo Distribution est la plus importante compagnie d'exploitation du groupe Provigo. Son siège social est situé au Québec. Cette compagnie a poursuivi avec succès ses stratégies de pénétration des marchés fondées sur la promotion de bannières bien ciblées. Aujourd'hui, elle est le leader reconnu de la commercialisation et de la distribution de produits alimentaires au Québec.

Son réseau de 16 centres de distribution et de 30 entrepôts libre-service Presto approvisionne ses magasins de détail, ses affiliés et ses franchisés. La division Dellixio, qui exploite trois centres de distribution, approvisionne pour sa part des restaurants, des institutions et d'autres clients du secteur alimentaire.

Le réseau de distribution de la compagnie est le plus important et le plus moderne de la province; il jouit d'une excellente couverture géographique et assure une livraison efficace et ponctuelle des produits. Au cours de l'exercice 1992, on a amélioré le service dans la région de Québec en agrandissant le centre de distribution local pour y aménager un entrepôt d'aliments surgelés.

Un vaste réseau de détail

Le vaste réseau de détail de Provigo Distribution comprend 207 Supermarchés Provigo, 10 magasins Maxi et 27 magasins à escompte Héritage. Le réseau compte aussi plus de 500 magasins de quartier exploités sous les bannières Axep, Jovi et Intermarché, de même que quelque 540 dépanneurs Proprio.

Chaque bannière a été conçue avec soin pour répondre aux besoins de segments précis du marché. Tous les aspects ont été étudiés, depuis l'emplacement et l'aménagement des magasins jusqu'aux produits vendus et à la nature des techniques de marketing.

La compagnie a réussi à adapter ses bannières aux habitudes d'achat et aux attentes des consommateurs.



Flexibilité

Provigo demeure à la tête du peloton dans son secteur parce qu'elle est déterminée à atteindre ses objectifs tout en démontrant la souplesse nécessaire pour saisir les occasions intéressantes à long terme.

Fraîcheur, qualité et service

La santé et la forme physique ont récemment acquis de plus en plus d'importance aux yeux des consommateurs québécois, et Provigo Distribution a su positionner ses supermarchés comme chefs de file de la fraîcheur, de la qualité et du service. La compagnie a aussi étendu sa gamme de produits alimentaires préparés en réponse à la demande de la clientèle.

Beaucoup d'efforts ont été déployés pour comprimer les coûts et accroître la qualité d'exécution en magasin au cours du dernier exercice. Malgré le marasme de l'économie et la concurrence intense, Provigo Distribution, dans l'ensemble, a renforcé sa position sur le marché. La division Dellix, qui avait fait l'objet d'une restructuration au cours de l'exercice précédent, a amélioré ses résultats.

La compagnie emploie près de 9 000 personnes directement et plus de 16 000 personnes sont à l'emploi de ses détaillants associés.

LOEB

LOEB oeuvre principalement en Ontario où elle jouit d'une position concurrentielle solide, particulièrement dans les régions d'Ottawa et de Sudbury. Récemment, la compagnie a gagné du terrain dans la région de London et a effectué une percée sur le marché de Toronto. La compagnie est également un détaillant important de produits alimentaires dans l'ouest et le nord-ouest du Québec.

Au cours de l'exercice 1992, LOEB a poursuivi avec succès sa stratégie de pénétration des marchés avec l'ouverture de nouveaux magasins, la promotion de plats cuisinés «Frais du jour» et ses «Prix d'entrepôt chaque jour». La compagnie a ouvert six nouveaux magasins, dont quatre dans la région populeuse du centre-sud de l'Ontario, et en a agrandi deux autres.

Expansion des plats cuisinés «Frais du jour»

Le programme de plats cuisinés «Frais du jour» a pris de l'envergure. En plus des populaires pizza LOEB et du «Quart de livre», le programme comprend maintenant le poulet frit *Scarlett*, le chili *Fiesta*, les salades *Start-up* et les beignes *Lov-em*. La promotion de ces produits repose sur leur fraîcheur. Ils contribuent à l'image globale des magasins et s'intègrent dans la stratégie d'établissement des prix, deux éléments de différenciation essentiels des magasins LOEB.

L'impact du programme «Frais du jour» sur les ventes s'est accru grâce à une campagne de commercialisation appelée «LOEB c'est prêt». Selon ce concept, un mur complet d'un magasin de détail est consacré à la production et à la commercialisation des produits LOEB. Dix de ces murs ont été mis en place avec succès durant l'exercice 1992.

Le programme se poursuivra au cours de l'exercice 1993.



Employés

Provigo s'est dotée d'une équipe qui compte parmi les plus compétentes et les plus dévouées du secteur de l'alimentation en Amérique du Nord, qui comprend tant ses propres employés que ceux de ses marchands-partenaires.

Une stratégie axée sur les bas prix

La stratégie que LOEB a adoptée au début des années 1980 consiste à offrir de bas prix tous les jours. En conjuguant bas prix et service exceptionnel, magasins impeccables et employés bien formés, la compagnie a obtenu un achalandage accru, un volume de ventes au pied carré le plus élevé du secteur et d'excellents résultats financiers.

Vers la fin de l'exercice, LOEB a lancé un nouveau programme de commercialisation offrant de nombreux produits à prix similaires à ceux que l'on retrouve dans les magasins de type club et des formats de produits qui correspondent mieux aux besoins de la clientèle.

Le réseau de détail de LOEB compte 120 magasins LOEB, LOEB IGA et IGA, 15 M/M et un magasin Orange. La compagnie exploite aussi huit centres de distribution et 22 entrepôts libre-service; elle emploie plus de 1 700 personnes directement, et ses détaillants franchisés comptent 10 000 employés.

Horne & Pitfield Foods

Par l'intermédiaire de ses huit entrepôts de distribution et de ses six entrepôts libre-service, Horne & Pitfield Foods approvisionne 259 magasins de détail affiliés et franchisés, incluant 85 IGA, 15 Garden Market IGA, 71 Triple S, 70 dépanneurs Reddi Mart et 18 Mayfair. Son réseau couvre l'Alberta, la Saskatchewan et les Territoires du Nord-Ouest, de même que le nord et le centre de la Colombie-Britannique.

Au cours de l'exercice 1992, la compagnie a ouvert trois nouveaux magasins et complété l'agrandissement de plusieurs autres. Sept magasins à faible potentiel ont été fermés. Trois nouveaux magasins totalisant environ 90 000 pieds carrés sont actuellement en construction.

Lancement du programme «Best Price»

Horne & Pitfield fait face à une grande concurrence au niveau des prix sur les marchés albertains, ce qui a contribué à réduire ses marges bénéficiaires. La compagnie a donc réagi en adoptant des stratégies de commercialisation qui visent à maintenir sa part du marché :

- Elle a lancé le programme «Best Price» portant sur des denrées de base;
- Le service a été amélioré, entre autres par l'introduction de plats cuisinés prêt-à-servir dans plusieurs magasins;
- Elle a mis en place le programme «Warehouse Pack» qui consiste à offrir certaines denrées à des prix concurrentiels à ceux des clubs-entrepôts.

Grâce à sa forte présence en région rurale, Horne & Pitfield a pu terminer l'exercice 1992 avec une meilleure part du marché albertain. La compagnie emploie 1 000 personnes directement.

C Corp.

Par le biais de C Corp., Provigo est l'un des chefs de file du secteur des magasins d'accommodation au Canada et l'un des principaux détaillants d'essence indépendants au pays.

Son réseau comprend 251 Provi-Soir au Québec, 37 Top Valu et 29 Winks en Ontario, et 49 Red Rooster et 23 Winks en Alberta. Plus de 60 % des dépanneurs sont jumelés à des postes d'essence.

Au cours de la dernière année, la mise en application de la taxe sur les produits et services, l'augmentation rapide des taxes sur la cigarette, l'alcool et l'essence et, dans certaines régions, le magasinage du dimanche ont eu une incidence négative sur le secteur du dépannage. C Corp. a réagi par l'amélioration continue de son assortiment de produits en magasin, par l'expansion de ses comptoirs de restauration rapide et par son attention constante aux besoins des clients.

Leader du marché québécois

Le réseau Provi-Soir assure à la compagnie la meilleure part du marché de l'accommodation au Québec. Pour consolider sa position davantage, C Corp. a continué de moderniser et de rénover ses magasins, le tout appuyé d'une campagne dynamique de publicité et de promotion.

Malgré les conditions économiques difficiles en Ontario, les magasins Winks ont amélioré leur rentabilité et les postes d'essence Top Valu ont réalisé une performance acceptable. En Alberta, C Corp. a connu une bonne année grâce aux résultats satisfaisants des nouveaux magasins Winks.

Provigo Corp.

Provigo Corp. est un important distributeur de produits alimentaires dans le nord de la Californie. Par l'intermédiaire de sa division de ventes en gros, Market Wholesale, elle approvisionne plus de 1 000 détaillants indépendants. Son réseau de détail comprend 18 magasins Petrini's, 13 supermarchés New Deal, sept magasins Cost Less Foods et un magasin licencié exploité sous le nom Better Buy Foods.

Au cours de l'exercice, la performance de la bannière Petrini's s'est grandement améliorée. Elle jouit d'une excellente image de qualité qui repose sur la fraîcheur de ses produits alimentaires et son service exceptionnel. Petrini's s'adresse aux consommateurs qui privilégient la commodité et le service, alors que Cost Less et Better Buy visent une clientèle à la recherche de bas prix.

Les conditions du marché ont été extrêmement concurrentielles dans le nord de la Californie durant l'exercice 1992, tant en ce qui concerne les ventes en gros que les ventes au détail. Provigo Corp. a augmenté ses ventes globales grâce à son dynamisme et à l'acquisition de New Deal Market Inc., un client de longue date de son secteur de vente en gros comptant 13 supermarchés.

La compagnie a affiché un faible bénéfice d'exploitation en raison des conditions difficiles du marché et de la requête d'un franchisé Cost Less qui exploitait trois magasins, pour se prévaloir de la protection offerte en vertu du chapitre 11 de la loi américaine régissant les faillites. À la suite d'une entente conclue avec le franchisé, un magasin a été fermé et les deux autres sont devenus la propriété de Provigo Corp.

Provigo Corp. continue d'améliorer son efficacité et son service dans l'ensemble de son réseau de ventes en gros et au détail, ce qui lui permet de conserver sa clientèle existante. La compagnie emploie un peu plus de 2 700 personnes.



es compagnies du groupe Provigo répondent aux préoccupations de leurs clients et de la société en général en ce qui a trait à l'environnement et ce, de plusieurs manières. La gamme d'initiatives varie des économies d'essence des réseaux de distribution aux programmes de recyclage du papier dans les bureaux. Les trois aspects fondamentaux de la protection environnementale – réduction, réutilisation et recyclage – sont mis en pratique dans tous nos établissements aussi bien au Canada qu'aux États-Unis.

Plusieurs initiatives sont communes à toutes nos compagnies d'exploitation :

- élimination des produits en aérosol utilisant des CFC;
- adoption d'emballages de carton ou en styromousse sans CFC;
- mise en place de programmes de recyclage du carton et du papier et publication de la majeure partie des dépliants et du matériel publicitaire sur du papier recyclé;
- utilisation de réfrigérants autres que le CFC-12 pour minimiser l'impact sur la couche d'ozone;
- possibilité pour les clients de choisir des sacs d'épicerie en plastique réutilisable ou en papier recyclable, et
- vente de produits de marques nationales favorables à l'environnement.

Politique environnementale au Québec

Durant l'exercice 1992, Provigo Distribution a adopté une politique environnementale et a commencé à la mettre en pratique dans l'ensemble de son réseau de distribution et de détail au Québec. Afin de sensibiliser les employés aux enjeux environnementaux du secteur de l'alimentation, la compagnie a conçu un cours spécial de formation et elle a lancé un bulletin interne traitant de l'environnement. Elle a également mené un sondage sur l'attitude des employés face à ses initiatives «vertes».

La compagnie a également fait des présentations en magasin à l'intention des clients, décrivant les gestes que tous les citoyens pouvaient poser pour protéger l'environnement. Les Supermarchés Provigo ont lancé les sacs en coton et nylon ré-utilisables et les magasins du Québec ont également distribué une brochure produite par Environnement Canada intitulée «Ce que nous pouvons faire pour l'environnement».

Provigo Distribution a par ailleurs commandité un certain nombre d'activités communautaires durant l'exercice dont le nettoyage du Parc du Mont-Royal, à Montréal, et du Boisé Papineau, à Laval, par des volontaires.

Importantes économies d'essence

LOEB a mis en place un programme d'entretien et de remplacement des véhicules qui permet de réduire la consommation de combustible diesel de plus de 500 000 litres par année. La compagnie étudie présentement l'utilisation de moteurs à contrôle électronique qui, d'après les tests, pourraient réduire la consommation de combustible de plus de 20 %.

En plus de ses programmes environnementaux actuels, Horne & Pitfield travaille présentement avec des consultants en vue de trouver une méthode efficace de gestion des déchets de ses rayons de viande et de fruits et légumes.

Relations communautaires

Les compagnies du groupe Provigo jouent un rôle actif dans la vie communautaire. À cause de leurs liens étroits avec la clientèle, nos compagnies d'exploitation, leurs affiliés et leurs franchisés s'intéressent à plusieurs causes comme commanditaires et donateurs :

- Provigo Distribution a aidé les plus démunis en appuyant activement des campagnes comme celle de Centraide et les banques alimentaires. La compagnie a appuyé le sport amateur et la jeunesse notamment à titre de commanditaire majeur des Jeux du Québec et de la «Super Enfant Fête». En raison de l'accent qu'elle met sur la santé, la compagnie augmente également ses contributions aux fondations d'hôpitaux.
- En participant à des «barbecues» et à d'autres événements, les détaillants LOEB ont recueilli plus de 500 000 \$ à l'intention d'organismes de charité au cours de l'exercice 1992. LOEB favorise ce genre de participation en remettant chaque année un prix au détaillant qui a démontré le plus d'intérêt pour sa communauté.
- Horne & Pitfield a été un commanditaire majeur des Jeux d'été et du Jamboree des Scouts de l'Alberta. La compagnie a conçu et lancé la promotion «Kids on Ice» qui se traduira par une commandite de 250 000 \$ du hockey mineur, du patinage artistique et des ringuettes.
- Provigo Corp. est un ardent supporteur de la campagne de levée de fonds annuelle de l'Association des Scouts d'Amérique et ses magasins de détail s'occupent de groupements et d'organismes de charité locaux.

La société mère, Provigo inc., est elle-même un donateur important. Son budget annuel de dons est établi en fonction de son rendement financier et géré par un comité où siègent des administrateurs et des dirigeants. Durant l'exercice 1992, des dons ont été versés dans les catégories suivantes : éducation, arts et culture, santé et sport.

L'exercice 1992 peut être divisé en deux parties distinctes. Le premier semestre a été marqué par une croissance des ventes vigoureuse, d'excellentes marges bénéficiaires et un bénéfice net accru. Vers la fin du deuxième trimestre, le secteur de l'alimentation, qui avait été relativement épargné jusque-là, a commencé à ressentir les effets de la récession. Plus la confiance des consommateurs diminuait, plus leur tendance à acheter des articles à bas prix était prononcée. Ce phénomène a entraîné une baisse des ventes et des marges bénéficiaires et, par conséquent, le deuxième semestre a été plutôt décevant : stagnation des ventes, baisse des marges bénéficiaires et chute du bénéfice d'exploitation. L'ampleur de ce revirement de situation est plutôt surprenante, car jusqu'à maintenant, le secteur de l'alimentation avait toujours bien résisté aux récessions; même l'importante récession de 1981-82 n'avait pas eu un tel effet néfaste.

Les nouvelles habitudes des consommateurs ont également eu un effet sur le taux d'inflation alimentaire. Au premier semestre, l'indice des prix des aliments achetés au magasin de Statistique Canada était supérieur de 3,6 % à celui de la période correspondante de l'exercice précédent; au deuxième semestre, il était inférieur de 0,1 %. Au cours du dernier trimestre, le prix des aliments marquait une baisse de pas moins de 1,3 % par rapport à l'exercice précédent. En ce qui concerne les produits alimentaires, la déflation est causée par la baisse de la demande plutôt que par celle des coûts, et elle a des répercussions néfastes sur la rentabilité du secteur.

Les habitudes des consommateurs ont changé de plus d'une façon. L'imposition de taxes indirectes élevées au Canada a entraîné une hausse vertigineuse du magasinage outrefrontière, et plusieurs entreprises en souffrent, en particulier celles qui sont situées le long de la frontière américaine. En outre, les hausses successives des taxes sur le tabac

ont favorisé le marché noir et entraîné une baisse considérable du volume des ventes. Ce dernier élément a particulièrement touché le secteur de l'accommodation.

Tous ces facteurs ont exacerbé une situation qui était déjà très concurrentielle, étant donné que plusieurs marchés comptent déjà trop de magasins et que de nouveaux concurrents ont fait leur apparition.

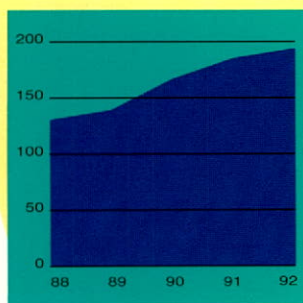
Résultats d'exploitation

Les **ventes nettes** de l'exercice se sont élevées à 6 699 M\$, en hausse de 2,7 % par rapport à l'exercice précédent.

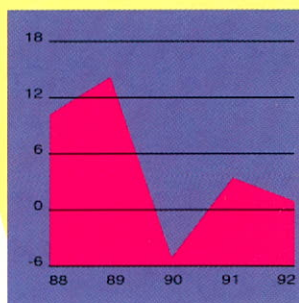
Au Canada, les ventes ont augmenté de 2,5 % pour s'établir à 5 859 M\$. Au cours du premier semestre, les ventes se sont accrues de 6,1 %, mais elles ont baissé de 1,4 % au cours du deuxième semestre. Les ventes comptabilisées au cours de l'exercice 1992 ne sont pas directement comparables à celles de l'exercice précédent, étant donné que la taxe sur les produits et services (TPS) qui a été mise en vigueur en janvier 1991 n'est pas traitée de la même manière que l'ancienne taxe de vente fédérale (TVF). En effet, contrairement à la TVF, la TPS n'est pas comprise dans les ventes comptabilisées. Il est estimé que cette différence de traitement comptable a réduit les ventes d'environ 2,5 %. L'inflation alimentaire au Canada, mesurée par l'indice des prix des aliments achetés au magasin, s'est établie à 1,8 % pour l'ensemble de l'exercice.

Aux États-Unis, les ventes ont augmenté de 5,3 % par rapport à l'exercice précédent pour atteindre 734 M\$ US. Le marché du nord de la Californie est aussi difficile que le marché canadien. La récession persiste, et le taux de chômage de cet État est plus élevé que le taux de chômage national. L'inflation alimentaire

Bénéfice sectoriel
d'exploitation - Canada
(en millions de dollars)



Bénéfice (perte) sectoriel(le)
d'exploitation - États-Unis
(en millions de dollars US)



Information sectorielle
(en millions de dollars)

	Ventes nettes		Bénéfice d'exploitation		Dépenses en immobilisations	
	Exercice actuel	Exercice précédent	Exercice actuel	Exercice précédent	Exercice actuel	Exercice précédent
Canada	5 859	5 713	194,8	186,1	87,0	96,3
États-Unis	840	813	1,2	4,1	13,2	37,1
Total	6 699	6 526	196,0	190,2	100,2	133,4
États-Unis (en \$ US)	734	697	1,0	3,5	11,5	31,8

est faible, les hausses considérables des taxes de vente ont affaibli la demande des consommateurs et la concurrence des prix est intense.

L'augmentation des ventes aux États-Unis est principalement attribuable à l'acquisition, au début du deuxième trimestre, de la chaîne New Deal Market Inc. qui compte 13 supermarchés. Par contre, la perte de trois magasins à escompte Cost Less, pour une partie de l'exercice, découlant du fait que le titulaire de licence a déposé une requête pour se prévaloir de la protection offerte en vertu du chapitre 11, s'est ajoutée aux conditions du marché généralement défavorables pour nuire aux ventes. Un magasin a été définitivement fermé et, à la suite du règlement qui a été conclu avec le titulaire de licence, les deux autres sont maintenant exploités comme magasins corporatifs.

Le **bénéfice d'exploitation** s'est élevé à 196,0 M\$, comparativement à 190,2 M\$ au cours de l'exercice précédent, représentant respectivement 2,93 % et 2,91 % des ventes nettes.

Au Canada, le bénéfice d'exploitation s'est chiffré à 194,8 M\$ (3,32 % des ventes), en regard de 186,1 M\$ (3,26 % des ventes) pour l'exercice précédent. Au premier semestre, le bénéfice d'exploitation a atteint 109,6 M\$ (3,45 % des ventes), mais il est passé à 85,2 M\$ (3,18 % des ventes) au deuxième semestre.

Les résultats du deuxième semestre ont subi les répercussions négatives d'un certain nombre de provisions totalisant 4,7 M\$ et découlant de décisions visant à rationaliser l'exploitation de la Compagnie. Celles-ci comprennent la restructuration présentement en cours de l'exploitation québécoise en deux groupes stratégiques consacrés l'un à la vente au détail et l'autre à la vente en gros et la fermeture d'établissements de services alimentaires non rentables dans l'ouest canadien.

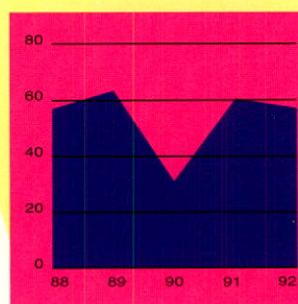
Aux États-Unis, le bénéfice d'exploitation s'est élevé à 1,0 M\$ US, comparativement à 3,5 M\$ US l'exercice précédent. La division de gros demeure rentable, mais moins que par le passé. Certaines chaînes de vente au détail du nord de la Californie ont récemment commencé à distribuer elles-mêmes leurs produits d'épicerie, ce qui a entraîné une capacité de distribution excédentaire et intensifié la concurrence parmi les distributeurs de produits alimentaires.

En ce qui concerne les divisions de vente au détail, une amélioration considérable s'est produite au sein des magasins Petrin's. Les marges bénéficiaires brutes sont plus élevées grâce à une meilleure composition des ventes et à des contrôles plus rigoureux découlant des nouveaux systèmes d'informatique de gestion. La productivité de la main-d'oeuvre s'est également améliorée. Toutefois, les résultats obtenus aux États-Unis ont subi l'effet négatif de provisions de 8,3 M\$ US qui se rapportaient principalement au titulaire de licence de trois magasins à escompte Cost Less.

L'**amortissement** s'est élevé à 62,4 M\$, ce qui est supérieur de 10,0 M\$ au chiffre de l'exercice précédent. Sur cette somme, 6,1 M\$ sont attribuables à l'accroissement de l'amortissement qui a fait suite aux programmes de dépenses en immobilisations réalisés au cours des deux derniers exercices, et 3,9 M\$, à l'amortissement supplémentaire des biens incorporels découlant de l'acquisition des supermarchés New Deal et de la hausse des frais reportés relativement à la poursuite de programmes d'aide aux détaillants.

Les **intérêts débiteurs** bruts se sont chiffrés à 70,4 M\$ pour l'exercice, en baisse de 4,8 M\$ par rapport à l'exercice précédent. Cette baisse résulte de la diminution des taux d'intérêt. La dette moyenne a été sensiblement la même qu'au cours de l'exercice précédent. Le niveau et le coût de la dette sont discutés plus en détail à la rubrique «Situation de trésorerie et sources

Bénéfice des activités poursuivies
(en millions de dollars)



de financement». Les intérêts débiteurs nets ont atteint 53,6 M\$, contre 42,0 M\$ un an plus tôt, déduction faite de l'intérêt capitalisé de 0,1 M\$ (1,6 M\$ un an plus tôt), des intérêts créditeurs de 8,9 M\$ (11,3 M\$ pour l'exercice 1991) et d'une affectation de 7,8 M\$ aux activités abandonnées (20,3 M\$ un an plus tôt). Le montant affecté aux activités abandonnées a été calculé d'après un ratio uniforme de la dette consolidée à l'avoir pour tous les secteurs de l'exploitation, de la même façon qu'au cours des exercices précédents.

Le **taux d'impôts sur le revenu** effectif s'est établi à 28,8 %, comparativement à 37,2 % au cours de l'exercice précédent. Le taux actuel est plus bas que le taux statutaire canadien, soit 37,3 %, en raison principalement du fait que des provisions de 5 M\$ constituées au cours d'exercices antérieurs ont été contrepassées pendant le quatrième trimestre, à la suite du règlement de cotisations fiscales.

Le **bénéfice des activités poursuivies** s'est chiffré à 57,3 M\$ (0,66 \$ par action), en regard de 60,7 M\$ (0,71 \$ par action) au cours de l'exercice précédent. Déduction faite de la **perte des activités abandonnées** de 8,0 M\$ (60,0 M\$ un an plus tôt), le **bénéfice net** de l'exercice s'élève à 49,3 M\$ (0,57 \$ par action), contre 0,7 M\$ (0,01 \$ par action) au cours de l'exercice 1991.

Le rendement de l'avoir moyen des activités poursuivies s'est établi à 19,5 % pour l'exercice, comparativement à 27,5 % un an plus tôt.

Stratégie aux États-Unis

Le rapport annuel de l'exercice précédent mentionnait que Provigo était en train d'évaluer ses options stratégiques aux États-Unis. L'une des possibilités qui s'offraient à elle était l'aliénation de Provigo Corp. En mai 1991, Provigo a annoncé qu'elle avait terminé son évaluation et décidé de conserver Provigo Corp. et d'y consacrer les ressources nécessaires pour lui permettre d'accroître sa part du marché, d'obtenir des coûts d'exploitation avantageux et d'améliorer sa situation concurrentielle.

Au début du deuxième trimestre, Provigo Corp. a acquis les 13 supermarchés de New Deal Market Inc., client de gros de longue date dont les ventes au détail annuelles s'élèvent à environ 100 M\$ US. Cette acquisition, qui a été faite en contrepartie d'une somme nette de 11 M\$ US, avait pour objectif d'assurer le volume de ventes en gros de la compagnie.

À la clôture de l'exercice, Provigo Corp. a conclu la vente de sa division Tidewater, située en Virginie, à Nash Finch Company de Minneapolis en contrepartie d'une somme en espèces de 14 M\$ US. Tidewater distribue des

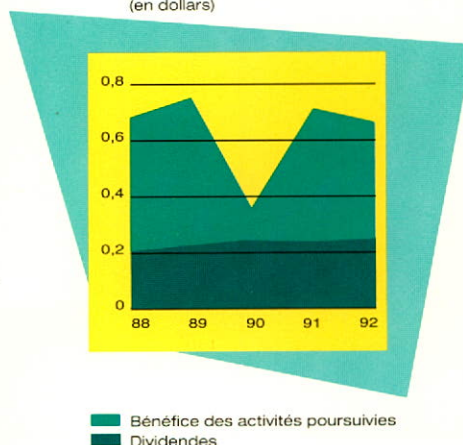
produits d'épicerie à des bases militaires sur la côte est des États-Unis; ses ventes annuelles atteignent environ 115 M\$ US. Cette division avait peu de choses en commun avec l'essentiel des activités de Provigo aux États-Unis. À la suite de cette vente, Provigo n'oeuvre maintenant, aux États-Unis, que dans le nord de la Californie.

Au cours des trois derniers exercices, le rendement réalisé par Provigo sur ses éléments d'actif sectoriels d'une valeur de 200 M\$ investis aux États-Unis a été pratiquement nul. Cependant, étant donné la décision que Provigo a prise à l'égard de son exploitation américaine pendant l'exercice en cours, l'équipe de direction a été accrue et renforcée, et les bases ont été jetées en vue d'un retour à la rentabilité.

Activités abandonnées

La clôture de la vente de l'actif d'exploitation de Consumers Distributing Company Limited («Consumers») à une compagnie contrôlée par Ackermans & van Haaren N.V. de Belgique et Westbourne Management Group Limited de Toronto a eu lieu le 16 avril 1991. Aucune perte supplémentaire n'a découlé de cette clôture, étant donné qu'une provision adéquate avait été constituée au cours de l'exercice précédent. Le prix de vente final s'est établi à 195 M\$, dont une tranche de 125 M\$ en espèces, une tranche de 5 M\$ sous forme d'un billet à ordre d'un an et une tranche de 65 M\$ en actions privilégiées à dividende cumulatif de 7 %. Provigo a le droit d'exiger que cette compagnie rachète des actions privilégiées d'une valeur totale de 17 M\$ trois ans après la clôture. La tranche restante de 48 M\$ est convertible en actions ordinaires si elle n'est pas rachetée dans les six ans suivant la clôture. Provigo était responsable du règlement des comptes fournisseurs et a conservé des avantages fiscaux

Bénéfice et dividendes par action ordinaire (en dollars)



et des impôts sur le revenu reportés d'une valeur approximative de 44 M\$ ainsi qu'un dégrèvement de la taxe de vente fédérale sur les stocks d'environ 15 M\$, qui a été touché depuis.

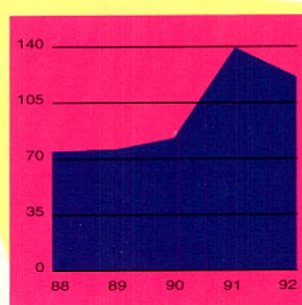
Au cours du deuxième trimestre, McKesson Corp. de San Francisco a levé l'option lui permettant d'acquérir la participation en actions restante de Provigo dans Medis Services Pharmaceutiques et de Santé inc. en contrepartie d'une somme en espèces approximative de 15 M\$. Provigo n'a plus aucune participation dans Medis.

À cause de la récession et du marasme du secteur de la vente au détail, il a été impossible de vendre Sports Experts pendant l'exercice. Provigo est toujours désireuse de vendre Sports Experts à un prix raisonnable dès que la possibilité se présentera. Les résultats de Provigo pour l'exercice comprennent une perte provenant des activités abandonnées de 8,0 M\$ pour tenir compte du retard dans la vente de Sports Experts.

Sports Experts, distributeur d'articles de sport et de loisir, oeuvre dans l'un des secteurs les plus touchés par la récession. Plusieurs de ses concurrents ont fait faillite, ce qui a entraîné des ventes de liquidation qui ont contribué à réduire ses ventes et ses marges bénéficiaires. Dans ce contexte difficile, Sports Experts a pris des mesures vigoureuses pour réduire ses pertes au minimum. Des magasins sans grand potentiel de rentabilité ont été fermés, et les activités relatives à l'entrepôt et au siège social ont été rationalisées. En outre, l'acquisition de la bannière Podium au début de l'exercice a amélioré la situation concurrentielle de la compagnie au Québec.

Les ventes de Sports Experts se sont établies à 178 M\$ au cours de l'exercice 1992, en regard de 188 M\$ au cours de l'exercice précédent. La perte d'exploitation s'est chiffrée à 4,4 M\$, ce qui se compare au bénéfice de 5,3 M\$ réalisé au cours de l'exercice précédent.

Liquidités provenant de l'exploitation
(en millions de dollars)



Situation de trésorerie et sources de financement

Provigo suit ses mouvements de trésorerie en fonction des **liquidités libres** provenant des activités poursuivies, c'est-à-dire les liquidités provenant de l'exploitation moins les liquidités consacrées à l'investissement.

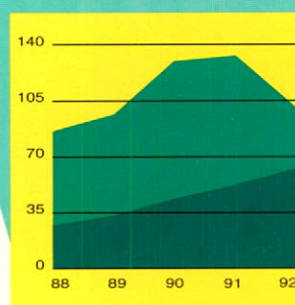
Au cours de l'exercice, les activités poursuivies ont donné lieu à des liquidités de 120,9 M\$ provenant de l'**exploitation**, comparativement à 139,5 M\$ pour l'exercice 1991. Les éléments hors caisse du fonds de roulement ont nécessité des sorties de fonds nettes de 12,7 M\$ au cours de l'exercice; par comparaison, ils avaient entraîné des rentrées de fonds nettes de 21,3 M\$ l'exercice précédent.

L'**investissement** se compose principalement des dépenses en immobilisations qui ont constitué le besoin en liquidités majeur de Provigo. Pendant l'exercice, les dépenses en immobilisations ont totalisé 100,2 M\$, contre 133,4 M\$ l'exercice précédent; elles ont été consacrées en majeure partie au développement des activités de détail. La construction d'un nouvel entrepôt d'aliments surgelés au Québec et la phase initiale d'un nouveau centre de distribution en Ontario ont été reportées. Le budget des dépenses en immobilisations de Provigo s'élève à environ 80 M\$ pour l'exercice prochain.

L'investissement comprend également des prêts aux franchisés, l'achalandage provenant d'acquisitions et la participation aux programmes d'aide aux détaillants. Dans l'ensemble, les activités poursuivies ont nécessité 170,4 M\$ aux fins de l'investissement, comparativement à 166,8 M\$ l'exercice précédent.

Par conséquent, les activités poursuivies se sont soldées par des **sorties de fonds nettes libres** de 49,5 M\$, comparativement à 27,3 M\$ un an plus tôt. Il n'a pas été possible de réaliser

Dépenses en immobilisations et amortissement
(en millions de dollars)



l'objectif qui consistait à atteindre des liquidités libres positives, en raison du bénéfice d'exploitation qui a été moins élevé que prévu, de la hausse du fonds de roulement et des prêts aux franchisés et de l'acquisition de New Deal Market Inc.

Les **activités abandonnées** ont entraîné des rentrées de fonds nettes de 65,9 M\$, ce qui comprend le produit en espèces de la vente de l'actif d'exploitation de Consumers et du placement restant dans Medis ainsi que les liquidités provenant de l'exploitation de Consumers et de Sports Experts.

Au cours de l'exercice, des actions ordinaires totalisant 3,1 M\$ ont été émises contre espèces aux termes des régimes d'achat d'actions des employés et des régimes d'options d'achat d'actions de la haute direction de Provigo.

Les dividendes versés au cours de l'exercice ont totalisé 21,5 M\$. À la fin du deuxième trimestre, étant donné que les résultats de la Compagnie avaient été très satisfaisants jusque-là, le conseil d'administration a décidé de porter le dividende trimestriel de 0,06 \$ à 0,07 \$ par action ordinaire.

Peu après la clôture de l'exercice, en février 1992, Provigo a émis 3,4 millions de reçus en contrepartie d'une somme totale de 85 M\$. Chaque reçu permet au porteur de recevoir, sans autre paiement, une action privilégiée de premier rang, série 1 entièrement libérée et un bon de souscription d'actions ordinaires. Les actions privilégiées et les bons de souscription seront livrés, sur remise des reçus, après l'assemblée générale spéciale des actionnaires tenue le 17 mars 1992 pour ratifier la création des actions privilégiées.

Les actions privilégiées comportent des dividendes au taux trimestriel de 0,50 \$ par action. Étant donné leurs caractéristiques, Provigo considère que ces actions privilégiées font partie de son capital permanent. Chaque bon de souscription permet au porteur d'acheter

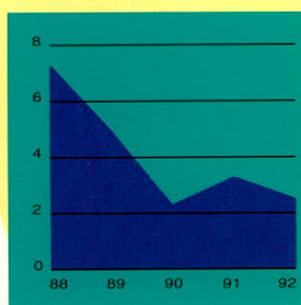
une action ordinaire au prix de 9,50 \$ en tout temps entre le 10 juillet 1992 et le 10 avril 1995, inclusivement dans les deux cas. L'émission d'actions privilégiées et de bons de souscription n'entraînera aucune dilution appréciable du bénéfice par action.

La dette totale non convertible s'est établie à 596,3 M\$ à la clôture de l'exercice, comparativement à 600,5 M\$ un an plus tôt. Les liquidités provenant des activités abandonnées ont compensé les sorties de fonds libres provenant des activités poursuivies et les dividendes versés. Le ratio de la dette totale non convertible à l'avoir s'établissait à 62:38 à la clôture de l'exercice, contre 65:35 un an plus tôt. Compte tenu de l'émission d'actions privilégiées et de bons de souscription totalisant 85 M\$ après la clôture de l'exercice, le ratio de la dette à l'avoir s'élevait à 53:47. La Compagnie veut réduire ce ratio à 50:50 au cours des prochains exercices.

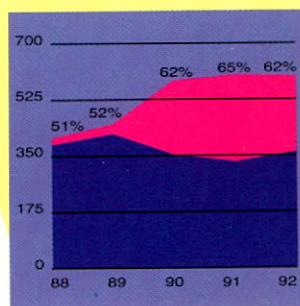
Au début de l'exercice, Provigo a émis des débentures, série 1991 totalisant 100 M\$, portant intérêt à 11,25 % et échéant en 2001. Deux débentures doivent venir à échéance au cours du prochain exercice : les débentures à 11 %, série 1987-B totalisant 100 M\$ et les débentures à 17,45 %, série Nouvelle Zélande, totalisant 56,8 M\$. La Compagnie ne prévoit avoir aucune difficulté à refinancer ces débentures. Les débentures de Provigo sont cotées A (Faible) par Dominion Bond Rating Service et Canadian Bond Rating Service.

La dette à taux flottant se compose principalement de papier commercial et d'emprunts bancaires. Le programme de papier commercial comporte une limite interne autorisée de 300 M\$, dont 207 M\$ étaient inutilisés à la clôture de l'exercice. Le papier commercial de la Compagnie est coté R-1 (Faible)/A-1 (Faible). Le papier commercial libellé en dollars canadiens porte habituellement intérêt à 75-100 points de

Couverture de l'intérêt
(fois)



Avoir des actionnaires et dette totale
(en millions de dollars)



■ Dette totale non convertible

■ Avoir des actionnaires et billets à ordre convertibles

base sous le taux préférentiel canadien. En moyenne, Provigo émet du papier commercial libellé en dollars américains à 250 points de base sous le taux de base américain. En ce qui concerne les emprunts bancaires, les marges de crédit dont Provigo dispose auprès de son consortium bancaire s'élèvent à 347 M\$, dont 316 M\$ étaient inutilisés à la clôture de l'exercice.

À la clôture de l'exercice, la dette à taux fixe représentait 80 % de la dette totale non convertible, comparativement à 63 % un an plus tôt.

Le coût moyen de la dette à taux flottant s'est élevé à 8,7 % pendant l'exercice, en baisse par rapport à 12,0 % durant l'exercice précédent. La Compagnie a bénéficié de la baisse des taux d'intérêt pendant l'exercice. Le taux préférentiel s'élevait à 7,50 % au Canada à la clôture de l'exercice, contre 12,25 % un an plus tôt.

Le coût moyen de la dette totale non convertible s'est élevé à 10,9 %, contre 11,7 % un an plus tôt.

La couverture de l'intérêt, d'après le bénéfice des activités poursuivies et compte tenu d'une affectation de l'intérêt aux activités abandonnées, conformément aux états financiers, s'est élevée à 2,5 fois, comparativement à 3,3 fois pour l'exercice 1991.

Risques et incertitudes

À court terme, les facteurs de risque principaux qui pourraient avoir un impact sur le rendement de la Compagnie sont la longueur et la rigueur de la récession. Il est peu probable que les ventes et les marges bénéficiaires retournent à la normale tant que l'économie ne se sera pas redressée et que les consommateurs n'auront pas repris confiance. En outre, en période de récession, le soutien financier que la Compagnie accorde à ses franchisés augmente habituellement. Les facteurs qui jouent en faveur de la Compagnie, jusqu'à un

certain point, sont son étendue géographique et la diversité de ses concepts de commercialisation.

Après avoir vendu l'actif d'exploitation de Consumers, Provigo s'est retrouvée avec certains éléments d'actif qui ne donnent aucun rendement à court terme. Provigo a conservé les avantages fiscaux et les impôts reportés de Consumers, qui s'élèvent approximativement à 44 M\$. La Compagnie prévoit réaliser ces avantages d'ici quatre ou cinq ans. En outre, Provigo a touché, dans le cadre de la contrepartie de la vente, des actions privilégiées à dividende cumulatif de 7 % totalisant 65 M\$ sur lesquelles aucun dividende n'a été comptabilisé. Bien qu'il ne fasse aucun doute, pour le moment, que ces actions privilégiées puissent être réalisées, la capacité de la Compagnie de les convertir en espèces sera tributaire du rendement futur de l'acheteur de l'actif d'exploitation de Consumers.

Deux poursuites judiciaires importantes ont été intentées contre Provigo, comme il est décrit à la note «Éventualités» afférente aux états financiers. Premièrement, après avoir refusé de conclure la vente des actions de Consumers conformément à la convention d'achat d'actions de janvier 1990, l'acheteur a intenté une poursuite contre Provigo, alléguant que de fausses déclarations avaient été faites à l'égard des états financiers de Consumers. La Compagnie conteste cette poursuite et a présenté sa propre réclamation en raison de l'inexécution de la convention. Deuxièmement, certains marchands affiliés du Québec ont intenté une poursuite contre Provigo, alléguant de la concurrence déloyale. La Compagnie est d'avis que les arguments de sa défense sont solides et, en conséquence, elle conteste la poursuite avec vigueur.

Perspectives

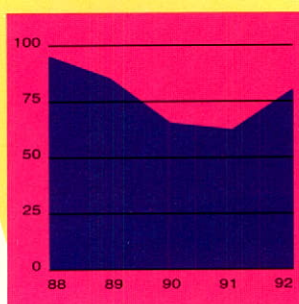
Provigo prévoit que l'exercice 1993 constituera un défi de taille et que la croissance des ventes et du bénéfice demeurera difficile à atteindre. La Compagnie continuera à mettre en oeuvre des stratégies commerciales innovatrices et s'efforcera d'obtenir des coûts d'exploitation avantageux. Dans un contexte où les consommateurs comparent de plus en plus les prix, les entreprises les plus rentables, tant à court terme qu'à long terme, seront celles qui auront les coûts d'exploitation les plus bas.

Le vice-président exécutif et chef de la direction financière,

G. Lecours

Germain P. Lecours

Dette à taux fixe
(en pourcentage de la
dette totale non convertible)



Les états financiers consolidés de Provigo inc. sont la responsabilité de la direction et ont été approuvés par le conseil d'administration. Cette responsabilité comprend le choix de principes comptables appropriés ainsi que l'exercice d'un jugement éclairé dans l'établissement d'estimations raisonnables et justes, conformément aux principes comptables généralement reconnus adéquats dans les circonstances. L'information financière présentée ailleurs dans le présent rapport annuel est compatible avec celle des états financiers consolidés.

La direction de Provigo inc. et de ses filiales s'est dotée de systèmes comptables et de contrôle interne conçus en vue de fournir une certitude raisonnable quant à la protection de l'actif contre toute perte ou utilisation non autorisée et à la fiabilité des registres comptables pour la préparation des états financiers.

Le conseil d'administration s'acquitte de ses responsabilités à l'égard des états financiers consolidés principalement par l'entremise de son comité de vérification composé exclusivement d'administrateurs externes. Le comité de vérification se réunit à intervalles réguliers avec les vérificateurs externes, les vérificateurs internes et la direction pour discuter des conventions et pratiques comptables, des systèmes de contrôle interne, de la portée de la vérification annuelle, de la vérification interne et d'autres sujets. Il incombe à ce comité de recommander au conseil d'administration les vérificateurs externes

choisis par la direction. Les vérificateurs externes et les vérificateurs internes ont accès direct au comité pour discuter des résultats des vérifications effectuées ainsi que de leurs recommandations sur les moyens d'améliorer les contrôles internes, la qualité de la présentation de l'information financière et toute autre question d'intérêt. Le comité révisé les états financiers consolidés annuels avant d'en recommander l'approbation au conseil d'administration. Il révisé aussi la notice annuelle avant qu'elle ne soit déposée auprès des commissions des valeurs mobilières. Durant l'exercice terminé le 25 janvier 1992, le comité de vérification s'est réuni à neuf occasions.

Les présents états financiers consolidés ont été vérifiés par Raymond, Chabot, Martin, Paré, comptables agréés, et le rapport qu'ils ont dressé indiquant l'étendue de leur vérification ainsi que leur opinion sur les états financiers consolidés est présenté ci-après.

Le président du conseil,



Bertin F. Nadeau

Le vice-président exécutif et chef de la direction financière,



Germain R. Lecours

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux actionnaires de Provigo inc.

Nous avons vérifié les bilans consolidés de Provigo inc. au 25 janvier 1992 et au 26 janvier 1991 ainsi que les états consolidés des résultats, des bénéfices non répartis et de l'évolution de la situation financière des exercices terminés à ces dates, et nous avons obtenu tous les renseignements et explications demandés. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Compagnie. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur nos vérifications.

Nos vérifications ont été effectuées conformément aux normes de vérification généralement reconnues. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir un degré raisonnable de certitude quant à l'absence d'inexactitudes importantes dans les états financiers. La vérification comprend le contrôle par sondages des informations probantes à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états

financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, à la lumière des renseignements et des explications fournis et tel qu'il appert aux livres de la Compagnie, ces états financiers consolidés présentent fidèlement, à tous égards importants, la situation financière de la Compagnie au 25 janvier 1992 et au 26 janvier 1991 ainsi que les résultats de son exploitation et l'évolution de sa situation financière pour les exercices terminés à ces dates selon les principes comptables généralement reconnus.

Raymond, Chabot, Martin, Paré
Comptables agréés

Montréal, Canada
Le 11 mars 1992

ÉTAT CONSOLIDÉ DES RÉSULTATS

exercices terminés le 25 janvier 1992 et le 26 janvier 1991

En millions de dollars à l'exception du bénéfice par action

	1992	1991	1990
Ventes nettes	6 699,0	6 525,7	6 139,0
Coût des marchandises vendues	5 894,2	5 778,5	5 426,1
Frais d'exploitation et d'administration	608,8	557,0	550,9
Bénéfice d'exploitation	196,0	190,2	162,0
Amortissements (note 2)	62,4	52,4	43,5
Intérêts-net (note 3)	53,6	42,0	40,3
Frais reliés à la rationalisation de certaines activités du secteur alimentaire	—	—	32,1
Gains réalisés à la vente de propriétés	—	—	(5,8)
Bénéfice net d'une filiale de crédit	(0,5)	(0,8)	(0,5)
Bénéfice des activités poursuivies, compte non tenu des impôts sur le revenu	80,5	96,6	52,4
Impôts sur le revenu (note 4)	23,2	35,9	21,2
Bénéfice des activités poursuivies	57,3	60,7	31,2
Perte des activités abandonnées (note 5)	8,0	60,0	82,6
Bénéfice net (perte nette)	49,3	0,7	(51,4)
Bénéfice (perte) par action ordinaire :			
Activités poursuivies			
non dilué	0,66 \$	0,71 \$	0,36 \$
dilué	0,64 \$	0,68 \$	0,35 \$
Bénéfice net (perte nette)			
non dilué	0,57 \$	0,01 \$	(0,60)\$
dilué	0,55 \$	0,01 \$	(0,60)\$

ÉTAT CONSOLIDÉ DES BÉNÉFICES NON RÉPARTIS

exercices terminés le 25 janvier 1992 et le 26 janvier 1991

En millions de dollars	1992	1991	1990
Bénéfices non répartis au début de l'exercice	201,1	223,3	295,3
Bénéfice net (perte nette)	49,3	0,7	(51,4)
Dividendes versés	(21,5)	(20,6)	(20,6)
Excédent de la contrepartie payée sur le capital déclaré lors du rachat d'actions ordinaires à des fins d'annulation	—	(2,3)	—
Bénéfices non répartis à la fin de l'exercice	228,9	201,1	223,3

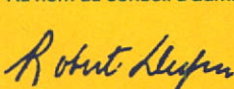
Le résumé des principales conventions comptables ainsi que les notes afférentes font partie intégrante des états financiers consolidés.

En millions de dollars

	1992	1991
Actif à court terme		
Encaisse et certificats de dépôt	7,0	1,6
Débiteurs	276,2	285,7
Stocks	319,7	299,0
Frais payés d'avance	13,9	12,1
Actif net des activités abandonnées (note 5)	52,4	161,0
	669,2	759,4
Passif à court terme		
Emprunts et acceptations bancaires	23,7	42,2
Chèques émis et en circulation	69,1	64,8
Créditeurs et charges à payer	424,7	446,0
Impôts sur le revenu et autres taxes	33,1	27,8
Tranche de la dette à long terme et des obligations en vertu de contrats de location-acquisition échéant à moins d'un an	159,3	5,2
	709,9	586,0
Fonds de roulement	(40,7)	173,4
Autres éléments d'actif		
Placements (note 6)	159,3	141,5
Immobilisations (note 7)	522,5	492,9
Éléments d'actif divers (note 8)	158,6	100,9
	840,4	735,3
Actif utilisé	799,7	908,7
Autres éléments de passif		
Dette à long terme non convertible (note 10)	362,0	509,2
Obligations en vertu de contrats de location-acquisition (note 11)	51,3	43,9
Impôts sur le revenu reportés	26,0	26,9
	439,3	580,0
Billets à ordre convertibles et avoir des actionnaires		
Billets à ordre convertibles (note 12)	20,0	20,0
Capital-actions (note 13)	116,3	112,6
Bénéfices non répartis	228,9	201,1
Redressements de conversion	(4,8)	(5,0)
Avoir des actionnaires	340,4	308,7
	360,4	328,7
Capital utilisé	799,7	908,7

Le résumé des principales conventions comptables ainsi que les notes afférentes font partie intégrante des états financiers consolidés.

Au nom du conseil d'administration,



Robert Després



Bertin F. Nadeau

ÉTAT CONSOLIDÉ DE L'ÉVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

exercices terminés le 25 janvier 1992 et le 26 janvier 1991

En millions de dollars	1992	1991	1990
Exploitation			
Bénéfice des activités poursuivies	57,3	60,7	31,2
Éléments n'affectant pas le fonds de roulement (note 14)	76,3	57,5	42,9
Fonds de roulement provenant des activités poursuivies	133,6	118,2	74,1
Variation des éléments hors caisse du fonds de roulement liés aux activités poursuivies (note 15)	(12,7)	21,3	8,3
Total des liquidités provenant de l'exploitation	120,9	139,5	82,4
Investissement			
Placements	(90,3)	(42,7)	(40,0)
Réalisation de placements	31,3	20,1	14,3
Acquisition d'immobilisations	(100,2)	(133,4)	(129,8)
Vente d'immobilisations	25,2	18,3	22,1
Augmentation des éléments d'actif divers	(36,4)	(29,1)	(19,9)
Total des liquidités utilisées à des fins d'investissement	(170,4)	(166,8)	(153,3)
Financement			
Dette à long terme – augmentation	124,9	134,2	10,1
– remboursement	(114,9)	(1,7)	(3,4)
Capital-actions – émission	3,7	3,3	6,7
– rachat	–	(5,6)	(0,2)
Autres sources de financement	11,0	5,5	3,6
Total des liquidités provenant du financement	24,7	135,7	16,8
Dividendes versés			
Dividendes versés sur les actions ordinaires	(21,5)	(20,6)	(20,6)
Total des liquidités liées aux activités poursuivies	(46,3)	87,8	(74,7)
Activités abandonnées			
Liquidités provenant des (utilisées par les) activités abandonnées	65,9	24,8	(36,1)
Espèces et quasi-espèces (insuffisance)			
Augmentation (diminution) nette de l'exercice	19,6	112,6	(110,8)
Au début de l'exercice	(105,4)	(218,0)	(107,2)
À la fin de l'exercice	(85,8)	(105,4)	(218,0)

Les espèces et quasi-espèces (insuffisance) comprennent l'encaisse et les certificats de dépôt, déduction faite des emprunts et acceptations bancaires ainsi que des chèques émis et en circulation.

Le résumé des principales conventions comptables ainsi que les notes afférentes font partie intégrante des états financiers consolidés.

Les états financiers consolidés ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus au Canada et comprennent les conventions suivantes :

Consolidation

Les états financiers consolidés comprennent les comptes de Provigo inc. et de ses filiales, à l'exception des activités abandonnées qui sont présentées séparément, comme l'explique la note 5, et d'une filiale de crédit, Financière PVO inc., dont les comptes sont présentés à la valeur de consolidation. Cette dernière est exclue de la consolidation, étant donné qu'elle exerce des activités fondamentalement différentes de celles du groupe consolidé. Toutes les filiales de la Compagnie sont détenues en propriété exclusive.

Devises

Les comptes des établissements étrangers ont été convertis en dollars canadiens de la façon suivante : les éléments d'actif et de passif, au cours du change en vigueur à la fin de l'exercice ; les revenus et les charges, au cours du change moyen de l'exercice. Les gains ou pertes de change résultant de la conversion sont reportés et présentés sous un élément distinct de l'avoir des actionnaires à titre de redressements de conversion.

Les éléments monétaires à long terme libellés en devises des activités canadiennes sont convertis au cours du change en vigueur à la fin de l'exercice. Les gains et pertes de change sont reportés et amortis sur la durée restante des éléments correspondants. Les gains ou pertes de change relatifs à la dette à long terme couverte par des contrats de change sont compensés par les pertes et gains provenant de ces contrats de change. Les gains ou pertes de change non matérialisés sont inscrits au bilan à titre de frais reportés ou à titre de crédit reporté.

Frais d'ouverture et de fermeture de magasins

Les frais relatifs à l'ouverture des nouveaux magasins sont imputés aux résultats de l'exercice au cours duquel ils sont engagés. Lorsque la Compagnie décide de fermer un magasin, l'excédent de la valeur comptable nette du matériel et des améliorations locatives sur la valeur de récupération nette est imputé aux résultats. Les autres frais estimatifs reliés directement à la fermeture, moins toute récupération, sont aussi imputés aux résultats.

Bénéfice par action

Le bénéfice par action ordinaire a été calculé d'après le nombre moyen pondéré d'actions en circulation au cours de l'exercice.

Le bénéfice dilué par action ordinaire a été calculé en presumant que les billets à ordre convertibles, les options d'achat d'actions ordinaires et les actions privilégiées, en circulation à la fin de l'exercice, ont été convertis en actions ordinaires ou ont été levées au début de l'exercice ou à la date d'émission, selon la date la plus tardive.

Stocks

Les stocks sont évalués au moindre du coût, établi généralement selon la méthode de l'épuisement successif, et de la valeur de réalisation nette.

Placements

Les placements sont comptabilisés au coût. Si la baisse de valeur d'un placement est considérée comme n'étant pas temporaire, le placement est dévalué à sa valeur de réalisation estimative, et la perte est imputée aux résultats. Le placement dans la filiale de crédit non consolidée est comptabilisé à la valeur de consolidation.

Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au coût moins l'amortissement cumulé. Les baux qui transfèrent à la Compagnie pratiquement tous les avantages et les risques inhérents à la propriété sont comptabilisés à titre de contrats de location-acquisition. La Compagnie a pour politique de capitaliser les

intérêts engagés durant la période de construction comme partie intégrante du coût des immobilisations importantes.

L'amortissement est calculé selon les méthodes et les taux suivants :

	Méthodes	Taux annuels
Bâtiments	Linéaire	2,5% à 5%
Matériel	Linéaire	10%
Matériel des magasins	Linéaire	12,5%
Matériel roulant	Dégressif	30%
Immobilisations louées en vertu de contrats de location-acquisition :		
Bâtiments	Linéaire	Durée des baux correspondants n'excédant pas 40 ans
Matériel des magasins	Linéaire	Durée des baux correspondants n'excédant pas 10 ans

Les améliorations locatives sont amorties de façon linéaire sur la durée des baux correspondants plus la première période d'option de renouvellement, le cas échéant.

Éléments d'actif divers

L'achalandage, les droits de tenure à bail et les frais reportés, ces derniers étant composés principalement des frais d'émission de la dette ainsi que des coûts liés aux programmes d'assistance économique des détaillants, sont inscrits au coût moins l'amortissement cumulé, calculé principalement de façon linéaire.

Les périodes d'amortissement s'établissent comme suit :

- Achalandage : périodes n'excédant pas 40 ans ;
période moyenne pondérée d'amortissement : 26 ans
- Droits de tenure à bail : durée des baux correspondants
- Frais d'émission de la dette : durée de l'émission de la dette correspondante
- Programmes d'assistance économique des détaillants : durée des programmes n'excédant pas 8 ans.

Les éléments d'actif divers incluent aussi les charges de retraite reportées et les avantages fiscaux.

Régimes de retraite

La Compagnie offre des régimes de retraite non contributifs à presque tous ses employés. Les participants ont le choix de participer à l'option à prestations déterminées ou à l'option à cotisations déterminées des régimes.

Les dispositions de l'option à prestations déterminées prévoient que les employés toucheront une prestation de retraite calculée d'après le nombre d'années de service et la moyenne des derniers salaires dans le cas des cadres, et le salaire annuel dans le cas des autres employés. Le coût des régimes de retraite est déterminé en fonction d'évaluations actuarielles. La charge de retraite est constituée du total des éléments suivants :

- Le coût des prestations de retraite accordées en échange des services rendus par les salariés au cours de l'exercice.
- L'amortissement, selon la méthode linéaire, sur la durée moyenne prévue du reste de la carrière active des salariés, des ajustements découlant des modifications des régimes ou des hypothèses, des gains et pertes actuariels et des surplus calculés suite à l'adoption des recommandations de l'Institut Canadien des Comptables Agréés en 1986.

L'écart entre les cotisations de l'employeur et les montants inscrits à titre de charge ou de revenu de retraite est comptabilisé comme charge de retraite reportée.

Les dispositions de l'option à cotisations déterminées prévoient que les employés toucheront une prestation de retraite calculée d'après le montant de la cotisation de l'employeur, déterminée en fonction des années de service, et les cotisations des employés.

Exercice financier

L'exercice financier de la Compagnie se termine le dernier samedi de janvier. Par conséquent, les exercices terminés le 25 janvier 1992, le 26 janvier 1991 et le 27 janvier 1990 comprennent 52 semaines d'exploitation.

exercices terminés le 25 janvier 1992 et le 26 janvier 1991
Tous les chiffres des tableaux sont exprimés en millions de dollars.

1. Changement de convention comptable

En 1991, la Compagnie a adopté rétroactivement les nouvelles recommandations de l'Institut Canadien des Comptables Agréés sur la présentation des activités abandonnées et des éléments extraordinaires. Essentiellement, ces nouvelles recommandations exigent de présenter séparément les résultats afférents aux activités abandonnées des résultats afférents aux activités poursuivies et donnent une nouvelle

définition des opérations ou des faits à présenter comme des éléments extraordinaires. À la suite de l'adoption de ces nouvelles recommandations, l'élément de 62 100 000 \$ qui avait été présenté en 1990 comme poste extraordinaire a été inclus dans les résultats afférents aux activités abandonnées. L'adoption de ces nouvelles recommandations n'a pas eu d'incidence sur le bénéfice net (la perte nette) consolidé(e).

2. Amortissements

	1992	1991	1990
Immobilisations	49,0	42,9	36,8
Achalandage	3,9	1,9	1,9
Droits de tenure à bail	0,8	0,7	0,7
Frais reportés	8,7	6,9	4,1
	<u>62,4</u>	<u>52,4</u>	<u>43,5</u>

3. Intérêts-net

	1992	1991	1990
Dette à long terme non convertible	66,8	73,1	68,5
Billets à ordre convertibles	1,2	1,2	1,2
Autres	5,4	3,8	5,5
Intérêts capitalisés sur les immobilisations	(0,1)	(1,6)	(0,6)
Amortissement du gain sur contrats de change à terme	(3,0)	(2,9)	(2,9)
	<u>70,3</u>	<u>73,6</u>	<u>71,7</u>
Revenus d'intérêts et de placements	(8,9)	(11,3)	(5,6)
	<u>61,4</u>	<u>62,3</u>	<u>66,1</u>
Moins : Intérêts attribués aux activités abandonnées	7,8	20,3	25,8
	<u>53,6</u>	<u>42,0</u>	<u>40,3</u>

4. Impôts sur le revenu

Le taux d'imposition effectif consolidé de la Compagnie s'établit comme suit :

	1992	1991	1990
Taux statutaire canadien d'impôts sur le revenu	37,3%	37,7%	38,6%
Bénéfice étranger imposé à d'autres taux	(2,2)	(1,5)	1,5
Réduction attribuable au règlement de cotisations fiscales	(6,2)	—	—
Amortissement de l'achalandage non déductible	0,7	0,5	1,3
Autres	(0,8)	0,5	(1,1)
Taux d'impôts sur le revenu effectif	<u>28,8%</u>	<u>37,2%</u>	<u>40,3%</u>
La provision pour impôts sur le revenu comprend ce qui suit :			
Exigibles	16,9	33,6	25,6
Reportés	6,3	2,3	(4,4)
	<u>23,2</u>	<u>35,9</u>	<u>21,2</u>

5. Activités abandonnées

En octobre 1989, la Compagnie a annoncé un important programme de restructuration selon lequel elle concentrerait ses efforts dans le secteur de la distribution de produits alimentaires et, par conséquent, se départirait de son Groupe Santé et Pharmaceutique, à savoir Medis Services Pharmaceutiques et de Santé Inc. (Medis), et de son Groupe de magasins spécialisés, soit Consumers Distributing Company Limited (Consumers) et Sports Experts Inc. (Sports Experts).

En date du 27 janvier 1990, Medis a été vendue en contrepartie d'une somme approximative de 110 000 000 \$. De plus, le 5 février 1990, la Compagnie a conclu une convention prévoyant la vente des actions de Consumers en date du 27 janvier 1990. L'acheteur a annoncé par la suite qu'il n'exécuterait pas cette convention, alléguant que de fausses déclarations avaient été faites (voir la note 17 – Éventualités).

Le 28 novembre 1990, la Compagnie a conclu une convention avec d'autres acheteurs prévoyant la vente de l'actif d'exploitation de Consumers en date du 23 mars 1991. Les modalités de la convention d'achat de l'actif prévoyaient un prix d'achat d'environ 195 000 000 \$ composé d'une contrepartie en espèces de 125 000 000 \$ et d'une tranche de 70 000 000 \$ représentée

principalement par des actions privilégiées. En outre, la Compagnie a pris en charge les comptes fournisseurs de Consumers évalués à environ 62 000 000 \$. La Compagnie a conservé une tranche de l'actif se composant principalement d'avantages fiscaux et d'impôts sur le revenu reportés d'une valeur approximative de 44 000 000 \$.

En 1991, une perte provenant des activités abandonnées a été comptabilisée pour tenir compte des pertes subies en raison de l'inexécution de la convention d'achat d'actions initiale relative à Consumers et des pertes découlant des modalités de la convention d'achat relative à la vente de l'actif d'exploitation de Consumers. Cette perte comprend également d'autres provisions pour les pertes résultant du report de la vente de Sports Experts.

En 1992, une perte provenant des activités abandonnées de 8 000 000 \$ a été comptabilisée pour provisionner les pertes résultant du fait que la vente de Sports Experts est à nouveau reportée. Ce retard est attribuable principalement au marasme économique et à la récession qui sévit dans le secteur de la vente au détail au Canada.

Les faits saillants de l'exploitation des activités abandonnées s'établissent comme suit pour les exercices terminés le 25 janvier 1992, le 26 janvier 1991 et le 27 janvier 1990 :

Ventes nettes

Bénéfice (perte) d'exploitation

Liquidités provenant de l'exploitation

Exercices terminés le

25 janvier 1992	26 janvier 1991	27 janvier 1990
253,5	890,5	2 116,6
(4,4)	(3,5)	8,1
21,5	(19,2)	(23,0)

Les éléments d'actif net des activités abandonnées inclus au bilan se détaillent comme suit :

Fonds de roulement

Autres éléments d'actif

Moins : Passif à long terme

Actif net des activités abandonnées

25 janvier 1992*	26 janvier 1991**
22,1	175,2
32,1	53,0
54,2	228,2
1,8	2,9
52,4	225,3

* Comprend l'actif net de Sports Experts

** Comprend l'actif net de Sports Experts et de Consumers dont une tranche a été présentée à titre de placement.

6. Placements

	1992	1991
Actions privilégiées*	70,4	91,0
Créances à long terme, portant intérêt à des taux se rapprochant du taux préférentiel et échéant à diverses dates jusqu'en 2007	76,8	41,8
Placement dans une filiale de crédit non consolidée, Financière PVO inc.**	6,3	5,8
Autres	5,8	2,9
	159,3	141,5

*Se composent principalement d'actions privilégiées à dividende cumulatif de 7 % rachetables par la Compagnie en 1994 et en 1997. Ces actions privilégiées résultent de la vente de Consumers.

**Financière PVO inc. est une filiale en propriété exclusive de Provigo inc. qui obtient son propre financement sur le marché et fournit des services ayant trait au financement d'améliorations locatives, de matériel, d'achalandage et de stocks initiaux, aux marchands oeuvrant sous les bannières de la Compagnie et à d'autres clients. La Compagnie, par l'entremise de ses filiales, a garanti ces créances de financement.

Les renseignements financiers de Financière PVO inc. se résument comme suit:

	1992	1991	1990
Résultats d'exploitation			
Revenus	3,9	6,4	7,5
Charges	3,4	5,6	7,0
Bénéfice net	0,5	0,8	0,5
Situation financière			
Créances de financement	25,4	42,6	
Débiteurs de compagnies affiliées	9,9	1,6	
Autres éléments d'actif	0,1	0,3	
Total de l'actif	35,4	44,5	
Billets, 8,1%, échéant jusqu'en 1994	28,4	37,7	
Autres éléments de passif	0,7	1,0	
Total du passif	29,1	38,7	
Avoir de l'actionnaire	6,3	5,8	
Total du passif et de l'avoir de l'actionnaire	35,4	44,5	

7. Immobilisations

	1992			1991		
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur nette comptable	Coût	Amortissement cumulé	Valeur nette comptable
Terrains	48,5	—	48,5	45,9	—	45,9
Terrains détenus à des fins de développement	8,3	—	8,3	7,7	—	7,7
Construction en cours	4,5	—	4,5	5,5	—	5,5
Bâtiments	200,7	36,9	163,8	191,4	32,1	159,3
Matériel	338,4	167,0	171,4	313,1	151,4	161,7
Améliorations locatives	107,0	27,2	79,8	96,1	22,6	73,5
Immobilisations louées en vertu de contrats de location-acquisition	56,8	10,6	46,2	46,3	7,0	39,3
	764,2	241,7	522,5	706,0	213,1	492,9

8. Éléments d'actif divers

	1992	1991
Achalandage, déduction faite de l'amortissement cumulé	52,9	44,6
Frais reportés, déduction faite de l'amortissement cumulé	48,0	37,6
Droits de tenure à bail, déduction faite de l'amortissement cumulé	12,4	12,2
Avantages fiscaux*	39,3	—
Charges de retraite reportées	6,0	6,5
	158,6	100,9

*Se composent principalement des avantages fiscaux conservés par la Compagnie suite à la vente de Consumers Distributing Company Limited.

9. Marges de crédit non garanties

Au 25 janvier 1992, la Compagnie bénéficie d'ententes avec diverses institutions bancaires prévoyant des marges de crédit consenties de 275 millions \$, desquelles 7 millions \$ sont

utilisés. La Compagnie a aussi des marges de crédit non consenties de 72 millions \$, desquelles 24 millions \$ sont utilisés.

10. Dette à long terme non convertible

Déventures, série 1987, 9,8 %, échéant en 1997	50,0
Déventures, série 1987-A, 10,8 %, échéant en 1997	75,0
Déventures, série 1987-B, 11,0 %, échéant en 1992	100,0
Déventures, série Nouvelle-Zélande, 17,45 %, échéant en 1992*	56,8
Déventures, série E, 13,5 %, échéant en 1993	20,0
Déventures, série F, 11,875 %, échéant en 1995	20,0
Déventures, série 1991, 11,25 %, échéant en 2001	100,0
Billets**	93,0
Autres billets	3,4
Emprunts hypothécaires	0,9

Moins la tranche de la dette à long terme échéant à moins d'un an

1992	1991
50,0	50,0
75,0	75,0
100,0	100,0
56,8	62,5
20,0	20,0
20,0	20,0
100,0	—
93,0	180,1
3,4	4,7
0,9	1,1
519,1	513,4
157,1	4,2
362,0	509,2

* La Compagnie a conclu des contrats de change à terme qui ont pour effet de ramener le coût de financement de cet emprunt à un niveau concurrentiel et de le convertir en une obligation en dollars canadiens d'un montant en capital de 61 416 000 \$ à l'échéance.

** Les billets consistent en des billets à ordre non garantis, émis aux taux du marché, échéant à moins d'un an et assortis de facilités de crédit à long terme consenties. Par conséquent, ces emprunts sont classés dans la dette à long terme. Ces billets à ordre sont exclus des versements annuels à effectuer compte tenu de l'intention de la Compagnie de renouveler annuellement les facilités de crédit à long terme de ces billets pour des périodes minimales de 24 mois.

Au 25 janvier 1992, l'ensemble de la dette à long terme, exclusion faite des emprunts hypothécaires, ne fait l'objet d'aucune garantie. Les versements annuels minimaux à effectuer sur la dette à long terme au cours des cinq prochains exercices s'établissent comme suit:

1993	1994	1995	1996	1997
157,1	20,3	0,2	20,1	50,2

11. Obligations et engagements en vertu de contrats de location

Les loyers minimaux exigibles en vertu de contrats de location-acquisition et de location-exploitation des activités poursuivies s'établissent comme suit:

1993	9,1
1994	8,7
1995	8,5
1996	7,8
1997	6,9
1998 et par la suite	142,1
Total des loyers minimaux	183,1

Moins:

Intérêts théoriques au taux moyen de 13,1%	129,6
Tranche échéant à moins d'un an	2,2

Obligations à long terme en vertu de contrats de location-acquisition

Location-acquisition	Location-exploitation	
	Brut	Net des sous-locations
9,1	95,7	38,7
8,7	92,5	42,6
8,5	88,6	46,8
7,8	83,8	51,6
6,9	79,6	55,6
142,1	780,6	640,6
183,1	1 220,8	875,9
129,6		
2,2		
51,3		

Le montant des intérêts imputés au bénéfice des activités poursuivies s'élève à 6 527 000 \$ (5 598 000 \$ en 1991 et 6 229 000 \$ en 1990) et est inclus dans les intérêts sur la dette à long terme non convertible. Les charges en vertu des contrats de location-exploitation imputées au bénéfice des activités poursuivies de l'exercice s'élèvent à 37 537 000 \$ (36 050 000 \$ en 1991 et

33 724 000 \$ en 1990), déduction faite des revenus de sous-location.

Le total des loyers minimaux de 42 432 000 \$ relatif aux activités abandonnées de Sports Experts Inc., déduction faite des revenus de sous-location, n'est pas inclus ci-dessus.

12. Billets à ordre convertibles

Les billets à ordre convertibles sont présentés sous la rubrique billets à ordre convertibles et avoir des actionnaires du bilan consolidé afin de refléter leur caractère permanent. Cette présentation est justifiée par le faible taux d'intérêt et

par l'intention manifestée par le porteur de ces billets de lever son option et de convertir ces billets en actions ordinaires. Les billets à ordre convertibles se détaillent comme suit :

	1992	1991
Billets à ordre, 6,31%, convertibles en actions ordinaires échéant en juin 1994	20,0	20,0

13. Capital-actions

Autorisé :

1 000 000 d'actions privilégiées de premier rang d'une valeur nominale de 25 \$ chacune et pouvant être émises en séries
Nombre illimité d'actions privilégiées sans valeur nominale et pouvant être émises en séries

Nombre illimité d'actions ordinaires sans valeur nominale

Émis et en circulation :

– actions privilégiées (157 935 en 1991)

86 441 579 actions ordinaires (86 024 441 en 1991)

	1992	1991
	–	0,1
	116,3	112,5
	116,3	112,6

Au cours de l'exercice, 1 397 actions privilégiées ont été émises pour une contrepartie au comptant de 1 146 \$. De plus, 22 515 actions privilégiées ont été rachetées pour une contrepartie au comptant de 17 000 \$ et 136 817 actions privilégiées ont été converties en 70 801 actions ordinaires pour une contrepartie de 820 387 \$.

De plus, 118 471 actions ordinaires ont été émises en vertu des régimes d'achat d'actions des employés pour une contrepartie au comptant de 1 243 000 \$ et 227 866 actions ordinaires ont été émises en vertu des régimes d'options d'achat d'actions des cadres supérieurs de la Compagnie pour une contrepartie au comptant de 1 828 000 \$.

Au 25 janvier 1992, des actions ordinaires avaient été réservées aux fins suivantes :

	Actions ordinaires réservées
Régimes d'achat d'actions des employés	416 425
Régimes d'options d'achat d'actions des cadres supérieurs de la Compagnie	2 312 754
Privilège de conversion rattaché aux billets à ordre convertibles	4 480 000

Du nombre de 2 312 754 actions ordinaires réservées relativement aux régimes d'options d'achat d'actions des cadres supérieurs de la Compagnie, un nombre total de 2 113 385 actions correspond à des options accordées qui peuvent être levées à des prix variant de 8,1875 \$ à 11,50 \$ l'action après certaines périodes de dévolution expirant jusqu'en l'an 2001.

Le privilège de conversion rattaché aux billets à ordre convertibles peut être exercé au prix de 4,93 \$ l'action jusqu'au 28 juin 1994 et au prix de 4,48 \$ l'action à l'échéance, le 29 juin 1994.

14. Éléments n'affectant pas le fonds de roulement

	1992	1991	1990
Amortissements	62,4	52,4	43,5
Dévaluation des placements	7,4	7,4	2,3
Impôts sur le revenu reportés	6,3	2,3	(4,4)
Variations des redressements de conversion	0,2	(2,5)	1,7
Autres	–	(2,1)	(0,2)
	76,3	57,5	42,9

15. Variation des éléments hors caisses du fonds de roulement liés aux activités poursuivies

	1992	1991	1990
Débiteurs	34,0	(54,5)	(19,4)
Stocks	(20,3)	5,9	(18,8)
Créditeurs et charges à payer	(25,9)	53,0	53,6
Autres	(0,5)	16,9	(7,1)
	(12,7)	21,3	8,3

16. Régimes de retraite

Des cotisations sont effectuées au régime au besoin afin de pourvoir au coût des services courants. Les cotisations de la Compagnie peuvent être réduites ou n'être pas requises pour un exercice donné sous réserve de la couverture complète de la dette actuarielle par les éléments d'actif des régimes de retraite. Des rapports actuariels sont préparés annuellement par des actuaires indépendants de la Compagnie à des fins comptables.

Le tableau suivant présente la composition de la charge (du revenu) de retraite des régimes à prestations déterminées pour les exercices 1992, 1991 et 1990 ainsi que la charge de retraite reportée en date du 25 janvier 1992, du 26 janvier 1991 et du 27 janvier 1990 :

	1992	1991	1990
Charge (revenu) de retraite			
Coût des services pour l'exercice	5,1	4,6	3,1
Frais d'intérêt sur les obligations découlant des prestations projetées	6,2	5,6	5,2
Rendement de l'actif	(7,6)	(7,4)	(7,3)
Amortissement de l'excédent actuariel	(1,8)	(2,0)	(2,1)
Charge (revenu) de retraite de l'exercice	1,9	0,8	(1,1)
Capitalisation des régimes de retraite			
Actif des régimes de retraite à la valeur marchande	88,9	85,5	83,9
Valeur actuarielle des obligations découlant des prestations projetées	73,8	66,5	59,5
Excédent de l'actif des régimes de retraite sur les obligations découlant des prestations projetées	15,1	19,0	24,4
Fraction non amortie des gains actuariels*	(3,2)	(5,5)	(9,0)
Fraction non amortie de l'excédent actuariel au 26 janvier 1986*	(5,9)	(7,0)	(8,2)
Charges de retraite reportées	6,0	6,5	7,2

* Amortis sur la durée moyenne prévue du reste de la carrière active des groupes d'employés couverts par les régimes, généralement 12 ans.

17. Éventualités

Conformément à une convention d'achat d'actions conclue en date du 27 janvier 1990, la vente des actions de Consumers Distributing Company Limited (Consumers) devait être conclue à la fin d'avril 1990. Le 27 avril 1990, l'acheteur a annoncé qu'il n'exécuterait pas la convention d'achat, alléguant que de fausses déclarations avaient été faites à l'égard des états financiers de Consumers, et a intenté une action en dommages-intérêts contre la Compagnie. Cette dernière conteste l'action et a présenté sa propre réclamation en dommages-intérêts en raison de l'inexécution de la convention. La Compagnie est d'avis que les arguments de sa défense sont solides et, en conséquence, elle assure sa défense avec vigueur; elle voit également à faire reconnaître sa propre réclamation. Il est impossible de prévoir l'issue de ces poursuites à l'heure actuelle. Tout paiement ou produit qui en découlera sera présenté à titre de redressement affecté aux exercices antérieurs.

Le 25 janvier 1991, un groupe de 55 exploitants affiliés à Provigo Distribution Inc., filiale de la Compagnie, a intenté une poursuite devant la Cour supérieure du Québec, réclamant une somme approximative de 224 000 000 \$ en dommages-intérêts. Le groupe allègue que l'exploitation de certains magasins appartenant à Provigo Distribution Inc. constitue de la concurrence déloyale. Depuis la date à laquelle les poursuites ont été intentées, 23 demandeurs ont annulé leurs réclamations

respectives, ce qui a réduit le montant de la réclamation globale à environ 141 000 000 \$. La direction de la Compagnie est d'avis que les arguments de sa défense sont solides et, en conséquence, elle assure sa défense avec vigueur. L'issue de cette poursuite ne peut être prévue à l'heure actuelle; toutefois, la direction est d'avis qu'elle n'aura pas d'incidence importante sur la situation financière de la Compagnie. Si une perte est subie, elle sera comptabilisée à titre de redressement affecté aux exercices antérieurs.

Pendant le processus de vente de l'actif des activités abandonnées, des baux à long terme expirant à des dates diverses, jusqu'en 2011, ont été cédés aux acheteurs. Par l'intermédiaire d'une filiale, la Compagnie demeure liée par ces baux au moment de leur cession. Il n'est pas possible à l'heure actuelle de prévoir l'issue de cette éventualité; toutefois, il n'est pas prévu qu'elle ait une incidence importante sur la situation financière de la Compagnie. Si la Compagnie était appelée à s'exécuter en vertu de ces baux, tout paiement nécessaire serait imputé aux résultats de l'exercice au cours duquel il serait fait.

De plus, la Compagnie et ses filiales font l'objet de réclamations et de poursuites dans le cours normal de leurs activités. De l'avis de la direction, ces réclamations et ces poursuites font l'objet d'une couverture d'assurance adéquate et, si tel n'était pas le cas, leur dénouement ne devrait pas avoir d'incidence importante sur la situation financière de la Compagnie.

18. Événement postérieur à la date du bilan

Le 14 février 1992, le conseil d'administration a approuvé, sous réserve de l'approbation des organismes de réglementation et des actionnaires, l'émission et la livraison de 3 400 000 reçus en contrepartie d'une somme totale de 85 000 000\$. Les reçus ont été émis et livrés le ou vers le 25 février 1992; chaque reçu permet au porteur de recevoir, sans paiement supplémentaire à la Compagnie, une action privilégiée de premier rang, série 1 entièrement libérée et un bon de souscription visant l'achat d'une action ordinaire de la Compagnie. Ces actions privilégiées sont rachetables au gré de la Compagnie ou des porteurs

à compter du 10 avril 1997. Chaque bon de souscription permet au porteur d'acheter une action ordinaire au prix de 9,50\$ l'action en tout temps après le 9 juillet 1992, jusqu'au 10 avril 1995 inclusivement, après quoi le bon de souscription n'aura plus aucune valeur. Si les approbations requises sont obtenues, la Compagnie touchera un produit estimatif de 82 000 000\$ qui sera affecté à la réduction de la dette.

Le bénéfice pro forma dilué par action ordinaire tiré des activités poursuivies et le bénéfice net s'élèvent respectivement à 0,63\$ et à 0,55\$.

19. Information sectorielle

La Compagnie oeuvre dans un seul secteur, soit la distribution et la vente au détail de produits alimentaires et connexes, dont les secteurs géographiques s'établissent comme suit:

Ventes nettes*

	1992	1991	1990
Canada	5 858,7	5 713,1	5 344,8
États-Unis	840,3	812,6	794,2
	<u>6 699,0</u>	<u>6 525,7</u>	<u>6 139,0</u>
Bénéfice (perte) d'exploitation**			
Canada	194,8	186,1	168,0
États-Unis	1,2	4,1	(6,0)
	<u>196,0</u>	<u>190,2</u>	<u>162,0</u>
Éléments d'actif sectoriels			
Canada	1 082,4	1 021,4	921,5
États-Unis	232,4	200,9	174,8
Siège social	142,4	111,4	44,7
	<u>1 457,2</u>	<u>1 333,7</u>	<u>1 141,0</u>
Dépenses en immobilisations			
Canada	87,0	96,3	106,5
États-Unis	13,2	37,1	23,3
	<u>100,2</u>	<u>133,4</u>	<u>129,8</u>

*Il n'existe aucune vente entre les secteurs géographiques.

**Le bénéfice d'exploitation sectoriel comprend une ventilation de charges du siège social.

Résultats trimestriels (non vérifiés)

	Premier trimestre (12 semaines)	Deuxième trimestre (16 semaines)	Troisième trimestre (12 semaines)	Quatrième trimestre (12 semaines)	Exercice entier
1992					
Ventes nettes	1 503,8	2 121,9	1 551,4	1 521,9	6 699,0
Bénéfice d'exploitation	44,9	67,3	43,0	40,8	196,0
Bénéfice des activités poursuivies	12,7	21,0	9,4	14,2	57,3
Bénéfice net	12,7	21,0	9,4	6,2	49,3
Bénéfice d'exploitation (% des ventes nettes)	3,0%	3,2%	2,8%	2,7%	2,9%
Bénéfice des activités poursuivies (% des ventes nettes)	0,8%	1,0%	0,6%	0,9%	0,9%
1991					
Ventes nettes	1 410,8	2 017,6	1 546,1	1 551,2	6 525,7
Bénéfice d'exploitation	37,4	59,2	48,6	45,0	190,2
Bénéfice des activités poursuivies	10,6	18,4	16,6	15,1	60,7
Bénéfice net (perte nette)	10,6	18,4	(43,4)	15,1	0,7
Bénéfice d'exploitation (% des ventes nettes)	2,7%	2,9%	3,1%	2,9%	2,9%
Bénéfice des activités poursuivies (% des ventes nettes)	0,8%	0,9%	1,1%	1,0%	0,9%
1990					
Ventes nettes	1 326,1	1 905,6	1 458,8	1 448,5	6 139,0
Bénéfice d'exploitation	34,6	52,0	34,4	41,0	162,0
Frais de rationalisation	—	2,9	18,2	11,0	32,1
Bénéfice (perte) des activités poursuivies	10,3	15,4	(2,3)	7,8	31,2
Bénéfice net (perte nette)	6,3	0,2	(65,7)	7,8	(51,4)
Bénéfice d'exploitation (% des ventes nettes)	2,6%	2,7%	2,4%	2,8%	2,6%
Bénéfice (perte) des activités poursuivies (% des ventes nettes)	0,8%	0,8%	(0,2%)	0,5%	0,5%

États des résultats (en millions de dollars)

	1992	1991	1990	1989	1988
Ventes nettes	6 699,0	6 525,7	6 139,0	5 348,0	4 800,6
Bénéfice d'exploitation	196,0	190,2	162,0	157,4	145,6
Amortissements	62,4	52,4	43,5	32,9	27,0
Intérêts-net	53,6	42,0	40,3	27,5	16,7
Impôts sur le revenu	23,2	35,9	21,2	43,5	48,1
Bénéfice des activités poursuivies	57,3	60,7	31,2	63,8	57,3
Bénéfice net (perte nette)	49,3	0,7	(51,4)	51,5	67,2

Évolution de la situation financière (en millions de dollars)

Liquidités provenant de l'exploitation	120,9	139,5	82,4	75,3	74,8
Dépenses en immobilisations	100,2	133,4	129,8	96,9	86,3
Dividendes	21,5	20,6	20,6	19,6	17,1

Situation financière (en millions de dollars)

Actif à court terme ⁽¹⁾	616,8	598,4	568,4	517,6	440,9
Passif à court terme ⁽¹⁾	709,9	586,0	524,0	481,7	412,0
Fonds de roulement ⁽¹⁾	(93,1)	12,4	44,4	35,9	28,9
Immobilisations	522,5	492,9	423,0	351,0	265,3
Actif total ⁽²⁾	1 457,2	1 333,7	1 141,0	986,3	786,4
Dette totale non convertible	596,3	600,5	582,0	446,2	405,0
Avoir des actionnaires et billets à ordre convertibles	360,4	328,7	353,4	417,2	383,8

Statistiques financières

Rendement de l'avoir moyen des actionnaires ⁽³⁾	19,5%	27,5%	14,0%	31,5%	30,7%
Dette totale non convertible: Avoir ⁽⁴⁾	62:38	65:35	62:38	52:48	51:49
Ratio du fonds de roulement (fois) ⁽¹⁾	0,87	1,02	1,08	1,07	1,07
Couverture de l'intérêt (fois)	2,5	3,3	2,3	4,9	7,3
Dette à taux fixe % dette totale non convertible	80%	63%	65%	85%	95%

Par action ordinaire (en dollars)

Bénéfice des activités poursuivies	0,66	0,71	0,36	0,75	0,68
Bénéfice net (perte nette)	0,57	0,01	(0,60)	0,61	0,80
Liquidités provenant de l'exploitation	1,40	1,62	0,96	0,89	0,89
Dividendes	0,249	0,240	0,241	0,231	0,203
Avoir des actionnaires	3,94	3,59	3,87	4,66	4,29
Valeur au marché (Bourse de Montréal)					
haut	13,00	10,50	11,25	12,25	13,50
bas	8,13	8,25	8,63	8,25	7,00

Statistiques relatives à l'actionnariat

Actions ordinaires en circulation					
en fin d'exercice (en milliers)	86 442	86 024	86 154	85 109	84 564
Moyenne pondérée des actions ordinaires en circulation durant l'exercice (en milliers)	86 280	85 854	85 421	84 822	84 391
Nombre hebdomadaire moyen d'actions échangées ⁽⁵⁾	222 497	329 690	316 112	477 852	370 215
Nombre d'actionnaires en fin d'exercice	4 714	5 265	6 105	6 958	7 884

(1) Excluant l'actif net et les produits à recevoir des activités abandonnées moins le papier commercial compris dans les emprunts et acceptations bancaires.

(2) Excluant l'actif net et les produits à recevoir des activités abandonnées.

(3) Calculé à partir du bénéfice des activités poursuivies et en fonction d'un ratio uniforme de la dette consolidée à l'avoir pour toutes les activités.

(4) L'avoir inclut les billets à ordre convertibles et l'avoir des actionnaires.

(5) Bourses de Montréal et de Toronto.

ADMINISTRATEURS

H. Jonathan Birks⁽³⁾
Montréal
Président
Henry Birks & Sons Ltd.

Yvan Bussièrès⁽¹⁾
Montréal
Président
Provigo inc.

Jean Campeau⁽⁴⁾⁽⁶⁾
Montréal
Président du conseil
Domtar inc.

Robert Després⁽²⁾
Québec
Président
Placements DMR inc.

Richard Drouin⁽²⁾
Montréal
Président du conseil et
chef de la direction
Hydro-Québec

Jeanne Guillevin Wood⁽⁵⁾
Montréal
Présidente du conseil,
présidente et chef de la direction
Guillevin International inc.

Jean-Louis Lamontagne⁽¹⁾
Québec
Administrateur de sociétés

Bertin F. Nadeau⁽¹⁾⁽³⁾
Montréal
Président du conseil
Provigo inc.

Président du conseil,
président et chef de la direction
Unigesco inc.

Carmand Normand⁽²⁾⁽⁴⁾⁽⁶⁾
Montréal
Président-directeur général
Corporation financière
du St-Laurent

René Provost⁽²⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾⁽⁶⁾
Montréal
Administrateur de sociétés

Gerald A. Regan, c.p., c.r.⁽⁴⁾
Ottawa
Président
Hawthorne Development Services

Guy St-Germain⁽¹⁾⁽³⁾
Montréal
Président
Placements Laugerma inc.

David F. Sobey⁽¹⁾
New Glasgow, N.-É.
Président du conseil
Sobeys Inc.

Donald R. Sobey⁽³⁾
Stellarton, N.-É.
Président du conseil
Empire Company Limited

William I.M. Turner Jr, C.M.⁽¹⁾
Montréal
Président et chef de la direction
Exsultate Inc.

- (1) Comité exécutif
(2) Comité de vérification
(3) Comité des ressources humaines
(4) Comité de déontologie
(5) Comité des dons
(6) Comité de placement
des régimes de retraite

DIRIGEANTS

Bertin F. Nadeau⁽¹⁾⁽³⁾
Président du conseil

Yvan Bussièrès⁽¹⁾
Président

Jean-Claude Merizzi⁽⁴⁾
Vice-président exécutif

Germain P. Lecours⁽⁶⁾
Vice-président exécutif
et chef de la direction financière

Yvon Marcoux⁽⁴⁾⁽⁵⁾⁽⁶⁾
Premier vice-président, Administration

François Campeau
Vice-président, Contrôleur

Claude E. Leduc
Secrétaire et conseiller juridique

HAUTE DIRECTION DES COMPAGNIES D'EXPLOITATION

Provigo Distribution inc.
800, boul. René-Lévesque Ouest
Bureau 600
Montréal (Québec) H3B 4S7
Tél.: (514) 878-8612
Fax: (514) 878-8590

Claude Perrault
Président-directeur général

Jacques Mercier
Vice-président exécutif

Gérard Dubé
Vice-président exécutif et
directeur général, Groupe Distribution

Jean-Claude Desrochers
Premier vice-président, Approvisionnement,
mise en marché et distribution

Alain Beaulieu
Vice-président, Ressources humaines

Paul Biron
Vice-président, Technologie
et systèmes d'information

Roland Boudreau
Vice-président, Exploitation
Supermarchés Provigo – Région ouest

Pierre N. Gagné
Vice-président, Approvisionnement et achats

Robert Ganache
Vice-président, Exploitation
Supermarchés Provigo – Région est

Robert Lamontagne
Vice-président, Finance et administration

Jacques Langlois
Vice-président, Centres de distribution

Gérald A. Ponton
Vice-président, Immobilier et ingénierie

Jacques Thibault
Vice-président, Maxi et Héritage

LOEB inc.
1430, place Blair
C.P. 8387
Ottawa (Ontario) K1G 3K8
Tél.: (613) 747-5632
Fax: (613) 747-6986

William Kipp
Président et chef de la direction

David Guilfoyle
Premier vice-président, Commercialisation

Richard Laniel
Premier vice-président, Administration

Norman Lesh
Premier vice-président,
Affaires communautaires

Eddie Li
Premier vice-président, Produits LOEB

Claude Rivest
Premier vice-président, Distribution

Reg Scully
Premier vice-président, Développement

Alfred Teixeira
Premier vice-président, Détail

Lucien Brisbois
Vice-président, Approvisionnement

Philip Gibbs
Vice-président, Contrôleur

Basil Somers
Vice-président, Détail

Jean-Charles Léveillé
Vice-président et directeur général
Division Amos

Sean McGrath
Vice-président et directeur général
Division Sudbury

David Preddy
Vice-président et directeur général
Division Ottawa

Andrew Rattner
Vice-président et directeur général
Division London

Ronald Rewakoski
Vice-président et directeur général
Ventes en gros

Horne & Pitfield Foods Limited
C.P. 10
Edmonton (Alberta) T5J 2G9
Tél.: (403) 486-4800
Fax: (403) 486-5001

Wayne A. Wagner
Président et chef des opérations

David W. Mellor
Vice-président, Finance

Melvin G. Lindgren
Vice-président, Immobilier et développement

John M. Stanton
Vice-président, Détail

John M. Freeman
Vice-président, Approvisionnement

Tom G. Van der Weide
Vice-président, Commercialisation

M. Carl Cooke
Vice-président, Distribution

C Corp. inc.
3100, Côte Vertu
Ville Saint-Laurent (Québec)
H4R 2J8
Tél.: (514) 333-5110
Fax: (514) 333-8175

Jean-Claude Merizzi
Président et chef de la direction

Jean Y. Bernier
Vice-président exécutif

James A. Robertson
Vice-président, Divisions centrale et ouest

Provigo Corp.
P.O. Box 4910
33 San Pablo Avenue
San Rafael, California 94903-4910
Tél.: (415) 472-5860
Fax: (415) 491-1266

Claude A. Savard
Président et chef des opérations

Louis L. Gloyne
Vice-président, Petrini's

William McEntush
Vice-président, Market Wholesale

**Provigo International
Finance BV**
Avenue de la Gare, 6
CH-1700 Fribourg, Suisse
Tél.: 37 23 1521
Fax: 37 23 1522

Jean Jutras
Directeur général

Sports Experts inc.*
4141, Autoroute 440
Laval (Québec) H7P 4W6
Tél.: (514) 687-5200
Fax: (514) 687-1079

Jean-Claude Merizzi
Président du conseil et chef de la direction

Tony Mignacca
Vice-président et chef des opérations

*Comptabilisée à titre d'activités abandonnées

NOTRE RÉSEAU

au 25 janvier 1992

Compagnies d'exploitation	Marché	Employés		Distribution		Bannières	
		Temps plein	Temps partiel	Centres de distribution	Entrepôts libre-service	Bannières	Magasins
Provigo Distribution inc.	Commercialisation et distribution de produits alimentaires (Québec)	4 690	4 354	16	30	Provigo Maxi Héritage Axep Jovi Intermarché Proprio	207 10 27 270 216 22 542
LOEB inc.	Commercialisation et distribution de produits alimentaires (Ontario, ouest et nord-ouest du Québec)	1 366	366	8	22	LOEB IGA IGA LOEB M/M Orange Store	67 38 15 15 1
Horne & Pittfield Foods Limited	Commercialisation et distribution de produits alimentaires (Alberta, Saskatchewan, nord et centre de la Colombie-Britannique)	710	289	8	6	IGA Garden Market IGA Triple S Reddi Mart Mayfair	85 15 71 70 18
C Corp. inc.	Magasins d'accommodation et postes d'essence (Québec, Ontario et Alberta)	199	113			Provi-Soir Winks (Ontario) Top Valu Pinto Winks (Alberta) Red Rooster	251 29 37 3 23 49
Provigo Corp.	Commercialisation et distribution de produits alimentaires (nord de la Californie)	1 489	1 217	4		Petrini's New Deal Cost Less Better Buy	18 13 7 1
Sports Experts inc.	Équipement de sport et de loisir (Canada)	1 625	1 235	1		Sports Experts Collegiate Podium Intersport Mega	130 30 28 9 2

RENSEIGNEMENTS AUX ACTIONNAIRES ET AUX INVESTISSEURS

Les actions ordinaires de la Compagnie sont inscrites à la cote des bourses de Montréal et de Toronto sous le symbole PGI.

Agent des transferts et chargé des registres
Montréal Trust
Montréal, Toronto

Date de versement des dividendes
Les dividendes trimestriels de Provigo sont habituellement versés en janvier, avril, juillet et octobre.

Assemblée annuelle

L'assemblée générale annuelle des actionnaires se tiendra le vendredi 22 mai 1992, à 14 heures, à l'hôtel Bonaventure Hilton, salon Outremont, 1, Place Bonaventure, Montréal (Québec).

Relations avec les investisseurs

Les actionnaires, investisseurs institutionnels, courtiers, analystes et autres personnes qui désirent des renseignements financiers sur la Compagnie sont priés de s'adresser au siège social.

An English copy of this annual report can be obtained from:
Provigo Inc.
1250 René-Lévesque Blvd. West
Montréal, Québec
H3B 4X1

Ce rapport annuel est imprimé sur du papier contenant 50% de fibres recyclées.

Provigo inc.
1250, boul. René-Lévesque Ouest
41^e étage
Montréal (Québec) H3B 4X1
Téléphone: (514) 938-1250
Télécopieur: (514) 938-8054