

le château

1993 Annual Report

CHÂTEAU STORES
OF CANADA LTD.

OUR BUSINESS

Le Château is a vertically integrated retailer of the latest fashion apparel at moderate prices. We adapt mainly European designs of clothing, accessories and footwear for North American men and women. Our clientele is predominantly 15 to 30 years of age, although we continue to attract more consumers of all ages.

At time of writing, we operate 158 stores averaging 3,000 square feet in size, with our major stores measuring 5,000 square feet. Our stores are located mostly in Canada with only five stores in the United States. In addition, our brand name clothing is also sold in two complementary retail formats which have been introduced to expand the Le Château consumer base. These are: a) 61 in-store boutiques in Sears stores across Canada (approximately 500 square feet each boutique); and b) two Le Château Liquidation Centres of approximately 20,000 square feet each.

Our ability to provide unique clothing and respond quickly to upcoming fashion trends is greatly enhanced by our vertical approach to retailing. In addition to extensive product development, approximately 65% of the Company's goods are manufactured in our Canadian production facilities.

BUSINESS OUR

manufactured in our Canadian production facilities. Approximately 82% of the Company's goods are in addition to extensive product development, enhanced by our vertical approach to retailing. Our ability to provide unique clothing and respond

of approximately 50,000 square feet each. (a) and (b) two Le Chateau Liquidation Centres in Canada (approximately 200 square feet each) and (c) in-store boutiques in Sears stores across the Le Chateau consumer base. These are formats which have been introduced to expand is also sold in two complementary retail United States. In addition, our brand name clothing is sold in Canada with only five stores in the most recent year. Our stores are located in approximately 2,000 square feet. Our stores are located in approximately 3,000 square feet in size, with our major stores averaging 8,000 square feet. At the end of 1998, we operate 228 stores averaging

consumers of all ages. Our clientele is predominantly 15 to 30 years old and footwear for North American men and women. Our stores feature mainly European designs of clothing, accessories and footwear at moderate prices. We adapt Le Chateau is a vertically integrated retailer of the



le chateau

FINANCIAL HIGHLIGHTS

Fiscal years ended,

(dollars in thousands
except per-share data)

	January 29, 1994	January 30, 1993 ⁽¹⁾	January 25, 1992 ⁽¹⁾	January 26, 1991 ⁽¹⁾	January 27, 1990 ⁽¹⁾
Results					
Sales	\$150,282	\$156,900	\$150,775	\$147,456	\$126,325
Earnings (loss) before income taxes	11,755	8,575	(6,502)	7,763	2,914
Net earnings (loss) • Per share	7,009 1.59	4,509 1.04	(5,502) (1.29)	4,004 0.94	2,701 0.64
Financial Position					
Working capital	\$ 18,636	\$ 10,411	\$ 1,429	\$ 6,089	\$ 4,378
Total bank loans	—	—	6,109	2,500	5,980
Shareholders' equity	31,816	24,941	20,152	25,327	21,323
Total assets	44,423	39,930	43,706	41,761	36,756
Other Statistics (units as specified)					
Current ratio	2.52:1	1.71:1	1.06:1	1.38:1	1.36:1
Quick ratio ⁽²⁾	1.22:1	0.81:1	0.18:1	0.33:1	0.23:1
Long-term debt to equity ⁽³⁾	0.01:1	0.02:1	0.04:1	0.13:1	0.28:1
Capital expenditures	\$ 2,786	\$ 559	\$ 4,278	\$ 4,553	\$ 1,513
Number of stores at year-end ⁽⁴⁾	158	160	174	167	149
Sales per square foot ⁽⁴⁾ (\$)	\$ 280	\$ 292	\$ 275	\$ 283	\$ 250

(1) 1990-1993 results have been restated to reflect actual and proposed income tax reassessments.

(2) (Cash + short-term deposits + accounts receivable)/current liabilities.

(3) Including capital leases and current portion of debt.

(4) Not including Sears in-store boutiques and temporary stores.

TO OUR SHAREHOLDERS



In last year's annual report, we asked the question, "Profitability returns, but will it continue?" One year later, we are pleased to report that profitability has continued and, furthermore, we have entered the new fiscal year with very favourable first quarter results.

Looking back on the 1993-1994 fiscal year, net earnings reached \$7.0 million or \$1.59 per share, compared with the previous year's earnings of \$4.5 million or \$1.04 per share after a one-time charge of \$3.2 million before tax related to the closure of stores in the United States. Sales were down 4.2% for the year; however, thanks to a reduced cost base, the Company maintained good earnings for fiscal 1993-1994.

We believe that our strong showing during the past two years is a reflection of the decisions we have taken to respond to changing market conditions. Not only has the recession taken its toll on consumer spending, but at the same time, we have seen fundamental changes in consumer values and also in the structure of the retail industry itself. Warehouse formats and category killers are here to stay, and competition from U.S. retailers coming into Canada is increasing.

Having been in business for 35 years, this is not the first time that Le Château has had to adapt itself to major changes in the market place. Our focus, and our strength, has always been our fashion leadership. This is what we are known for. Our strong brand name identification and vertical approach to retailing have enabled us to differentiate ourselves from our competitors during difficult times. While many retailers struggled to maintain their market share through lower prices, we knew that if we could deliver the fashions that our customers wanted, then we would be rewarded in return.

Now, with two solid years behind us and increased profitability in the first quarter, we have once again found the right combination of style, quality and price to suit today's customers.

In keeping with the times, we have introduced two new store formats — Le Château's in-store boutiques in Sears stores and, more recently, our Le Château super-sized Liquidation Centres. The introduction of these concepts would not have been possible without our strong brand name and our ability to deliver on what this name promises. Given the growing success of these formats, plans are under way to increase the number of Sears in-store boutiques from 61 to approximately 100 during 1994, and to double the number of Liquidation Centres to four.

Of course, our main focus remains our regular stores. During 1994, we plan to significantly enhance both our marketing and our store design. Our goal is to ensure that the entire Le Château experience properly reflects the merchandise we are delivering. To this end, a \$2 million advertising campaign is slated to begin in August for the Back-to-School season.

The campaign has been designed not only to enhance the appeal of Le Château's brand name, but also to generate immediate sales volume.

Furthermore, we have commissioned a panel of designers to review our store design. While our current "gold stores" have been tremendously successful, we believe that the store environment should be redefined for Spring 1995. A new store design is expected to be rolled out on a test basis later this year and implemented for February 1995.

In fiscal 1994-1995, we are anticipating another year of healthy profitability. During the first quarter, Le Château recorded a profit of \$0.18 per share versus \$0.09 per share last year.

Finally, I would like to thank our team of employees for their creative energy and commitment. We have together developed a formula that has proven successful for us, as well as for other retailers around the world – that is a strong brand name backed by a vertically integrated organization.

In closing, I would like above all to thank our loyal customers for shopping at Le Château.



Herschel H. Segal

President

Château Stores of Canada Ltd.

May 1994

THE IMPORTANCE OF OUR BRAND



Le Château began selling clothing under its own label 35 years ago.

Today, most of the items sold in our stores bear the Le Château brand name. With Company sales representing over 2% of total annual clothing expenditures in Canada, "Le Château" is one of the largest-selling clothing brands in the country.

Not surprisingly, market research indicates a very high awareness of our brand name, and a strong association with fashion-forward clothing. Our reputation for leading-edge fashion at a moderate price is further enhanced by our 100 percent money-back guarantee.

The strength of our brand has been a very important factor in helping us weather the many changes that have occurred in the retail sector over the past three decades.

We have never wavered from our initial market position as the brand of clothing synonymous with "mod" European fashion designs. The appeal of our brand has always been to people





le chateau

le chateau

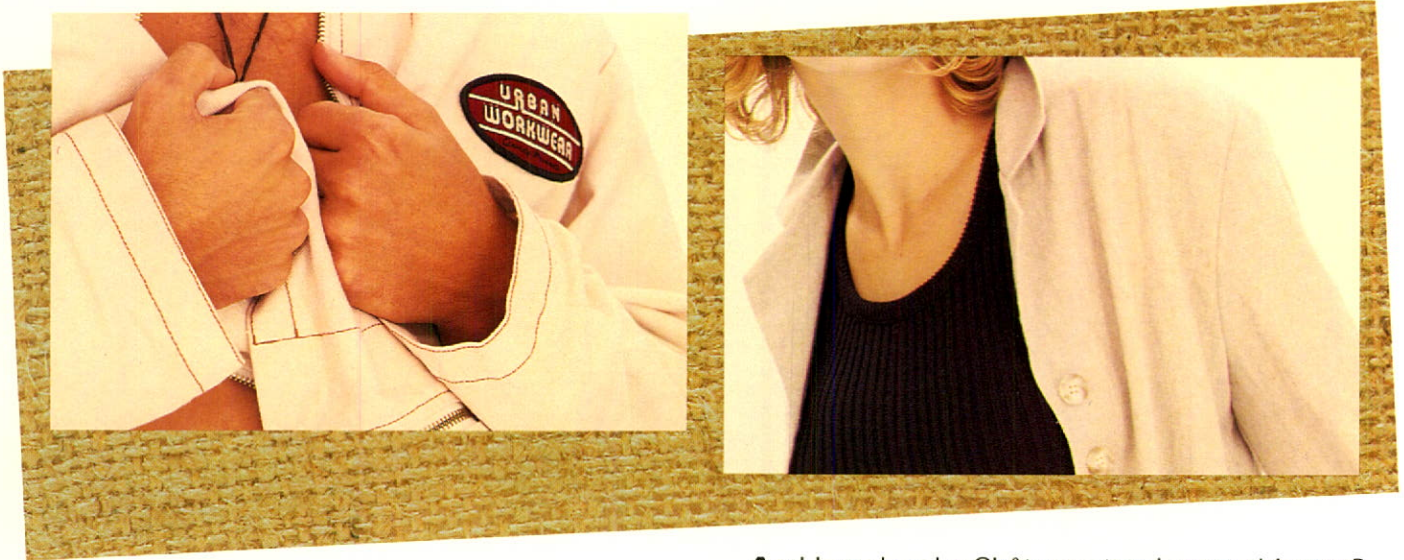
le chateau

le cho

le chateau

aged 15 to 30 to whom fashion is more than just clothing, it is a personal statement. This was the basic reason for shopping at Le Château in the '60s, '70s and '80s, and the reason remains the same today.

The '90s have been the real litmus test of our brand appeal. Consumers today are a different breed. They have come to expect what marketers are calling "value-added." In short, they now want more for their money: more quality, more service and a more defined selection.



And how has Le Château stood up to this test?

One indication has been the success of our two new store formats.

In 1992, we opened three in-store boutiques in Sears stores on a trial basis. Last year, we increased the number of boutiques to 61 and, by the end of 1994, there will be more than 100 Le Château boutiques merchandised in Sears stores across Canada.

In large measure, the success of this co-venture is attributable to the strength of our brand. While Sears customers do not typically shop at Le Château stores, they know who we are and have responded favourably to our clothing in the shopping atmosphere of their preference.

The same can be said for Le Château's Liquidation Centres. Measuring approximately 20,000 square feet, these stores have been successful in attracting people to their stand-alone locations. Undoubtedly, without the Le Château name and fashion appeal, these outlets could not have been so immediately successful.



In recognition of the importance of our brand name, we are launching a \$2 million print, outdoor and television advertising campaign this Fall.



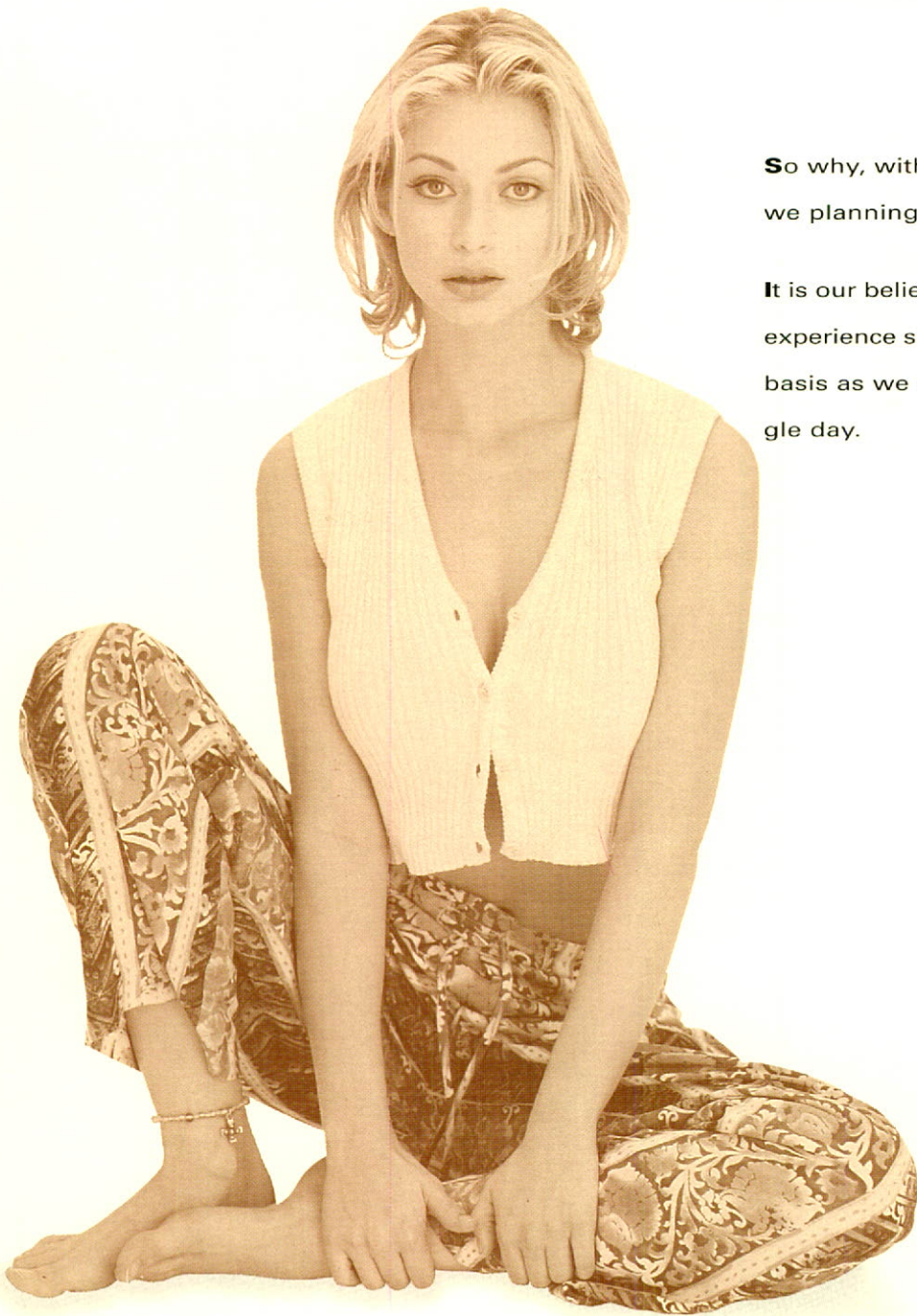
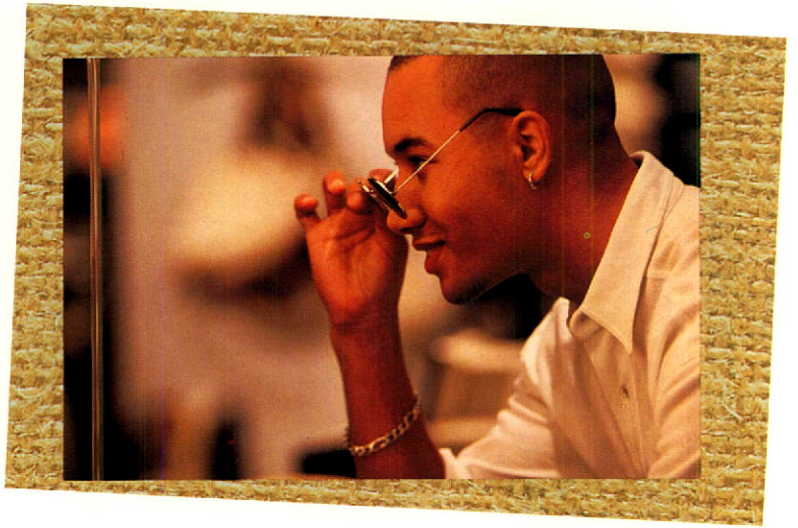
THE FASHION EXPERIENCE



Offering the right combination of quality, price and selection is only part of the equation to being a successful retailer in the '90s. The entire fashion experience — from browsing in the store to the final purchase — should reflect, and enhance, the look of the merchandise.

The indefinable qualities of the fashion experience give customers the confidence to buy because they feel they are in the right place. These qualities include store atmosphere, tightly-designed fashion collections, strong staff awareness of the Company mission — to name only a few.

Never before has the importance of every detail been made so clear to us as when we began to renovate our stores in 1989. The gold concept, with its warmer atmosphere, gold reliefs, and Renaissance-inspired paintings, has appealed to the tastes of our customers. All these details added up to a more pleasurable experience for our customers, with the end result, following every renovation, of increased sales.



So why, with the success of the gold stores, are we planning to change our store concept?

It is our belief that every aspect of the Le Château experience should be re-evaluated on an ongoing basis as we do with our merchandise every single day.



For this reason, we have commissioned a panel of store designers to review our store design and atmosphere. Everything — from the basic floor layout to how the merchandise is presented — will be evaluated to ensure that it is integrated into a seamless, customer-focused environment where consumers feel comfortable to browse (which more than 50% of them do before buying) as well as to shop.

Our plan is to begin testing a new concept by the end of the year, which, if successful, will be launched in 1995 in a number of our stores.

Ultimately, then, the Le Château Fashion Experience starts way back and is the culmination of continuous and daily interaction between all areas of the company: Merchandising, Sales and Administration. We have always recognized the importance of “Management by Walking Around” — a hands-on team effort that results in the “magic” of the Le Château Fashion Experience.

MANAGEMENT'S DISCUSSION AND ANALYSIS

Results of Operations

	Years ended		% Change
	January 29, 1994 (52 weeks)	January 30, 1993 (53 weeks)	
(dollars in thousands except per-share data)			
Results			
Sales	\$150,282	\$156,900	-4.2%
Cost of sales, buying and occupancy	96,666	100,114	-3.4%
Selling, general and administrative	38,131	40,089	-4.9%
Interest	452	1,219	-62.9%
Depreciation and amortization	3,278	3,708	-11.6%
Lease cancellation payments, write-off of fixed assets and other related costs	—	3,195	—
Earnings before income taxes	11,755	8,575	+37.1%
Provision for income taxes	4,746	4,066	+16.7%
Net earnings	\$ 7,009	\$ 4,509	+55.4%
• Per share (\$)	1.59	1.04	+52.9%

Sales

The 4.2% decrease in sales in fiscal 1993-1994 mainly reflects a 3.8% reduction in comparable store sales. Part of the sales decrease was also due to a 52-week fiscal year in 1993-1994 versus a 53-week period in 1992-1993.

During the year, three new stores were opened in Canada and five were closed, of which two were in the United States. This brought the total number of stores to 158 at year-end versus 160 a year earlier. At year-end, the Company was also operating 61 in-store boutiques in Sears stores across Canada. Forty of these in-store boutiques were opened during the fiscal year and plans are under way to increase the number of boutiques to more than 100 by year-end.

Since mid-1992, the Company has been operating a 20,000 square foot prototype Liquidation Centre. A second Liquidation Centre of approximately 20,000 square feet was opened in early 1994 and the Company plans to open an additional two outlet stores this year.

Expenses

Cost of sales, buying and occupancy expenses decreased by \$3.4 million or 3.4% in fiscal 1993-1994 mainly due to lower cost of goods and reduced operating costs.

Selling, general and administrative expenses decreased by \$2.0 million or 4.9% mainly due to lower wage costs, reduced store general expenses and a \$475,000 recovery of write-down of loans to employees.

Total interest expenses decreased by \$767,000 or 62.9% primarily due to the significant increase in the Company's cash position, as well as reduced interest rates.

The previous year's expenses include a one-time charge of \$3.2 million comprised of lease cancellation payments, the write-off of fixed assets and other costs related to store closures in the U.S.

Results

Earnings before income taxes were \$11.8 million or \$2.67 per share versus \$8.6 million or \$1.98 per share in the previous year. Excluding the prior-year charge related to store closures, operating earnings were approximately equivalent in both years.

Liquidity and Capital Resources

	Years ended		% Change
	January 29, 1994	January 30, 1993	
Cash provided by operations ⁽¹⁾	\$10,293	\$9,761	+5.5%
Working capital	18,636	10,411	+79.0%
Long-term debt ⁽²⁾	421	609	-30.9%
Shareholders' equity	31,816	24,941	+27.6%

(1) Excluding net changes in non-cash working capital balances.

(2) Including capital lease obligations and current portion.

Le Château's favourable operating results continue to have a very positive impact on the Company's liquidity and financial position.

Cash provided by operations was \$10.3 million in fiscal 1993-1994, up 5.5% from the previous year. These funds were applied mainly to working capital which increased by \$8.2 million or 79.0%

Net earnings were \$7.0 million, representing a 55.4% increase over 1992-1993. Earnings per share were \$1.59 versus \$1.04 in the previous year.

Fully diluted net earnings of \$1.49 per share for the year reflect the dilutive effect of the employee stock options outstanding at the end of the year.

Dividends

A quarterly dividend of 7.5 cents per Class A Subordinate Voting Share and Class B Voting Share was paid on February 15, 1994, to shareholders of record on January 26, 1994.

to \$18.6 million. The remainder of the cash from operations was used for capital expenditures which were directed primarily to the renovation of 11 stores and the fit-up of one new store.

At year-end, cash and short-term deposits stood at \$13.7 million, exceeding all Company liabilities.

Inventories were at \$15.6 million at year-end, 22.6% higher than a year earlier due to management's anticipation of increased sales during the first quarter of this year which were, in fact, attained.

In terms of the Company's long-term financial position, shareholders' equity increased by 27.6% to \$31.8 million at year-end. In addition to retained earnings, approximately \$198,000 of the increase is attributable to the issuance of capital stock.

Long-term debt and capital lease obligations of \$421,000 at year-end represented a long-term debt to equity ratio of 0.1:1.

In summary, the Company has considerable financial resources, including \$13.7 million in cash and short-term deposits, a revolving line of credit with the bank, and the opportunity to obtain additional long-term financing given its relatively low level of debt.

Projected capital expenditures for fiscal 1994-1995 are approximately \$3.0 million which will be used primarily for the renovation of existing stores. The Company is also considering the purchase of new cash registers, which would involve additional capital expenditures of approximately \$2.0 million.

Management also intends to continue paying quarterly dividends of 7.5 cents per Class A Subordinate Voting Share and per Class B Voting Share.

It is anticipated that the Company will be able to finance dividends and capital expenditures through cash flow from operations.

Risks and Uncertainties

The Canadian retail industry is an extremely dynamic and very competitive industry. The recession has left behind a smaller number of stronger retailers. Le Château is one of these. While statistics show that retail sales are steadily improving, two important challenges continue to prevail. The first is the change in consumer values and the profound impact on shopping behaviour that this entails. The second is the increasing penetration of U.S. retailers into the Canadian market.

Management believes that Le Château offers a unique concept that continues to be relevant in the 1990s. It has been able to maintain a distinctive edge through its dynamic team of employees who are able to determine upcoming trends in fashion using extensive market testing. In addition, the Company's ability to manufacture its own goods enables it to offer the latest fashions in advance of its competitors.

Management's emphasis today is, as it has always been, on ensuring that the right fashions are reaching its stores in the appropriate quantities.

While maintaining its fashion focus, management plans to ensure that its public image and the entire shopping experience at Le Château support the well-researched and creative fashions that the Company is offering. For this reason, management plans to invest in an advertising campaign and a re-evaluation of its store design during 1994 as described on pages 4 and 5 of this report.

Outlook

Management anticipates that the Company's financial results will improve in fiscal 1994-1995 based on the following:

- First quarter earnings of \$0.18 per share, versus \$0.09 per share in the previous year, will contribute to profitability;
- Investments in advertising and store renovations are expected to significantly enhance third and fourth quarter results and to have a continuing favourable effect in the ensuing periods;
- The opening of additional in-store boutiques in Sears stores, plus the full-year impact of the in-store boutiques opened in 1993, is expected to make a positive contribution to both sales and earnings in fiscal 1994-1995;
- The opening of a second Liquidation Centre in early 1994 and two more outlets by the end of the year are also expected to make an immediate contribution to earnings.

Quarterly Information

(dollars in thousands except per-share data)

Quarter	Year ended January 29, 1994 (52 weeks)				Year ended January 30, 1993 (53 weeks)			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Sales	\$30,850	\$36,299	\$38,573	\$44,560	\$31,734	\$35,846	\$39,461	\$49,859
Earnings (loss)								
before income taxes	712	2,838	3,838	4,367	(1,622)	(3,068)	4,628	8,637
Net earnings (loss)	372	1,720	2,258	2,659	(1,227)	(2,495)	2,820	5,411
Per share (\$)	0.09	0.39	0.51	0.60	(0.28)	(0.58)	0.65	1.25
Number of stores								
at end of quarter ⁽¹⁾	160	160	160	158	174	165	164	160

(1) Not including Sears in-store boutiques and temporary stores.

Shareholders' Information

- Symbol: CTU.A
- Listings: TSE, ME
- Number of participating shares outstanding (as of May 5, 1994):
1,487,000 Class A subordinate voting shares
3,020,000 Class B voting shares
- Float: 1,238,000 Class A shares held by the public
- High/low of Class A shares (twelve months ended May 5, 1994): \$17.00/\$10.50
- Recent price (May 5, 1994): \$11.25
- Earnings per share: \$1.59
- Price/earnings ratio: 7.1X
- Book value per share: \$7.18
- Price/book value ratio: 1.6X

Le Château Stores and Square Footage

Fiscal years ended,

Province	Stores		Square Footage	
	January 29, 1994	January 30, 1993	January 29, 1994	January 30, 1993
Ontario	62	61	182,527	179,755
Quebec	51	51	187,187	175,473
Alberta	11	11	33,093	33,093
British Columbia	11	11	34,403	33,438
Manitoba	6	6	16,807	16,807
New Brunswick	4	4	10,574	10,574
Nova Scotia	4	4	8,335	8,947
Saskatchewan	3	3	9,971	9,971
Newfoundland	1	2	5,757	7,881
Total Canada	153	153	488,654	475,939
Total United States	5	7	26,430	33,416
Total Château Stores	158	160	515,084	509,355
Total Sears In-store Boutiques	61	21		

AUDITORS' REPORT

Chateau Stores of Canada Ltd.

To the Shareholders of
Chateau Stores of Canada Ltd.

We have audited the consolidated balance sheets of Chateau Stores of Canada Ltd. as at January 29, 1994 and January 30, 1993 and the consolidated statements of retained earnings, earnings, and changes in financial position for the years then ended. 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, these consolidated financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the company as at January 29, 1994 and January 30, 1993 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.

Zitner Susan Caron Belanger
Ernst & Young

Chartered Accountants
Montreal, Quebec
March 21, 1994

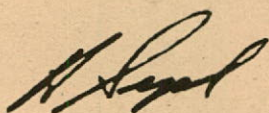
CONSOLIDATED BALANCE SHEET

Chateau Stores of Canada Ltd.

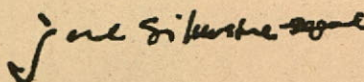
As at January 29, 1994	1994	1993
ASSETS		
Current		
Cash and short-term deposit	\$13,749,000	\$10,751,000
Accounts receivable	1,223,000	1,008,000
Inventories (Note 2)	15,637,000	12,759,000
Prepaid expenses	327,000	460,000
	30,936,000	24,978,000
Loans to Employees (Note 3)	389,000	881,000
Fixed (Note 4)	13,098,000	14,071,000
	\$44,423,000	\$39,930,000
LIABILITIES		
Current		
Accounts payable and accrued liabilities	\$10,240,000	\$ 9,876,000
Income taxes payable	1,614,000	4,504,000
Dividend payable	332,000	—
Long-term debt due within one year	59,000	58,000
Capital lease obligations due within one year	55,000	129,000
	12,300,000	14,567,000
Long-term (Note 6)	262,000	322,000
Capital Lease Obligations (Note 7)	45,000	100,000
SHAREHOLDERS' EQUITY		
Capital Stock (Note 8)	10,623,000	10,425,000
Retained Earnings	21,193,000	14,516,000
	31,816,000	24,941,000
	\$44,423,000	\$39,930,000

See accompanying notes

On behalf of the Board,



Herschel H. Segal
Director



Jane Silverstone
Director

CONSOLIDATED STATEMENT OF EARNINGS

Chateau Stores of Canada Ltd.

For the year ended January 29, 1994	1994	1993
Sales	\$150,282,000	\$156,900,000
Cost of sales and expenses		
Cost of sales, buying and occupancy	96,666,000	100,114,000
Selling, general and administrative	38,131,000	40,089,000
Interest	452,000	1,219,000
Depreciation and amortization	3,278,000	3,708,000
Lease cancellation payments, write-off of fixed assets and other related costs	—	3,195,000
	138,527,000	148,325,000
Earnings before income taxes	11,755,000	8,575,000
Provision for income taxes (Note 10)	4,746,000	4,066,000
Net earnings	\$ 7,009,000	\$ 4,509,000
Net earnings per share (Note 11)		
— Basic	\$ 1.59	\$ 1.04
— Fully diluted	\$ 1.49	\$ 1.01
Average number of shares issued	4,403,000	4,329,000

See accompanying notes

CONSOLIDATED STATEMENT OF RETAINED EARNINGS

For the year ended January 29, 1994	1994	1993
Balance – Beginning of year		
— as restated (Note 9)	\$ 14,516,000	\$ 10,007,000
Net earnings	7,009,000	4,509,000
	21,525,000	14,516,000
Dividend	332,000	—
Balance – End of year	\$ 21,193,000	\$ 14,516,000

See accompanying notes

CONSOLIDATED STATEMENT OF CHANGES IN FINANCIAL POSITION

Chateau Stores of Canada Ltd.

For the year ended January 29, 1994

1994

1993

Cash provided by (used in):

OPERATING ACTIVITIES

Net earnings	\$ 7,009,000	\$ 4,509,000
Items not affecting cash:		
Depreciation and amortization	3,278,000	3,708,000
Write-off of fixed assets	481,000	1,596,000
Recovery of write-down of loans to employees	(475,000)	(52,000)
	10,293,000	9,761,000
Net change in non-cash working capital balances related to operations	(5,486,000)	5,986,000
	4,807,000	15,747,000

FINANCING ACTIVITIES

Decrease (increase) in loans to employees	967,000	(313,000)
Long-term debt retirement	(59,000)	(55,000)
Retirement of capital lease obligations	(129,000)	(154,000)
Issue of capital stock	198,000	280,000
	977,000	(242,000)

INVESTING ACTIVITIES

Additions to fixed assets	(2,786,000)	(559,000)
Increase in cash	2,998,000	14,946,000
Cash and short-term deposit (Bank indebtedness)		
– Beginning of year	10,751,000	(4,195,000)
Cash and short-term deposit – End of year	\$13,749,000	\$10,751,000

See accompanying notes

NOTES TO CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

Chateau Stores of Canada Ltd.

As at January 29, 1994

1. ACCOUNTING POLICIES

a) Principles of Consolidation:

The consolidated financial statements include the accounts of Chateau Stores of Canada Ltd. and its subsidiaries.

b) Foreign Currency Translation:

Transactions Denominated in Foreign Currencies and Integrated Foreign Operations:

Current assets (excluding inventories), current liabilities and long-term monetary assets and liabilities are translated to Canadian dollars at the rates in effect at the balance sheet date. Other assets and liabilities are translated at the rates prevailing at the transaction dates. Revenues and expenses are translated at average rates prevailing during the year, except for the cost of inventory used and depreciation and amortization, which are translated at exchange rates prevailing when the related assets were acquired. Gains and losses arising from fluctuations in exchange rates are reflected in earnings.

c) Inventories:

Raw materials and work-in-process are valued at the lower of cost and net realizable value. Finished goods are valued, using the retail inventory method, at the lower of cost and net realizable value less normal profit margin.

d) Depreciation:

Fixed assets are depreciated on the following bases:

Building	10% diminishing balance
Point-of-sale cash registers and computer equipment	5 years straight-line
Other furniture and fixtures	10 years straight-line
Automobiles	30% diminishing balance

Leasehold rights and improvements are amortized on the straight-line basis over the terms of the leases.

e) Store Opening Expenses:

Store opening expenses are written off as incurred.

f) Fiscal Year:

The Company's fiscal year ends on the last Saturday of January. The year ended January 29, 1994 comprises 52 weeks of operations while the preceding year ended January 30, 1993 comprised 53 weeks of operations.

2. INVENTORIES

	1994	1993
Raw materials	\$ 2,586,000	\$ 2,543,000
Work-in-process	1,214,000	710,000
Finished goods	11,837,000	9,506,000
	\$15,637,000	\$12,759,000

3. LOANS TO EMPLOYEES

	1994	1993
a) Non-interest bearing loans under the stock purchase plan. The loans are repayable no later than ten years after the date the shares are issued, subject to earlier repayment on the termination of employment or the disposition of the employees' shares. Included in these loans are amounts totalling \$361,000 (1993 - \$396,000) to officers of the Company.	\$ 389,000	\$ 536,000
b) Non-interest bearing loans for the purchase of Class A shares of the Company	-	18,000
c) Non-interest bearing demand loans for the purchase of Class A shares. In 1993, the loans included amounts totalling \$63,000 to officers.	-	120,000
d) Loans for the purchase of Class A shares, bearing interest at 0.5 of 1% above the bank's prime rate. In 1993, the loans included an amount of \$27,000 to an officer.	-	77,000
e) Non-interest bearing housing loan to an officer	-	130,000
	\$ 389,000	\$ 881,000

The Company holds the shares as security for the loans in a) above. Included in these loans are amounts of \$20,000 (1993 - \$105,000) which are due, but the decision of the Company to enforce payment depends on the market price of the shares.

NOTES TO CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

Chateau Stores of Canada Ltd.

4. FIXED ASSETS

	1994			1993		
	Cost	Accumulated Depreciation	Net	Cost	Accumulated Depreciation	Net
Land and building	\$ 536,000	\$ 165,000	\$ 371,000	\$ 536,000	\$ 126,000	\$ 410,000
Leasehold rights and improvements	14,404,000	8,376,000	6,028,000	14,531,000	7,963,000	6,568,000
Furniture and fixtures	13,209,000	6,614,000	6,595,000	14,088,000	7,080,000	7,008,000
Automobiles	183,000	79,000	104,000	207,000	122,000	85,000
	\$28,332,000	\$15,234,000	\$13,098,000	\$29,362,000	\$15,291,000	\$14,071,000

Furniture and fixtures include fixed assets of \$214,000 (1993 - \$594,000) held under capital leases. Accumulated depreciation relating to these fixed assets amounts to \$111,000 (1993 - \$400,000).

5. SECURITY TO BANK

A pledge of accounts receivable, inventories, the issued shares of a subsidiary company and a \$3,000,000 debenture providing a charge on the assets of the Company exist to collateralize any bank borrowings of the Company.

6. LONG-TERM DEBT

	1994	1993
Loan bearing interest at the bank's prime rate, maturing in 1996	\$ 55,000	\$ 74,000
Non-interest bearing loan, maturing in 2001	266,000	306,000
	321,000	380,000
Less: Due within one year	59,000	58,000
	\$ 262,000	\$ 322,000

Principal payments are due in the following fiscal years:

1995	\$ 59,000
1996	61,000
1997	51,000
1998	39,000
1999	39,000
Thereafter	72,000
	\$ 321,000

7. LEASE OBLIGATIONS

The following is a schedule of future minimum lease payments under capital and operating leases:

	Capital Leases	Operating Leases
1995	\$ 63,000	\$14,715,000
1996	47,000	12,846,000
1997	—	10,601,000
1998	—	8,328,000
1999	—	6,735,000
Thereafter	—	15,408,000
Total minimum lease payments	110,000	68,633,000
Less: Amount representing interest at varying rates	10,000	
Present value of minimum lease payments	100,000	
Less: Portion due within one year	55,000	
	\$ 45,000	\$68,633,000

Certain of the operating leases provide for additional annual rentals based on sales and for annual increases in operating charges.

NOTES TO CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

Chateau Stores of Canada Ltd.

8. CAPITAL STOCK

Authorized –

- An unlimited number of non-voting First, Second and Third Preferred Shares issuable in series
- An unlimited number of Class A Subordinate Voting Shares
- An unlimited number of Class B Voting Shares

	1994	1993
Issued –		
1,412,000 Class A Shares (1993 - 1,362,000)	\$ 9,559,000	\$ 9,361,000
3,020,000 Class B Shares	1,064,000	1,064,000
	\$10,623,000	\$10,425,000

During the year, the Company issued 50,000 Class A shares under the stock option plan for \$198,000.

Principal Features:

a) With respect to the payment of dividends and the return of capital, the shares rank as follows:

First Preferred,
Second Preferred,
Third Preferred, and
Class A and Class B

b) Subject to the rights of the Preferred shareholders, the Class A shareholders are entitled to a non-cumulative preferential dividend of \$0.05 per share, after which the Class B shareholders are entitled to a non-cumulative dividend of \$0.05 per share; any further dividends declared in a fiscal year must be declared and paid in equal amounts per share on all the Class A Shares and Class B Shares then outstanding without preference or distinction.

c) Subject to the foregoing, the Class A Shares and the Class B Shares rank equally, share for share, in earnings.

d) The Class A Shares carry one vote per share and the Class B Shares carry 10 votes per share.

e) The Class A Shares are convertible into Class B Shares on a share for share basis if the parent company ceases to control the Company, or if an offer is accepted to sell more than 20% of the then outstanding Class B Shares at a price in excess of 115% of their market price. The Class B Shares are convertible into Class A Shares at any time on a share for share basis.

Stock Option Plan:

The Company may grant options to key employees and directors to purchase Class A Shares to the extent of 10% of the total of the issued Class A and Class B Shares less any shares reserved for issuance under any other plans of the Company. The option price cannot be less than 90% of the market value of the Class A Shares on the last business day before the date on which the option is granted. The following schedule summarizes the details of the options outstanding as at January 29, 1994:

Number of Options	Option Price \$	Expiry Date
13,000	3.00	June 8, 1994
17,000	5.62	February 11, 1996
35,000	2.75	February 21, 1997
35,000	2.20	May 28, 1997
12,000	3.15	September 21, 1997
59,000	3.60	October 30, 1997
35,000	4.00	October 30, 1997
75,000	5.25	November 25, 1997
35,000	6.55	February 18, 1998
316,000		

Stock Purchase Plan:

The Company may grant the right to key employees to subscribe for Class A Shares to the extent of 10% of the total of the issued Class A and Class B Shares less any shares reserved for issuance under any other plans of the Company. The subscription price cannot be less than 90% of the market value of the Class A Shares on the last business day before the date on which the right to subscribe is granted.

NOTES TO CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

Chateau Stores of Canada Ltd.

9. PRIOR PERIOD ADJUSTMENT

As a result of proposed income tax reassessments from the government for the years 1989 to 1992, the balance of retained earnings as at January 25, 1992 has been restated to show a retroactive charge of \$600,000, representing the amount by which income taxes, including interest thereon, had been increased as at that date.

10. INCOME TAXES

a) The Company's effective income tax rate is determined as follows:

	1994	1993
Combined Canadian federal and provincial income tax rate	40.7%	41.3%
Increase (decrease) in the income tax rate resulting from:		
Loss of a subsidiary company for which no tax recovery was recorded	1.2	10.7
Non-deductible expenses	0.5	1.2
Non-taxable items	(2.4)	(2.2)
Benefit arising from the application of prior years' donations and loss on the wind-up of a subsidiary	-	(1.6)
Miscellaneous	0.4	(2.0)
Effective income tax rate	40.4%	47.4%

b) As at January 29, 1994, a U.S. subsidiary had accumulated losses amounting to \$7,820,000 U.S. (\$10,357,000 Cdn.) which expire during the years 2001 to 2009. The tax benefits pertaining to these loss carry-forwards have not been recognized in the financial statements.

11. EARNINGS PER SHARE

Basic earnings per share are calculated using the weighted average number of shares outstanding for the year.

Fully diluted earnings per share reflect the dilutive effect of the conversion of the stock options outstanding at the end of the year or those options exercised during the year, as if they had been exercised at the beginning of the year or the date granted, if later. The number of shares used for the calculation of the fully diluted earnings per share is 4,746,000 (1993 - 4,489,000). Interest on the funds which would have been received had the options been exercised, in the amount of \$45,000 (1993 - \$20,000) net of income tax, has been imputed at a rate of 5% (1993 - 6%) per annum.

12. CONTINGENT LIABILITIES

a) The Company has been named defendant in lawsuits or has received claims in the aggregate of \$475,000. In the opinion of management, these claims are without substantial merit and no provision has been made for them in the accounts. However, should any loss result from the resolution of these claims, such loss would be accounted for as a prior period adjustment.

b) The Company has received proposed income tax reassessments for the years 1989 to 1992 in the amount of \$1,200,000, including interest, of which \$600,000 has been recorded as described in Note 9. The Company will be contesting these proposed reassessments. However, should any additional loss result from the resolution of these proposed reassessments, such amount would be accounted for as a prior period adjustment.

NOTES TO CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

Chateau Stores of Canada Ltd.

13. SEGMENTED INFORMATION

The following is a summary of the Company's operations and assets by geographic area:

	1994	1993
Sales:		
Canada	\$145,509,000	\$147,273,000
United States	4,773,000	9,627,000
	\$150,282,000	\$156,900,000
Depreciation and amortization:		
Canada	\$ 3,086,000	\$ 3,263,000
United States	192,000	445,000
	\$ 3,278,000	\$ 3,708,000
Net earnings (loss):		
Canada	\$ 7,366,000	\$ 6,740,000
United States	(357,000)	(2,231,000)
	\$ 7,009,000	\$ 4,509,000
Net earnings (loss) per share:		
Canada	\$ 1.67	\$ 1.56
United States	(0.08)	(0.52)
	\$ 1.59	\$ 1.04
Identifiable assets:		
Canada	\$ 43,353,000	\$ 38,274,000
United States	1,070,000	1,656,000
	\$ 44,423,000	\$ 39,930,000
Capital expenditures:		
Canada	\$ 2,755,000	\$ 559,000
United States	31,000	—
	\$ 2,786,000	\$ 559,000

CORPORATE INFORMATION

Board of Directors

Herschel H. Segal*
Chairman and President
of the Company

Jane Silverstone
Executive Vice-President
and Director of Buying
of the Company

Sidney Horn*
Partner, Phillips & Vineberg

Victor Koloshuk*
Chairman,
Koloshuk Farrugia Corp.

John C. McMillan*
Independent Business
Consultant

Morrie Neiss
President and
Chief Executive Officer,
Cumberland Drugs
(Merivale) Ltd.

Dr. Abraham Zaleznik
Professor Emeritus,
Graduate School
of Business Administration,
Harvard University

*Members of the Audit Committee

Officers

Herschel H. Segal
President and
Chief Executive Officer

Jane Silverstone
Executive Vice-President
and Director of Buying

Joseph Kohl
Executive Vice-President,
Chief Operating Officer
and Secretary

Stephen Gottlieb, C.G.A.
Vice-President, Finance

Betty Berliner
Vice-President, Buying

Suzana Vovko
Vice-President,
Sales and Operations

Head Office
5695 Ferrier Street
Town of Mount Royal
Quebec H4P 1N1
Tel.: (514) 738-7000

Auditors
Zittrer Sibilin Caron Bélanger
Ernst & Young
Chartered Accountants

Registrar and Transfer Agent
Montreal Trust Company

Corporate Counsel
Phillips & Vineberg

Bankers
Royal Bank of Canada

Investor Relations
Marcel Knecht & Associates
Inc.

**The Annual Meeting
of Shareholders**
will be held on
Thursday, July 7, 1994
at 11:30 a.m.
at the Sheraton Centre
1201 René-Lévesque Blvd. West,
Montreal, Quebec

le château

Rapport annuel 1993

LES MAGASINS CHÂTEAU
DU CANADA LTÉE



L'ENTREPRISE

Le Château est une société intégrée verticalement qui vend au détail des vêtements de mode, à prix abordables. Nous offrons surtout des créations européennes de vêtements, d'accessoires et de chaussures adaptées aux besoins des hommes et des femmes d'Amérique du Nord. Notre clientèle se situe principalement dans les groupes d'âge de 15 à 30 ans, mais nous attirons de plus en plus de consommateurs de tout âge.

À la date du rapport, nous exploitons 158 magasins d'une superficie moyenne de 3 000 pieds carrés, les plus grands occupant une surface de 5 000 pieds carrés. La plupart de nos magasins sont situés au Canada bien que nous en avons cinq aux États-Unis. Nous vendons également les vêtements de notre marque Le Château par le biais de deux modes de distribution complémentaires que nous avons introduits dans le but d'élargir notre clientèle de base. Ce sont nos 61 boutiques Le Château intégrées aux magasins Sears répartis dans tout le Canada (environ 500 pieds carrés chacune) et nos deux Centres de liquidation Le Château d'environ 20 000 pieds carrés chacun.

Notre approche verticale du commerce de détail est un atout majeur nous permettant d'offrir des vêtements au style unique et de nous adapter rapidement aux courants de la mode. En plus de créer nos propres modèles, nous fabriquons dans nos installations de production canadiennes environ 65 % de la marchandise que nous distribuons.

consommateurs de tout âge.

12 à 30 ans, mais nous attirons de plus en plus de
se situe principalement dans les groupes d'âge de
des femmes d'Amérique du Nord. Notre clientèle
chaussures adaptées aux besoins des hommes et
européennes de vêtements, d'accessoires et de
sporadiques. Nous offrons surtout des créations
qui vend au détail des vêtements de mode, à prix
Le Château est une société intégrée verticalement

de la marchandise que nous distribuons.
nos installations de production canadiennes environ
créer nos propres modèles, nous distribuons dans
rapidement aux courants de la mode. En plus de
vêtements au style unique et de nous adapter
est un atout majeur nous permettant d'offrir des
Notre approche verticale du commerce de détail

Le Château d'environ 30 000 pieds carrés chacun
chaque) et nos deux Centres de distribution
dans tout le Canada (environ 200 pieds carrés
Le Château intégrées aux magasins Sears répète
clientèle de passage. Ce sont nos 81 boutiques
avons introduits dans le but d'élargir notre
modèles de distribution complémentaires que nous
notre marque Le Château par le biais de deux
Nuis. Nous vendons également les vêtements de
Canada bien que nous en avons cinq aux États-
carrés. La plupart de nos magasins sont situés au
les plus grands occupant une surface de 2 000 pieds
d'une superficie moyenne de 3 000 pieds carrés.
À la date du rapport nous exploitons 128 magasins

LE CHATEAU



FAITS SAILLANTS

Exercices terminés les

(en milliers de dollars
à l'exception des données par action)

	29 janvier 1994	30 janvier 1993 ⁽¹⁾	25 janvier 1992 ⁽¹⁾	26 janvier 1991 ⁽¹⁾	27 janvier 1990 ⁽¹⁾
--	--------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------

Résultats d'exploitation

Ventes	150 282 \$	156 900 \$	150 775 \$	147 456 \$	126 325 \$
Bénéfice (perte) avant impôts	11 755	8 575	(6 502)	7 763	2 914
Bénéfice net (perte nette) • Par action	7 009 1,59	4 509 1,04	(5 502) (1,29)	4 004 0,94	2 701 0,64

Situation financière

Fonds de roulement	18 636 \$	10 411 \$	1 429 \$	6 089 \$	4 378 \$
Dette bancaire totale	—	—	6 109	2 500	5 980
Avoir des actionnaires	31 816	24 941	20 152	25 327	21 323
Actif total	44 423	39 930	43 706	41 761	36 756

Autres statistiques (unités telles que précisées)

Ratio du fonds de roulement	2,52:1	1,71:1	1,06:1	1,38:1	1,36:1
Ratio de liquidité immédiate ⁽²⁾	1,22:1	0,81:1	0,18:1	0,33:1	0,23:1
Ratio de solvabilité à long terme ⁽³⁾	0,01:1	0,02:1	0,04:1	0,13:1	0,28:1
Dépenses en capital	2 786 \$	559 \$	4 278 \$	4 553 \$	1 513 \$
Nombre de magasins en fin d'exercice ⁽⁴⁾	158	160	174	167	149
Ventes au pi. ² (\$) ⁽⁴⁾	280 \$	292 \$	275 \$	283 \$	250 \$

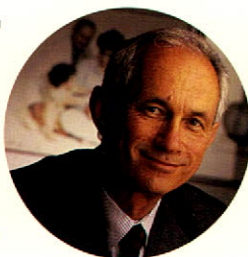
(1) Les résultats des exercices 1990 à 1993 ont été redressés pour tenir compte des nouvelles cotisations actuelles et prévues d'impôts sur le revenu.

(2) (Encaisse + dépôts à court terme + comptes clients)/passif à court terme.

(3) Incluant les baux de location-acquisition et la partie à court terme.

(4) Excluant les boutiques dans les magasins Sears et les magasins temporaires.

À NOS ACTIONNAIRES



Dans notre rapport annuel de l'an dernier, nous nous demandions si nous parviendrions à maintenir notre rentabilité nouvellement rétablie. Un an plus tard, nous pouvons répondre par l'affirmative, et ajouter que nous amorçons le prochain exercice financier avec des résultats très favorables au premier trimestre.

Le bénéfice net de l'exercice financier 1993-1994 s'établit à 7,0 millions de dollars, soit 1,59 \$ par action, comparativement à celui de l'an dernier, qui était de 4,5 millions de dollars soit 1,04 \$ par action, compte tenu de la déduction d'une charge non récurrente de 3,2 millions de dollars avant impôts, imputable aux fermetures de magasins aux États-Unis. Le chiffre d'affaires a diminué de 4,2 % cette année. En revanche, grâce à une réduction du coût des opérations, la société a maintenu un bénéfice satisfaisant pour l'exercice 1993-1994.

Cette situation favorable des deux dernières années, nous la devons aux décisions opportunes que nous avons prises pour nous adapter à la conjoncture du marché. Parallèlement à un changement des habitudes de consommation, contrecoup de la récession, nous avons assisté à

un changement de valeurs chez le consommateur et à une transformation de la structure de l'industrie du commerce de détail. Le phénomène des centres de liquidation et des grandes surfaces spécialisées va se perpétuer, et la concurrence livrée par les détaillants américains va s'accroître.

Durant ses 35 années d'existence, la société Le Château a dû maintes fois s'adapter aux aléas de la conjoncture. Son orientation et sa force ont toujours reposé sur son leadership de la mode, c'est ce qui a fait sa renommée. La force de notre marque et notre approche verticale de la vente au détail se sont avérées des atouts distinctifs vis-à-vis de nos concurrents, dans un contexte difficile. Pour tirer leur épingle du jeu et tenter de maintenir leur part de marché, de nombreux détaillants ont choisi de réduire les prix. Quant à nous, nous avons toujours été convaincus qu'en offrant à nos clients la mode qu'ils recherchent, nous serions gagnants.

Les deux années fructueuses qui viennent de s'écouler, et l'accroissement de la rentabilité au premier trimestre, confirment une fois de plus que nous avons trouvé le juste dosage entre le style, la qualité et le prix, convenant à la clientèle d'aujourd'hui.

En réponse aux nouvelles tendances, nous avons introduit deux nouvelles formules : nos boutiques Le Château intégrées aux magasins Sears, et plus récemment, nos Centres de liquidation de très grande surface. L'introduction de ces formules n'aurait pas été possible sans la force de notre marque et notre capacité de tenir nos engagements envers elle. Forts de leur succès grandissant, nous prévoyons, au cours de 1994, faire passer de 61 à environ 100 le nombre de boutiques Le Château dans les magasins Sears, et doubler nos Centres de liquidation pour en exploiter quatre.

Évidemment, notre concentration demeure axée sur l'exploitation de nos magasins. Au cours de l'année 1994, nous comptons consacrer des efforts particuliers à la commercialisation et au design de nos magasins. Toute l'expérience d'achat Le Château devrait être l'expression fidèle de la marchandise présentée. Dans cette optique, nous lancerons une campagne de publicité de 2 millions de dollars qui coïncidera avec la période de la rentrée scolaire au mois d'août. Cette campagne vise non seulement à rehausser la marque Le Château mais également à accroître le volume des ventes.

Nous avons également mandaté une équipe de designers pour repenser nos magasins. Même si notre look « or » connaît un succès remarquable, nous désirons redéfinir notre image pour le printemps 1995. Ce nouveau concept sera mis à l'essai au cours de l'année et devrait être implanté en février 1995.

L'exercice 1994-1995 s'annonce comme une autre année fructueuse sur le plan de la rentabilité. Au cours du premier trimestre, Le Château a enregistré des bénéfices de 0,18 \$ par action, comparativement à 0,09 \$ par action l'an dernier.

Enfin, j'aimerais remercier notre équipe pour son énergie créatrice et son engagement. Ensemble, nous avons mis au point une formule qui est la clé de notre succès, et celle d'autres détaillants du monde —, une marque reconnue, soutenue par une organisation verticalement intégrée.

Je tiens aussi à remercier tout particulièrement nos fidèles clients qui magasinent chez nous.



Herschel H. Segal

Président

Les Magasins Château du Canada Ltée

Mai 1994

L'IMPORTANCE DE NOTRE MARQUE



Le Château a commencé à vendre des vêtements sous sa propre marque il y a 35 ans. Aujourd'hui, la plupart des articles vendus dans nos magasins portent notre signature. Notre chiffre d'affaires représente plus de 2 % de la totalité des dépenses en habillement au Canada chaque année. « Le Château » est ainsi l'une des principales marques canadiennes de vêtements.

Les études de marché confirment que notre marque est très connue et que nos vêtements sont synonymes de mode avant-gardiste. Notre garantie de remboursement total contribue à soutenir notre réputation de chef de file de la mode à prix abordable.

La renommée de notre marque nous a grandement aidés à surmonter les nombreuses transformations que le secteur de la vente au détail a connues ces trente dernières années.

Nous sommes demeurés fidèles à l'orientation que nous avons adoptée au départ, celle des vêtements à la « mod » européenne. Nous continuons d'ailleurs d'attirer une clientèle de 15 à





le chateau

le chateau

le chateau

le cho

le chateau

30 ans, pour qui le vêtement est avant tout un mode d'expression personnel. Dans les années 60, 70 et 80, ils adoptaient Le Château pour ces raisons, et ils continuent de le faire aujourd'hui.

Les années 1990 ont réellement mis à l'épreuve la cote de faveur de notre marque. Le consommateur d'aujourd'hui est très exigeant. Il recherche ce que les spécialistes du marketing appellent une « valeur ajoutée ». Autrement dit, il en veut plus pour son argent : une plus grande qualité, un meilleur service et un bon choix d'articles.



Comment la société Le Château fait-elle face à ces nouvelles exigences ?

Le succès de nos deux nouvelles formules de distribution est éloquent.

En 1992, nous avons ouvert trois boutiques dans les magasins Sears, à titre d'essai. L'an dernier, nous avons porté ce nombre à 61 et, à la fin de 1994 il y aura plus de 100 boutiques Le Château intégrées à des magasins Sears répartis dans tout le Canada.

Le succès de cette coentreprise est dans une grande mesure attribuable à la force de notre marque. En général, les clients de Sears ne fréquentent pas les magasins Le Château. Toutefois, il savent qui nous sommes car ils ont réagi favorablement à nos vêtements présentés dans le cadre où ils préfèrent magasiner.

Il en est de même pour les Centres de liquidation Le Château. Bien qu'elles ne soient pas situées dans des centres commerciaux, ces grandes surfaces d'environ 20 000 pieds carrés attirent une clientèle. Sans la renom-



mée et l'attrait incontestable de la marque Le Château, le succès aurait pu se faire attendre.

Pour appuyer notre marque, nous lancerons à l'automne une campagne publicitaire de 2 millions \$, basée sur l'affichage extérieur, la presse écrite et électronique.



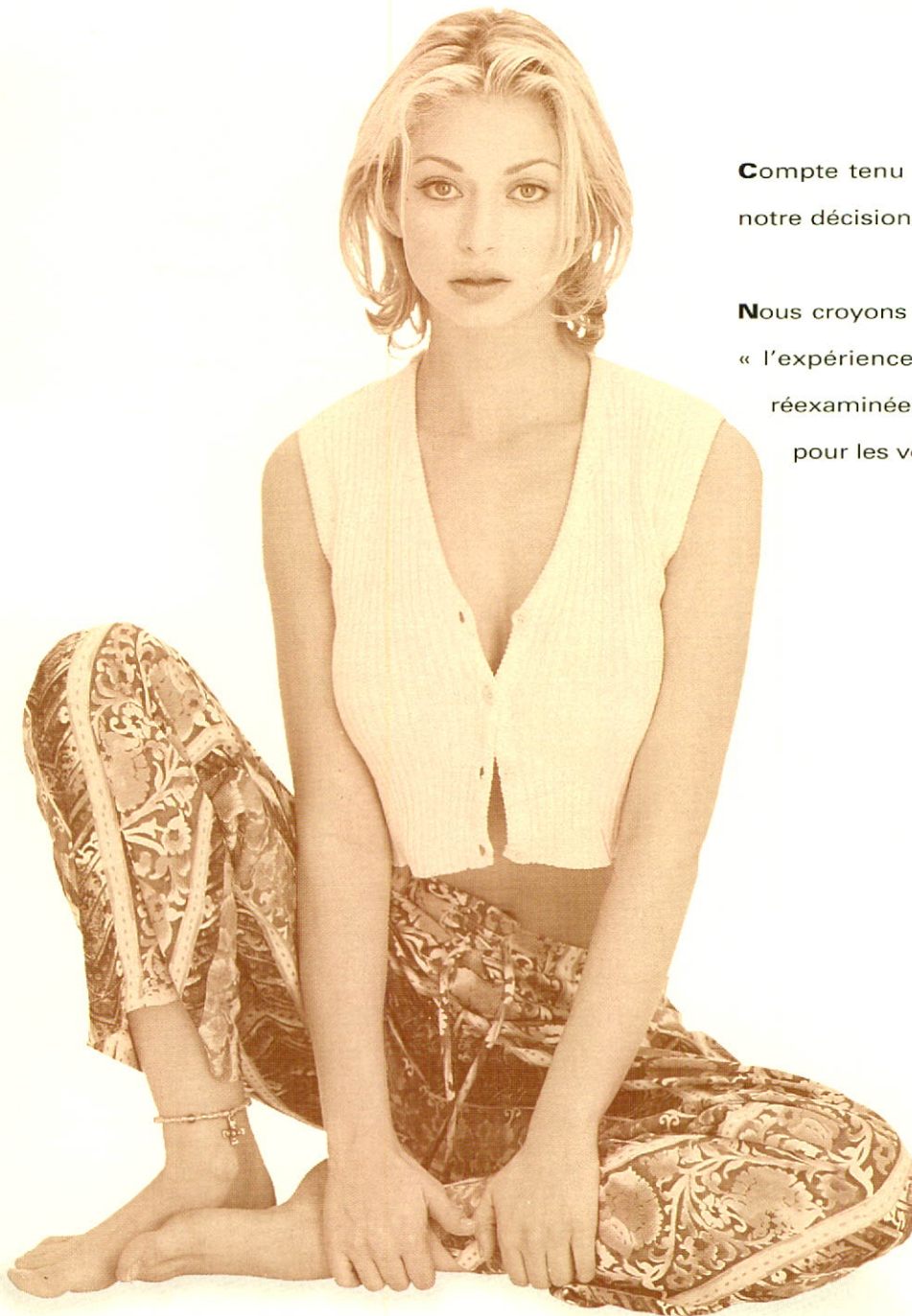
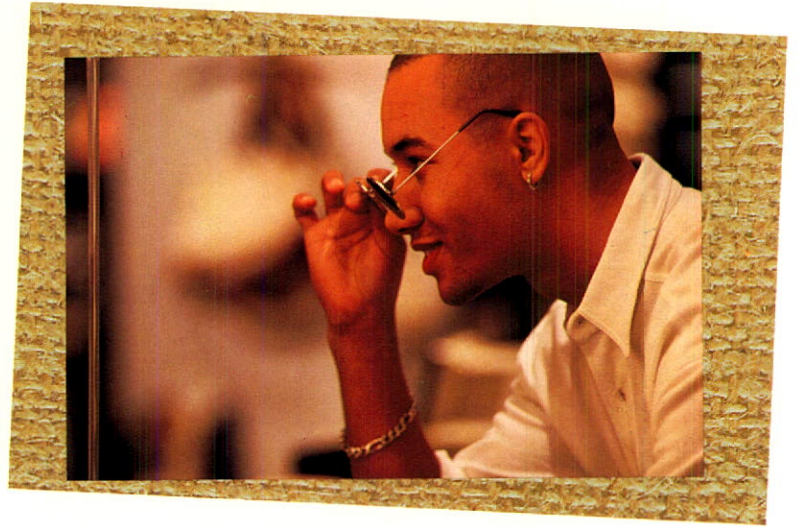
L'EXPÉRIENCE DE LA MODE



Pour réussir dans le contexte actuel, un détaillant doit miser sur une combinaison gagnante de qualité, prix et choix. Toute « l'expérience de la mode », depuis la flânerie en magasin jusqu'à l'achat d'un article, doit exprimer et valoriser la marchandise présentée.

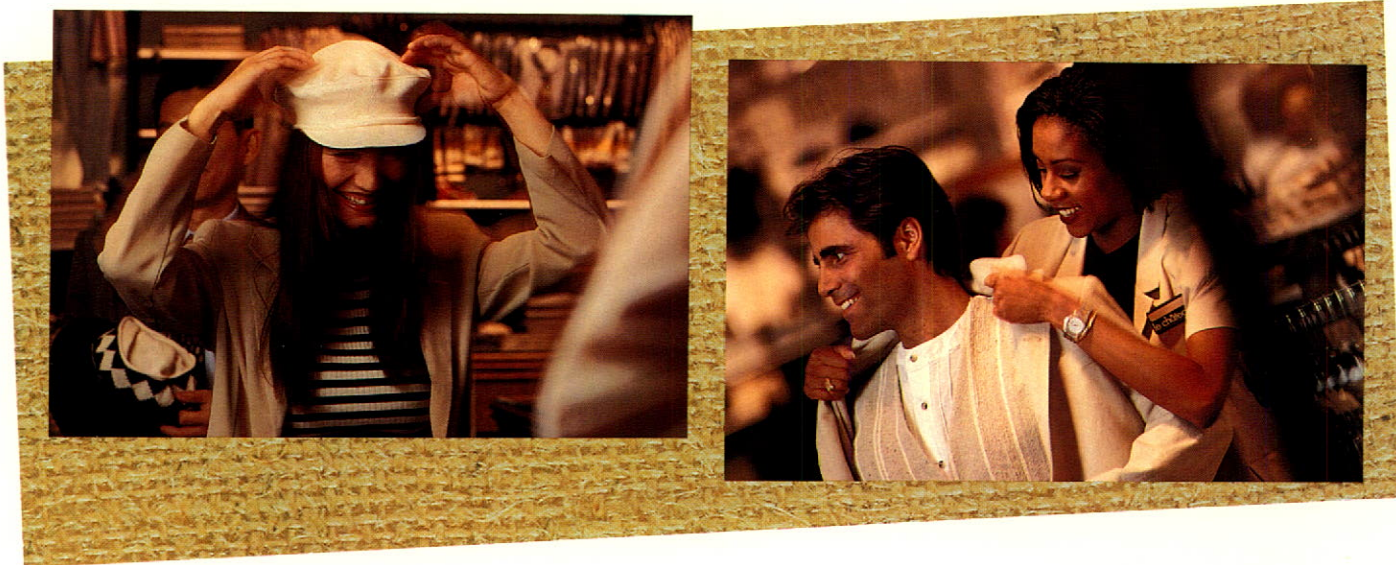
Le caractère intangible de « l'expérience de la mode » rehausse la confiance chez le consommateur, et l'incite à acheter car il sait qu'il est au bon endroit. Ceci inclut entre autres l'atmosphère du magasin, les collections de vêtements définies avec rigueur, un fort sentiment d'appartenance du personnel.

L'importance de chaque détail ne nous est jamais apparue aussi évidente que lorsque nous avons entrepris la rénovation de nos magasins en 1989. Le concept « or », avec son ambiance chaleureuse, ses reliefs dorés et ses ornements de style renaissance, a séduit nos clients. Tous ces détails contribuent à agrémenter le magasinage. Une rénovation est toujours suivie d'une hausse des ventes.



Compte tenu d'un tel succès, comment expliquer notre décision de changer de concept de magasin ?

Nous croyons que chaque composante qui façonne « l'expérience de la mode Le Château » doit être réexaminée régulièrement comme nous le faisons pour les vêtements.



C'est pourquoi nous avons demandé à une équipe de designers de repenser le design et l'ambiance de nos magasins. Du plan d'aménagement du mobilier jusqu'à la présentation de la marchandise, absolument tout sera étudié en détail. Le défi consistera à intégrer tous ces éléments dans un ensemble harmonieux pensé pour le consommateur, afin qu'il puisse flâner (ce que 50 % d'entre eux font avant d'acheter) et magasiner à son aise.

Nous comptons mettre à l'essai un nouveau concept d'ici la fin de l'année, et dans l'éventualité d'une réaction positive, l'implanter dans plusieurs magasins dès 1995.

En fin de compte, « l'expérience de la mode Le Château » résulte de la somme de ses composantes, soit la mise en marché, les ventes et l'administration. Elle est fondée sur une interaction quotidienne entre toutes nos ressources, et notre « gestion de terrain », qui avec l'effort de chacun, produit la magie de « l'expérience de la mode Le Château ».

ANALYSE PAR LA DIRECTION

Résultats d'exploitation

	Exercices terminés les		%
	29 janvier 1994 (52 semaines)	30 janvier 1993 (53 semaines)	
(en milliers de dollars, sauf les données par action)			
Ventes	150 282 \$	156 900 \$	-4,2 %
Coût des marchandises vendues, frais d'achat et d'occupation	96 666	100 114	-3,4 %
Frais généraux, de vente et d'administration	38 131	40 089	-4,9 %
Intérêts	452	1 219	-62,9 %
Amortissement	3 278	3 708	-11,6 %
Paiements à l'égard de l'annulation de baux, radiation d'immobilisations et autres frais connexes	—	3 195	—
Bénéfice avant impôts	11 755	8 575	+37,1 %
Provision pour impôts sur le revenu	4 746	4 066	+16,7 %
Bénéfice net	7 009 \$	4 509 \$	+55,4 %
• Par action (\$)	1,59	1,04	+52,9 %

Ventes

La diminution de 4,2 % du chiffre d'affaires pour l'exercice 1993-1994 reflète un recul de 3,8 % des ventes, sur une base comparable de magasins. De plus, une partie de cette diminution a découlé du fait que l'exercice 1993-1994 a compté 52 semaines au lieu de 53 semaines en 1992-1993.

Au cours de l'exercice, trois nouveaux magasins ont été ouverts au Canada et cinq ont fermé leurs portes dont deux aux États-Unis. Cela a ramené le nombre total de magasins à 158 à la clôture de l'exercice, en regard de 160 un an plus tôt. À la fin de l'exercice financier, la Société exploitait également 61 boutiques Le Château situées dans des magasins Sears partout au Canada. Quarante d'entre elles ont été inaugurées durant l'exercice. Des projets sont actuellement en cours en vue de porter le nombre de ces boutiques à plus de 100 d'ici la fin de l'exercice.

Depuis le milieu de 1992, la Société exploite un Centre de liquidation prototype de 20 000 pieds carrés. Un deuxième Centre de liquidation, d'une surface d'environ 20 000 pieds carrés, a été ouvert au début de 1994, et la Société prévoit en ouvrir deux autres au cours du présent exercice.

Charges

Le coût des marchandises vendues et les frais d'achat et d'occupation ont diminué de 3,4 millions \$, soit de 3,4 %, au cours de l'exercice 1993-1994 et ce, essentiellement en raison d'une baisse du coût des marchandises et des frais d'exploitation.

Les frais généraux, de vente et d'administration ont baissé de 2,0 millions \$, ou de 4,9 %, grâce surtout au recul des charges salariales et des frais généraux des magasins ainsi qu'à un recouvrement de 475 000 \$ relatif à une réduction des prêts aux employés.

Le total des intérêts débiteurs a diminué de 767 000 \$, soit de 62,9 %, en raison principalement de la forte hausse des liquidités et du recul des taux d'intérêt.

Les charges de l'exercice précédent comprenaient une charge non récurrente de 3,2 millions \$ au titre de paiements à l'égard de l'annulation de baux, de la radiation d'immobilisations et d'autres frais afférents à la fermeture de magasins aux États-Unis.

Résultats

Le bénéfice avant impôts sur le revenu s'est établi à 11,8 millions \$, ou 2,67 \$ par action, comparativement à 8,6 millions \$, ou 1,98 \$ par action, l'exercice antérieur. Excluant la charge inscrite en 1992-1993 à l'égard de la fermeture de magasins, le bénéfice d'exploitation a été à peu près le même pour les deux exercices.

Liquidités et sources de capital

	Exercices terminés les		%
	29 janvier 1994	30 janvier 1993	
Encaisse provenant des activités d'exploitation ⁽¹⁾	10 293 \$	9 761 \$	+5,5 %
Fonds de roulement	18 636	10 411	+79,0 %
Dette à long terme ⁽²⁾	421	609	-30,9 %
Avoir des actionnaires	31 816	24 941	+27,6 %

(1) À l'exclusion du changement net des soldes de fond de roulement hors caisse.

(2) Incluant les obligations sur contrats de location-acquisition et la partie exigible.

Les bons résultats d'exploitation de la Société continuent d'avoir des conséquences très favorables sur ses liquidités et sa situation financière.

Le bénéfice net s'est dégagé à 7,0 millions \$, ce qui représente une hausse de 55,4 % par rapport à celui de l'année précédente. Le bénéfice par action s'est élevé à 1,59 \$, contre 1,04 \$ pour 1992-1993.

Le bénéfice net dilué, au montant de 1,49 \$ par action pour l'année, tient compte de l'effet de dilution des options d'achat d'actions des employés en circulation à la clôture de l'exercice.

Dividendes

Un dividende trimestriel de 0,075 \$ par action de catégorie A à droit de vote subordonné et par action de catégorie B à droit de vote a été versé le 15 février 1994 aux actionnaires inscrits en date du 26 janvier 1994.

L'encaisse provenant des activités d'exploitation a totalisé 10,3 millions \$ pour l'exercice 1993-1994, traduisant ainsi une hausse de 5,5 % par rapport à l'année précédente. Ces fonds ont été affectés principalement au fonds de roulement, qui s'est accru de 8,2 millions \$, ou de 79,0 %, pour atteindre 18,6 millions \$. Le solde de l'encaisse

provenant des activités d'exploitation a été utilisé aux fins des dépenses en immobilisations, qui ont servi en majeure partie à la rénovation de 11 magasins et à l'aménagement d'un nouveau.

À la fin de l'exercice, l'encaisse et les dépôts à court terme s'élevaient à 13,7 millions \$, un montant supérieur à la totalité des dettes de la Société.

Les stocks, qui atteignaient 15,6 millions \$ à la clôture de 1993-1994, se sont accrus de 22,6 % par rapport à ce qu'ils étaient un an plus tôt. Cette hausse a résulté du fait que la direction s'attendait à ce que les ventes du premier trimestre augmentent, ce qui s'est d'ailleurs produit.

Quant à la situation financière à long terme de la Société, l'avoir des actionnaires a augmenté de 27,6 % et s'élevait à 31,8 millions \$ au 29 janvier 1994. Outre les bénéfices non répartis, environ 198 000 \$ de cette augmentation ont découlé de l'émission de capital-actions.

La dette à long terme et les obligations au titre de contrats de location-acquisition, qui totalisaient 421 000 \$ à la fin de l'exercice, ont donné lieu à un ratio d'endettement de 0,1:1.

La Société dispose d'importantes ressources financières, dont 13,7 millions \$ d'encaisse et de dépôts à court terme et une marge de crédit bancaire renouvelable. Étant donné que son niveau d'endettement est relativement faible, elle pourra également obtenir d'autres financements à long terme.

Les dépenses en immobilisations prévues pour l'exercice 1994-1995 sont d'environ 3,0 millions \$, et elles serviront essentiellement à la rénovation de magasins existants. La Société envisage également d'acheter de nouvelles caisses enregistreuses, ce qui nécessiterait des dépenses en immobilisations d'environ 2,0 millions \$.

La direction entend continuer à verser des dividendes trimestriels de 0,075 \$ par action de catégorie A à droit de vote subordonné et par action de catégorie B à droit de vote.

La Société devrait pouvoir financer les dividendes et les dépenses en immobilisations par sa marge brute d'autofinancement.

Risques et incertitudes

L'industrie canadienne de la vente au détail est extrêmement dynamique et compétitive. La récession a laissé derrière elle un plus petit nombre de détaillants solides. Le Château est l'un d'entre eux. Bien que les données statistiques indiquent que les ventes au détail ne cessent de s'améliorer, l'industrie demeure confrontée à deux défis de taille : le premier étant le changement de valeurs chez les consommateurs et ses fortes répercussions sur leurs habitudes d'achat, le second, la pénétration croissante du marché canadien par les détaillants américains.

La direction est d'avis que Le Château offre un concept unique qui continue à s'imposer dans les années 90. La Société est parvenue à se distinguer de ses concurrents grâce au dynamisme de son personnel qui, par le biais d'études de marché exhaustives, est parfaitement en mesure de déterminer les tendances à venir. De plus, le fait que la Société fabrique ses propres produits, cela lui permet de proposer bien avant ses concurrents des vêtements de dernier cri.

Comme elle l'a toujours fait, la direction veille à ce que les vêtements de mode appropriés soient acheminés en quantité adéquate à ses divers magasins.

Tout en se concentrant sur la mode, la direction entend s'assurer que l'image de Le Château et le cadre dans lequel la clientèle fait ses achats s'harmonisent parfaitement avec les créations de vêtements de mode qu'elle propose. C'est pourquoi, tel qu'il est décrit à la page 4 et 5 du présent rapport, la direction prévoit investir dans une campagne de publicité et réévaluer l'aménagement de ses magasins en 1994.

Perspectives

Les dirigeants de la Société s'attendent à ce que ses résultats financiers pour l'exercice 1994-1995 s'améliorent en raison des facteurs suivants :

- Le premier trimestre s'est soldé par un bénéfice par action de 0,18 \$, contre 0,09 \$ à la période correspondante de l'année précédente, ce qui favorisera la rentabilité;
- Les sommes consenties à la publicité et à la rénovation des magasins devraient améliorer fortement les résultats des troisième et quatrième trimestres ainsi que ceux des périodes ultérieures;
- L'ouverture de nouvelles boutiques dans les magasins Sears et l'incidence, pour un exercice complet, des boutiques ouvertes en 1993 devraient accroître les ventes et le bénéfice de l'exercice 1994-1995;
- L'inauguration d'un deuxième Centre de liquidation au début de 1994 et de deux autres d'ici la fin de l'exercice devrait se traduire immédiatement par un apport au bénéfice.

Information trimestrielle

(en milliers de dollars à l'exception des données par action)

Trimestre	Exercice terminé le 29 janvier 1994 (52 semaines)				Exercice terminé le 30 janvier 1993 (53 semaines)			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Ventes	30 850 \$	36 299 \$	38 573 \$	44 560 \$	31 734 \$	35 846 \$	39 461 \$	49 859 \$
Bénéfice (perte) avant impôts	712	2 838	3 838	4 367	(1 622)	(3 068)	4 628	8 637
Bénéfice net (perte nette)	372	1 720	2 258	2 659	(1 227)	(2 495)	2 820	5 411
Par action (\$)	0,09	0,39	0,51	0,60	(0,28)	(0,58)	0,65	1,25
Nombre de magasins à la fin du trimestre ⁽¹⁾	160	160	160	158	174	165	164	160

(1) Excluant les boutiques dans les magasins Sears, et les magasins temporaires.

Information sur le titre

- Symbole : CTU.A
- Actions cotées aux Bourses de Montréal et Toronto
- Nombre d'actions participantes en circulation (au 5 mai 1994) :
 - 1 487 000 actions subalternes de catégorie A avec droit de vote
 - 3 020 000 actions de catégorie B avec droit de vote
- Nombre d'actions en circulation dans le public : 1 238 000 actions de catégorie A
- Haut/bas au cours de l'action de catégorie A (période de 12 mois terminée le 5 mai 1994) : 17,00 \$/10,50 \$
- Cours récent (5 mai 1994) : 11,25 \$
- Bénéfice par action : 1,59 \$
- Ratio cours/bénéfice : 7,1X
- Valeur comptable de l'action : 7,18 \$
- Ratio cours/valeur comptable : 1,6X

Les magasins Le Château emplacement et superficie

Exercices terminés les

Province	Nombre de magasins		Superficie (pi ²)	
	29 janvier 1994	30 janvier 1993	29 janvier 1994	30 janvier 1993
Ontario	62	61	182,527	179,755
Québec	51	51	187,187	175,473
Alberta	11	11	33,093	33,093
Colombie-Britannique	11	11	34,403	33,438
Manitoba	6	6	16,807	16,807
Nouveau-Brunswick	4	4	10,574	10,574
Nouvelle-Écosse	4	4	8,335	8,947
Saskatchewan	3	3	9,971	9,971
Terre-Neuve	1	2	5,757	7,881
Total du réseau canadien	153	153	488,654	475,939
Total du réseau américain	5	7	26,430	33,416
Total des magasins				
Le Château	158	160	515,084	509,355
Total des boutiques dans les magasins Sears	61	21		

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

LES MAGASINS CHÂTEAU DU CANADA LTÉE

Aux actionnaires de
Les Magasins Château du Canada Ltée

Nous avons vérifié les bilans consolidés de Les Magasins Château du Canada Ltée au 29 janvier 1994 et au 30 janvier 1993 et les états consolidés des bénéfices non répartis, des résultats et de l'évolution de la situation financière des exercices terminés à ces dates. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur nos vérifications.

Nos vérifications ont été effectuées conformément aux normes de vérification généralement reconnues. 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 éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers consolidés présentent fidèlement, à tous égards importants, la situation financière de la société au 29 janvier 1994 et au 30 janvier 1993, 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.

Jutrer Belin Caron Bélanger
Ernst & Young

Comptables agréés
Montréal (Québec)
Le 21 mars 1994

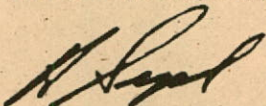
BILAN CONSOLIDÉ

LES MAGASINS CHÂTEAU DU CANADA LTÉE

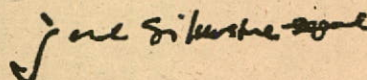
Au 29 janvier 1994	1994	1993
ACTIF		
À court terme		
Encaisse et dépôt à court terme	13 749 000 \$	10 751 000 \$
Débiteurs	1 223 000	1 008 000
Stocks (note 2)	15 637 000	12 759 000
Frais payés d'avance	327 000	460 000
	30 936 000	24 978 000
Prêts aux employés (note 3)	389 000	881 000
Immobilisations (note 4)	13 098 000	14 071 000
	44 423 000 \$	39 930 000 \$
PASSIF		
À court terme		
Créditeurs et charges à payer	10 240 000 \$	9 876 000 \$
Impôts à payer	1 614 000	4 504 000
Dividendes à payer	332 000	—
Dette à long terme échéant à moins d'un an	59 000	58 000
Obligations de contrats de location-acquisition échéant à moins d'un an	55 000	129 000
	12 300 000	14 567 000
À long-terme (note 6)	262 000	322 000
Obligations de contrats de location-acquisition (note 7)	45 000	100 000
AVOIR DES ACTIONNAIRES		
Capital-actions (note 8)	10 623 000	10 425 000
Bénéfices non répartis	21 193 000	14 516 000
	31 816 000	24 941 000
	44 423 000 \$	39 930 000 \$

Voir les notes ci-jointes

Au nom du Conseil,



Herschel H. Segal
Administrateur



Jane Silverstone
Administrateur

ÉTAT CONSOLIDÉ DES RÉSULTATS

LES MAGASINS-CHÂTEAU DU CANADA LTÉE

Pour l'exercice terminé le 29 janvier 1994	1994	1993
Ventes	150 282 000 \$	156 900 000 \$
Coût des marchandises vendues et charges		
Coût des marchandises vendues, frais d'achat et d'occupation	96 666 000	100 114 000
Frais généraux, de vente et d'administration	38 131 000	40 089 000
Intérêts	452 000	1 219 000
Amortissements	3 278 000	3 708 000
Paiements à l'égard de l'annulation de baux, radiation d'immobilisations et autres frais connexes	—	3 195 000
	138 527 000	148 325 000
Bénéfice avant impôts	11 755 000	8 575 000
Provision pour impôts sur le revenu (note 10)	4 746 000	4 066 000
Bénéfice net	7 009 000 \$	4 509 000 \$
Bénéfice net par action (note 11)		
– Non dilué	1,59 \$	1,04 \$
– Dilué	1,49 \$	1,01 \$
Nombre moyen d'actions émises	4 403 000	4 329 000

Voir les notes ci-jointes

ÉTAT CONSOLIDÉ DES BÉNÉFICES NON RÉPARTIS

Pour l'exercice terminé le 29 janvier 1994	1994	1993
Solde – début de l'exercice		
– redressé (note 9)	14 516 000 \$	10 007 000 \$
Bénéfice net	7 009 000	4 509 000
	21 525 000	14 516 000
Dividende	332 000	—
Solde – fin de l'exercice	21 193 000 \$	14 516 000 \$

Voir les notes ci-jointes

ÉTAT CONSOLIDÉ DE L'ÉVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

LES MAGASINS CHÂTEAU DU CANADA LTÉE

Pour l'exercice terminé le 29 janvier 1994	1994	1993
Liquidités provenant des (utilisées pour les) :		
ACTIVITÉS D'EXPLOITATION		
Bénéfice net	7 009 000 \$	4 509 000 \$
Éléments hors caisse :		
Amortissements	3 278 000	3 708 000
Radiation d'immobilisations	481 000	1 596 000
Recouvrement de la dévaluation de prêts aux employés	(475 000)	(52 000)
	10 293 000	9 761 000
Variation nette des soldes de fonds hors caisse du roulement liés à l'exploitation	(5 486 000)	5 986 000
	4 807 000	15 747 000
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Diminution (augmentation) des prêts aux employés	967 000	(313 000)
Remboursement de la dette à long terme	(59 000)	(55 000)
Remboursement des obligations de contrats de location-acquisition	(129 000)	(154 000)
Émission de capital-actions	198 000	280 000
	977 000	(242 000)
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Acquisitions d'immobilisations	(2 786 000)	(559 000)
Augmentation des liquidités	2 998 000	14 946 000
Encaisse et dépôt à court terme (endettement bancaire)		
- début de l'exercice	10 751 000	(4 195 000)
Encaisse et dépôt à court terme - fin de l'exercice	13 749 000 \$	10 751 000 \$

Voir les notes ci-jointes

Au 29 janvier 1994

1. CONVENTIONS COMPTABLES

a) Principes de consolidation :

Les états financiers consolidés regroupent les comptes de Les Magasins Château du Canada Ltée et de ses filiales.

b) Conversion des comptes exprimés en monnaie étrangère :

Opérations conclues en monnaie étrangère et établissements étrangers intégrés :

L'actif à court terme (excluant les stocks), le passif à court terme et les éléments d'actif et de passif monétaires à long terme sont convertis en dollars canadiens aux taux en vigueur à la date du bilan. Les autres éléments d'actif et de passif sont convertis aux taux en vigueur aux dates des opérations. Les produits et les charges sont convertis aux taux moyens en vigueur au cours de l'exercice, à l'exception du coût des stocks utilisés et des amortissements, lesquels sont convertis aux taux de change en vigueur lors de l'acquisition des éléments d'actif. Le bénéfice fait état des gains et des pertes de change.

c) Stocks :

Les matières premières et les produits en cours sont évaluées au coût ou à la valeur de réalisation nette, selon le moins élevé des deux. Les produits finis sont évalués, selon la méthode de l'inventaire au prix de détail, au coût ou à la valeur de réalisation nette, selon le moins élevé des deux, moins une marge de profit normale.

d) Amortissement :

L'amortissement des immobilisations est comptabilisé comme suit :

Bâtiment	10 % amortissement décroissant
Caisses enregistreuses et matériel informatique aux points de vente	5 ans amortissement linéaire
Autres mobiliers et agencements	10 ans amortissement linéaire
Automobiles	30 % amortissement décroissant

Les droits de location et les améliorations locatives sont amortis selon la méthode de l'amortissement linéaire sur la durée des baux.

e) Frais de mise en marche :

Les frais liés à l'ouverture de magasins sont imputés à l'exercice dès qu'ils sont engagés.

f) Exercice financier :

L'exercice financier de la société se termine le dernier samedi de janvier. L'exercice terminé le 29 janvier 1994 comporte 52 semaines d'activité alors que l'exercice précédent, terminé le 30 janvier 1993, en comptait 53.

2. STOCKS

	1994	1993
Matières premières	2 586 000 \$	2 543 000 \$
Produits en cours	1 214 000	710 000
Produits finis	11 837 000	9 506 000
	15 637 000 \$	12 759 000 \$

3. PRÊTS AUX EMPLOYÉS

	1994	1993
a) Prêts sans intérêt accordés en vertu du régime d'achat d'actions. Ces prêts sont remboursables au plus tard dix ans après la date d'émission des actions, mais devront être remboursés plus tôt advenant la cessation de l'emploi ou la disposition des actions des employés. Des prêts totalisant 361 000 \$ (1993 - 396 000 \$) accordés à des dirigeants de la société sont inclus dans ces prêts.	389 000 \$	536 000 \$
b) Prêts sans intérêt pour l'achat d'actions de catégorie A de la société.	-	18 000
c) Prêts à demande sans intérêt pour l'achat d'actions de catégorie A. En 1993, ces prêts comprenaient des sommes totalisant 63 000 \$ accordées à des dirigeants.	-	120 000
d) Prêts pour l'achat d'actions de catégorie A. Ces prêts portent intérêt au taux de base de la banque majoré de 0,5 de 1 %. En 1993, ces prêts comprenaient une somme de 27 000 \$ accordée à un dirigeant.	-	77 000
e) Prêt-habitation sans intérêt accordé à un dirigeant.	-	130 000
	389 000 \$	881 000 \$

La société détient les actions à titre de sûreté pour les prêts décrits en a) ci-dessus. Des sommes de 20 000 \$ (1993 - 105 000 \$) incluses dans ces prêts, sont dues, mais la décision de la société d'en exiger le paiement dépend du cours coté des actions.

4. IMMOBILISATIONS

	1994			1993		
	Coût	Amortissement cumulé	Net	Coût	Amortissement cumulé	Net
Terrain et bâtiment	536 000 \$	165 000 \$	371 000 \$	536 000 \$	126 000 \$	410 000 \$
Droits de location et améliorations locatives	14 404 000	8 376 000	6 028 000	14 531 000	7 963 000	6 568 000
Mobilier et agencements	13 209 000	6 614 000	6 595 000	14 088 000	7 080 000	7 008 000
Automobiles	183 000	79 000	104 000	207 000	122 000	85 000
	28 332 000 \$	15 234 000 \$	13 098 000 \$	29 362 000 \$	15 291 000 \$	14 071 000 \$

Le mobilier et les agencements comprennent des immobilisations de 214 000 \$ (1993 - 594 000 \$) détenues en vertu de contrats de location-acquisition. L'amortissement cumulé à l'égard de ces immobilisations totalise 111 000 \$ (1993 - 400 000 \$).

5. GARANTIE À LA BANQUE

Un nantissement des débiteurs, les stocks, les actions émises d'une filiale et une obligation de 3 000 000 \$ comportant une charge sur les éléments d'actif de la société existent pour nantir tout emprunt bancaire de la société.

6. DETTE À LONG TERME

	1994	1993
Prêt échéant en 1996, portant intérêt au taux de base de la banque	55 000 \$	74 000 \$
Prêt échéant en l'an 2001, ne portant pas intérêt	266 000	306 000
	321 000	380 000
Moins : Somme exigible à moins d'un an	59 000	58 000
	262 000 \$	322 000 \$

Les versements en capital sont exigibles au cours des exercices suivants :

1995	59 000 \$
1996	61 000
1997	51 000
1998	39 000
1999	39 000
Par la suite	72 000
	321 000 \$

7. OBLIGATIONS DE CONTRATS DE LOCATION

Ce qui suit est un relevé des loyers minimums à payer en vertu de contrats de location-acquisition et de location-exploitation :

	Location-acquisition	Location-exploitation
1995	63 000 \$	14 715 000 \$
1996	47 000	12 846 000
1997	—	10 601 000
1998	—	8 328 000
1999	—	6 735 000
Par la suite	—	15 408 000
Total des loyers minimums	110 000	68 633 000
Moins : Montant représentant l'intérêt à des taux variables	10 000	
Valeur actuelle des loyers minimums	100 000	
Moins : Somme exigible à moins d'un an	55 000	
	45 000 \$	68 633 000 \$

Certains des contrats de location-exploitation prévoient des loyers annuels supplémentaires basés sur les ventes ainsi que des augmentations annuelles des frais d'exploitation.

8. CAPITAL-ACTIONS

Autorisé –

Un nombre illimité d'actions privilégiées de premier, deuxième et troisième rang, sans droit de vote et pouvant être émises en séries

Un nombre illimité d'actions subalternes de catégorie A avec droit de vote

Un nombre illimité d'actions de catégorie B avec droit de vote

	1994	1993
Émis –		
1 412 000 actions de catégorie A (1993 - 1 362 000)	9 559 000 \$	9 361 000 \$
3 020 000 actions de catégorie B	1 064 000	1 064 000
	10 623 000 \$	10 425 000 \$

Au cours de l'exercice, la société a émis 50 000 actions de catégorie A pour 198 000 \$ dans le cadre du régime d'options d'achat d'actions.

Caractéristiques principales :

a) En ce qui a trait au versement de dividendes et au remboursement du capital, les actions prennent rang comme suit :

Privilégiées de premier rang,
Privilégiées de deuxième rang,
Privilégiées de troisième rang, et
Catégorie A et catégorie B

b) Sous réserve des droits des actionnaires privilégiés, les détenteurs d'actions de catégorie A ont droit à un dividende privilégié non cumulatif de 0,05 \$ par action, après quoi les détenteurs d'actions de catégorie B ont droit à un dividende non cumulatif de 0,05 \$ par action. Tout autre dividende déclaré au cours d'un exercice doit être déclaré et versé en montants égaux par action pour toutes les actions de catégorie A et de catégorie B alors en circulation, sans privilège ni distinction.

c) Sous réserve de ce qui précède, les actions de catégorie A et les actions de catégorie B ont égalité de rang, action pour action, quant aux bénéfices.

d) Les actions de catégorie A confèrent un vote par action et les actions de catégorie B confèrent 10 votes par action.

e) Les actions de catégorie A sont convertibles en actions de catégorie B à raison d'une action pour une action si la société mère cesse de contrôler la société ou si une offre est acceptée quant à la vente de plus de 20 % des actions de catégorie B alors en circulation à un prix supérieur à 115 % de leur valeur marchande. Les actions de catégorie B sont convertibles en actions de catégorie A en tout temps, à raison d'une action pour une action.

Régime d'options d'achat d'actions :

La société peut accorder des options à des employés clés ou à des administrateurs pour acheter des actions de catégorie A jusqu'à concurrence de 10 % de l'ensemble des actions de catégorie A et des actions de catégorie B émises du capital-actions de la société, moins toute autre action réservée à des fins d'émission en vertu de tout autre régime de la société. Le prix de l'option ne peut être inférieur à 90 % du cours coté des actions de catégorie A la dernière journée ouvrable avant la date à laquelle l'option a été accordée. Le tableau suivant résume le détail des options en circulation au 29 janvier 1994 :

Nombre d'options	Prix de l'option \$	Date d'échéance
13 000	3,00	Le 8 juin 1994
17 000	5,62	Le 11 février 1996
35 000	2,75	Le 21 février 1997
35 000	2,20	Le 28 mai 1997
12 000	3,15	Le 21 septembre 1997
59 000	3,60	Le 30 octobre 1997
35 000	4,00	Le 30 octobre 1997
75 000	5,25	Le 25 novembre 1997
35 000	6,55	Le 18 février 1998
316 000		

Régime d'achat d'actions :

La société peut accorder à ses employés clés des droits de souscription à des actions de catégorie A jusqu'à concurrence de 10 % de l'ensemble des actions de catégorie A et des actions de catégorie B émises du capital-actions de la société, moins toute autre action réservée à des fins d'émission en vertu de tout autre régime de la société. Le prix de souscription ne peut être inférieur à 90 % du cours coté des actions de catégorie A la dernière journée ouvrable avant la date à laquelle le droit de souscription a été accordé.

9. REDRESSEMENT AFFECTÉ À UN EXERCICE ANTÉRIEUR

Par suite de nouvelles cotisations d'impôts proposées du gouvernement pour les exercices 1989 à 1992, le solde des bénéfices non répartis au 25 janvier 1992 a été redressé pour présenter une charge rétroactive de 600 000 \$, représentant la somme par laquelle les impôts, incluant les intérêts y afférents, avaient été augmentés à cette date.

10. IMPÔTS SUR LE REVENU

a) Le taux d'imposition effectif de la société est établi comme suit :

	1994	1993
Taux d'imposition canadien combiné fédéral et provincial	40,7 %	41,3 %
Augmentation (diminution) du taux d'imposition découlant de ce qui suit :		
Perte d'une filiale pour laquelle aucun recouvrement d'impôt n'a été comptabilisé	1,2 %	10,7 %
Dépenses non déductibles	0,5 %	1,2 %
Éléments non imposables	(2,4) %	(2,2) %
Avantage fiscal découlant de l'application de dons et de la perte d'une filiale liquidée dans la société au cours d'exercices antérieurs	—	(1,6) %
Divers	0,4 %	(2,0) %
Taux d'imposition effectif	40,4 %	47,4 %

b) Au 29 janvier 1994, une filiale américaine avait des pertes cumulées de 7 820 000 \$US (10 357 000 \$CA) venant à échéance entre 2001 et 2009. Les avantages fiscaux relatifs au report prospectif de ces pertes n'ont pas été reconnus aux états financiers.

11. BÉNÉFICE PAR ACTION

Le bénéfice non dilué par action est calculé selon le nombre moyen pondéré d'actions en circulation durant l'exercice.

Le bénéfice dilué par action fait état de l'effet de dilution découlant de la conversion des options en circulation à la fin de l'exercice ou des options levées au cours de l'exercice, comme si elles avaient été levées au début de l'exercice ou à la date de leur octroi si l'octroi survient après le début de l'exercice. Le nombre d'actions utilisées dans le calcul du bénéfice dilué par action est de 4 746 000 (1993 - 4 489 000) actions. L'intérêt sur les fonds qui auraient été reçus si les options avaient été levées, soit 45 000 \$ (1993 - 20 000 \$) déduction faite des impôts, a été imputé à un taux annuel de 5 % (1993 - 6 %).

12. PASSIF ÉVENTUEL

a) La société a été nommée défenderesse dans des poursuites ou a reçu des réclamations totalisant 475 000 \$. Selon la direction, ces réclamations sont sans grand mérite, et aucune provision n'a été constituée dans les comptes à leur égard. Toutefois, si des pertes devaient être subies par suite du règlement de ces réclamations, de telles pertes seraient comptabilisées comme un redressement affecté à un exercice antérieur.

b) La société a reçu des nouvelles cotisations d'impôts proposées pour les exercices 1989 à 1992 totalisant 1 200 000 \$, incluant les intérêts. De ce montant, la somme de 600 000 \$ a été comptabilisée de la façon décrite à la note 9. La société s'opposera à ces nouvelles cotisations proposées. Toutefois, toute perte additionnelle qui pourrait découler du règlement de ces nouvelles cotisations proposées serait comptabilisée à titre de redressement affecté à un exercice antérieur.

13 . INFORMATION SECTORIELLE

Ce qui suit est un résumé des activités et de l'actif de la société, par région géographique :

	1994	1993
Ventes :		
Canada	145 509 000 \$	147 273 000 \$
États-Unis	4 773 000	9 627 000
	150 282 000 \$	156 900 000 \$
Amortissements :		
Canada	3 086 000 \$	3 263 000 \$
États-Unis	192 000	445 000
	3 278 000 \$	3 708 000 \$
Bénéfice net (perte nette) :		
Canada	7 366 000 \$	6 740 000 \$
États-Unis	(357 000)	(2 231 000)
	7 009 000 \$	4 509 000 \$
Bénéfice net (perte nette) par action :		
Canada	1,67 \$	1,56 \$
États-Unis	(0,08)	(0,52)
	1,59 \$	1,04 \$
Éléments d'actif sectoriels :		
Canada	43 353 000 \$	38 274 000 \$
États-Unis	1 070 000	1 656 000
	44 423 000 \$	39 930 000 \$
Dépenses en capital :		
Canada	2 755 000 \$	559 000 \$
États-Unis	31 000	—
	2 786 000 \$	559 000 \$

RENSEIGNEMENTS SUR LA SOCIÉTÉ

Conseil d'administration

Herschel H. Segal*

Président du Conseil,
Directeur général de la Société

Jane Silverstone

Vice-présidente exécutive
et directrice des achats
de la Société

Sidney Horn*

Associé, Phillips & Vineberg

Victor Koloshuk*

Président du Conseil,
Koloshuk Farrugia Corp.

John C. McMillan*

Conseiller en affaires
indépendant

Morrie Neiss

Président et chef de la direction
Les Pharmacies Cumberland
(Merivale) Ltée

Dr. Abraham Zaleznik

Professeur émérite,
Gradué de l'école
d'administration des affaires,
Université Harvard

*Membre du Comité de vérification

Dirigeants

Herschel H. Segal

Président et chef de la direction

Jane Silverstone

Vice-présidente exécutive
et directrice des achats

Joseph Kohl

Vice-président exécutif, chef
de l'exploitation et secrétaire
général

Stephen Gottlieb, C.G.A.

Vice-président, Finances

Betty Berliner

Vice-présidente, Achats

Suzana Vovko

Vice-présidente,
Ventes et opérations

Siège social

5695 rue Ferrier
Ville Mont-Royal (Québec)
H4P 1N1
Tél. : (514) 738-7000

Vérificateurs

Zittrer Siblin Caron Bélanger
Ernst & Young
Comptables agréés

Registraire et agent de transferts

Compagnie Montréal Trust

Conseillers juridiques

Phillips & Vineberg

Banquiers

La Banque Royale du Canada

Relations avec les investisseurs

Marcel Knecht & Associés, inc.

L'assemblée annuelle des actionnaires

aura lieu le jeudi 7 juillet 1994
à 11h30, au Centre Sheraton
1201, boul. René-Lévesque Ouest,
Montréal (Québec)