

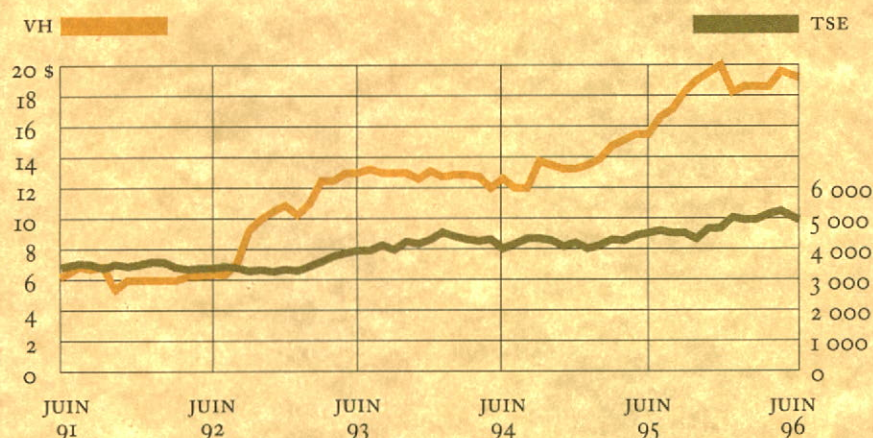


LIBRARY USE ONLY

A.L. VAN HOUTTE
RAPPORT ANNUEL 1996

PERFORMANCE BOURSIÈRE

Évolution comparative de l'action à droit de vote subalterne de A.L. Van Houtte et du TSE 300



INFORMATION SUR LE TITRE

Inscription :

Bourse de Montréal, août 1987; Toronto Stock Exchange, septembre 1995

Symboles boursiers : VH, ME, TSE / VH.DB, ME

Nombre d'actions participantes et votantes en circulation au 30 mars 1996 : 8 262 059

Nombre d'actions détenues par le public : 4 061 176 actions à droit de vote subalterne

Haut/bas au cours du dernier exercice :

• actions : 20,25 \$ / 14,75 \$ • débetures : 138,00 \$ / 113,50 \$

Volume de transactions (unités) :

• actions : 2 039 740 • débetures : 2 782 000

Cours récents (30 juin 1996) :

• actions : 19,35 \$ • débetures : 130,00 \$

DONNÉES PAR ACTION

(en date du 30 juin 1996)

Bénéfice net (dilué) : 0,92 \$

Fonds autogénérés : 2,70 \$

Valeur comptable : 9,00 \$

Dividende : 0,16 \$

Cours/bénéfice (dilué) : 21,0 X

Cours/fonds autogénérés : 7,2 X

Cours/valeur aux livres : 2,2 X

Rendement du dividende : 0,8 %

«Nous croyons que la stratégie de la Compagnie est solide et qu'elle continuera à offrir aux investisseurs des résultats exceptionnels dans un avenir prévisible. Recommandation: ACHAT.»

— Jean Croteau, RBC Dominion Securities, juillet 1996

«Nous prévoyons que la croissance viendra principalement de l'intégration de Red Carpet et de VKI au sein des opérations de Van Houtte, de l'introduction progressive des équipements d'infusion à la tasse VKI à l'intérieur des activités de services de pause-café et de l'expansion de Filterfresh aux États-Unis. Recommandation : ACCUMULER.»

— Ihor Danyliuk, Steve Sartov, Midland Walwyn Capital, juillet 1996

«Nous croyons que Van Houtte est une entreprise exceptionnellement bien gérée, qui présente un faible endettement à long terme et qui bénéficiera de plus en plus de la demande croissante des consommateurs pour les cafés haut de gamme. Recommandation : ACHAT.»

— Anthony Zicha, Deacon Capital, juin 1996

«Sur la base des forces fondamentales de l'industrie et des activités de la Compagnie, nous continuons à recommander aux investisseurs d'ACHETER les actions de Van Houtte.»

— Ève Dalphond, Lévesque Beaubien Geoffrion, juin 1996

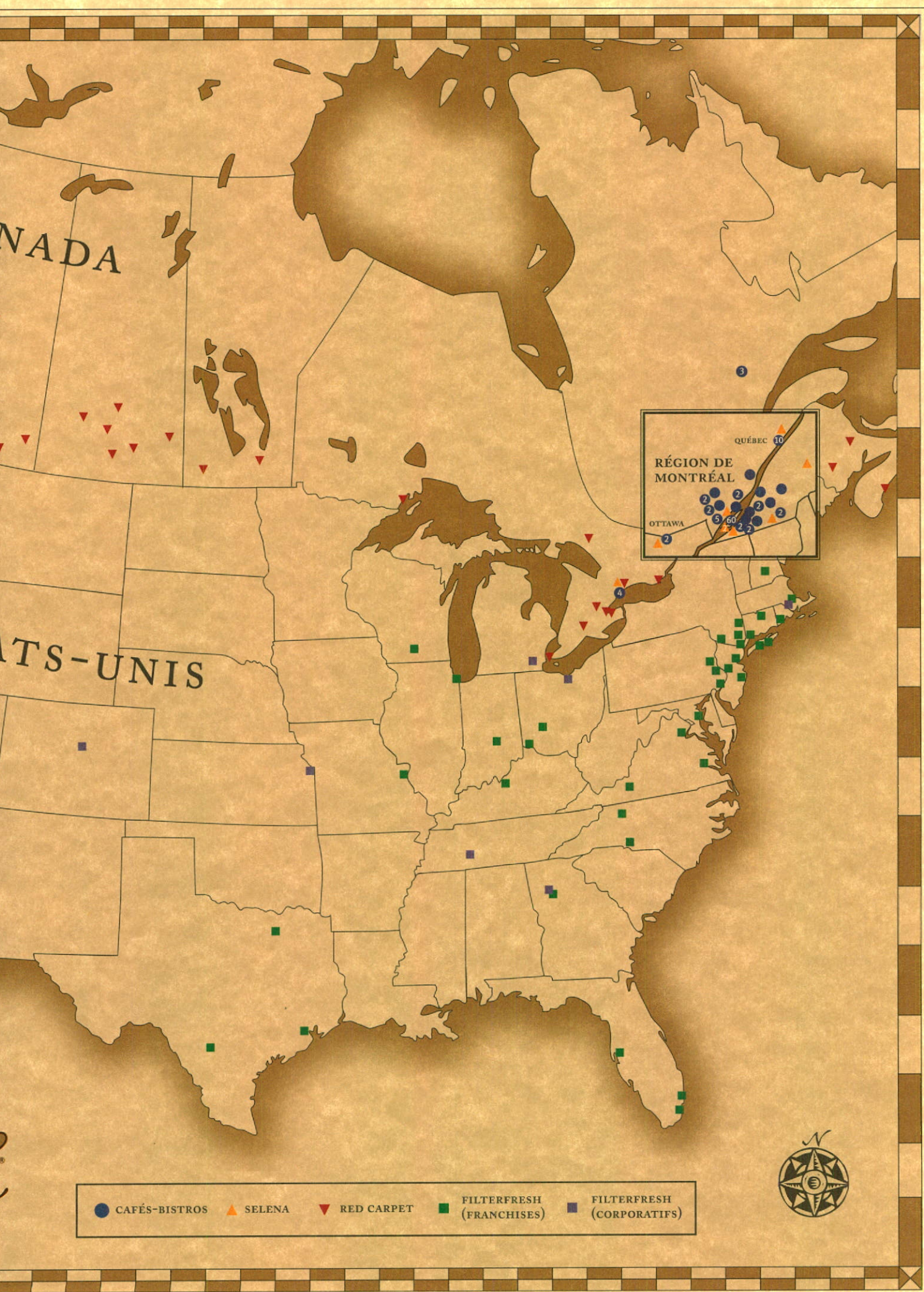
«L'entreprise jouit d'un positionnement appréciable à l'intérieur de ses différents marchés qui connaissent des hausses significatives de leurs opérations. Recommandation : ACHAT.»

— Richard Lamonde, Tassé & Associés, octobre 1995

«Par l'entremise de ses deux divisions, le Groupe café et les services de pause-café, la Compagnie est bien positionnée pour tirer avantage de la croissance de la consommation de cafés de spécialité et haut de gamme. Recommandation : ACCUMULER.»

— Ron Schwarz, Wood Gundy, juillet 1995







A.L. VAN HOUTTE, DONT LES ORIGINES REMONTENT À 1919, EST LE PLUS IMPORTANT TORRÉFACTEUR CANADIEN DE CAFÉS HAUT DE GAMME. DESSERVANT À LA FOIS LE MARCHÉ DE L'ALIMENTATION ET LE MARCHÉ INSTITUTIONNEL, ELLE EST PRÉSENTE À TRAVERS LE CANADA ET AUX ÉTATS-UNIS. LA SOCIÉTÉ SE CLASSE ÉGALEMENT PARMI LES PRINCIPALES ORGANISATIONS DANS LE DOMAINE DE LA PAUSE-CAFÉ EN AMÉRIQUE DU NORD. — A.L. VAN HOUTTE SE DISTINGUE PAR SON HAUT DEGRÉ D'INTÉGRATION QUI LUI PERMET, D'UNE PART, D'EXERCER UN CONTRÔLE ÉTROIT SUR LA QUALITÉ DE SON PRODUIT ET D'AUTRE PART, DE REJOINDRE LES CONSOMMATEURS DE CAFÉ À TRAVERS TOUS LES PRINCIPAUX CANAUX DE DISTRIBUTION : LES MARCHÉS D'ALIMENTATION, LES RESTAURANTS INCLUANT SON PROPRE RÉSEAU DE CAFÉS-BISTROS, DE MÊME QUE LES SERVICES DE PAUSE-CAFÉ EN MILIEU DE TRAVAIL, DANS LES HÔTELS, LES LIEUX D'ENSEIGNEMENT ET AUTRES INSTITUTIONS.

- Le Groupe café de A.L. Van Houtte torréfie et emballe une grande variété de cafés haut de gamme, en grains et moulus, qu'il commercialise au sein des marchés de l'alimentation, de la restauration et de la pause-café sous les diverses marques de commerce de la Société et de ses filiales;
- la division des cafés-bistros exploite au Québec et en Ontario un réseau de 110 cafés-bistros dont 102 établissements franchisés et 8 corporatifs. Ce réseau offre une gamme complète de cafés de spécialité à la tasse et en grains, ainsi que des menus légers de mets et pâtisseries fraîchement préparés;
- par le biais de ses filiales Café Selenia et Red Carpet Food Services, A.L. Van Houtte exploite le plus vaste réseau de services de pause-café au Canada. Celui-ci compte 43 établissements implantés d'un océan à l'autre, qui desservent plus de 35 000 clients en produits de café, produits connexes, équipements et services. A.L. Van Houtte est également présente sur le marché américain des services de pause-café à travers Filterfresh Corporation dont elle détient 51 % des actions. Filterfresh regroupe un réseau de 39 établissements franchisés et 7 corporatifs, répartis dans 27 états américains;
- enfin, par le biais de VKI Technologies, filiale détenue à 51 %, A.L. Van Houtte occupe le premier rang en Amérique du Nord dans la conception, la fabrication et la distribution de cafetières haut de gamme infusant le café une tasse à la fois. Ces équipements sophistiqués fournissent un café de qualité supérieure aux cafetières traditionnelles. Ils sont destinés principalement aux marchés canadien et américain de la pause-café, incluant les propres réseaux de la Société. Les infuseurs à la tasse de VKI sont également exportés en Europe et au Japon auprès de manufacturiers d'équipements.

A.L. Van Houtte a fondé son succès sur son habileté à segmenter le marché des consommateurs de café pour leur offrir une gamme adaptée de produits raffinés et différenciés. Sa stratégie ciblée de positionnement, son programme vigoureux d'expansion par acquisitions, son recours aux technologies de pointe et son expertise du franchisage, sont autant d'éléments qui lui ont permis de s'inscrire parmi les entreprises les plus dynamiques et les plus rentables de son industrie à l'échelle nord-américaine.

STATISTIQUES FINANCIÈRES

(en milliers de dollars sauf montants par action, pourcentages et ratios)

EXERCICES FINANCIERS TERMINÉS LES	30 mars 1996	1 ^{er} avril 1995	2 avril 1994	3 avril 1993	28 mars 1992	Taux de crois- sance annuelle
PERFORMANCE FINANCIÈRE						
Revenus d'exploitation	164 102 \$	131 490 \$	44 525 \$	35 410 \$	27 422 \$	56,4 %
BAAII ⁽¹⁾	31 432	25 215	11 040	7 976	4 334	64,1 %
Bénéfice net	7 790	6 202	4 011	3 220	2 113	38,6 %
• par action, non dilué	0,94	0,80	0,68	0,65	0,48	18,3 %
• par action, dilué	0,92	0,79				
Fonds autogénérés	22 308	18 335	8 203	5 904	3 533	58,5 %
• par action	2,70	2,35	1,39	1,19	0,81	35,1 %
Dividendes ⁽²⁾	1 320	1 234	778	566	523	26,0 %
• par action	0,16	0,15	0,14	0,13	0,12	7,7 %
Nombre d'actions en circulation	8 262 059	8 251 976 ⁽³⁾	6 657 245 ⁽⁴⁾	5 557 245	4 357 245	
Rendement sur l'avoir moyen des actionnaires	11,0 %	11,2 %	11,7 %	15,0 %	13,1 %	
SITUATION FINANCIÈRE						
Actif total	137 964 \$	134 328 \$	52 917 \$	44 824 \$	21 707 \$	58,8 %
Avoir des actionnaires	74 363	67 699 ⁽³⁾	42 592 ⁽⁴⁾	26 120	16 866	44,9 %
Débtentures convertibles	21 449	21 450 ⁽³⁾				
Total	95 812	89 149				
Dette à long terme	16 083	18 159	2 734	10 655	2 264	63,3 %
Valeur aux livres de l'action	9,00	8,20	6,40	4,70	3,87	23,5 %
Ratio de solvabilité à long terme sur équité et quasi-équité ⁽⁵⁾	0,17:1	0,20:1	0,06:1	0,41:1	0,13:1	
INFORMATION SUPPLÉMENTAIRE						
Chiffre d'affaires des cafés-bistros A.L. Van Houtte ⁽⁶⁾	36 770 \$	37 856 \$	32 918 \$	30 588 \$	28 042 \$	
Chiffre d'affaires du réseau Filterfresh (SCAN) ⁽⁶⁾	65 323	48 093				

(1) Bénéfice avant amortissements, frais financiers, impôts, ainsi qu'avant participation aux résultats des sociétés satellites et part des actionnaires sans contrôle.

(2) Versé aux porteurs d'actions à droit de vote subalterne et d'actions à droit de vote multiple.

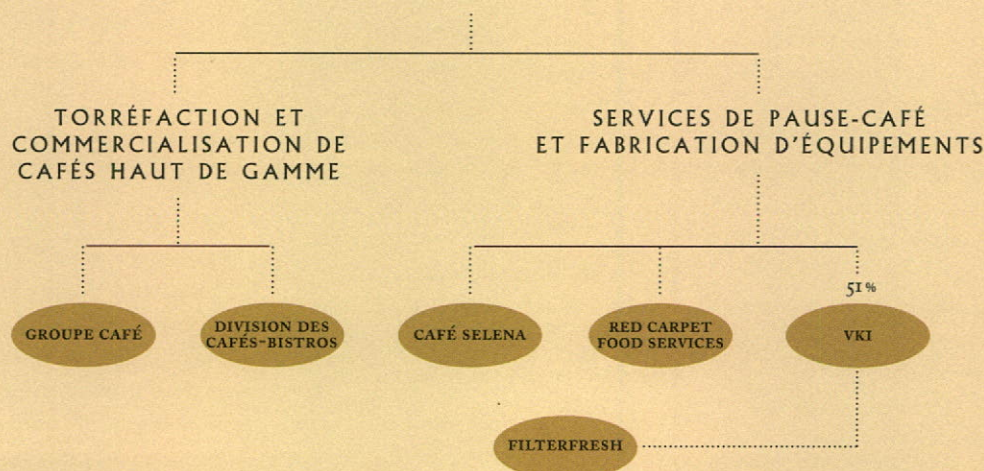
(3) Au cours de l'exercice 1994-1995, la Société a émis 15 000 unités comportant chacune 100 actions à droit de vote subalterne et un montant en capital de 1 300 \$ de débtentures subordonnées convertibles en actions à droit de vote subalterne; subséquemment, le preneur ferme de l'émission a exercé son droit d'acquies 1 950 000 \$ de débtentures additionnelles.

(4) Au cours de l'exercice 1993-1994, la Société a émis 1 100 000 actions à droit de vote subalterne à 12,50 \$ l'unité.

(5) Dette à long terme (excluant la portion à court terme) sur le total de l'avoir des actionnaires et des débtentures convertibles en fin de période.

(6) Pour mémoire seulement; non vérifié.

A.L. VAN HOUTTE





MESSAGE AUX ACTIONNAIRES

EN 1995-1996, NOUS AVONS DÉPLOYÉ AVEC SUCCÈS UN AMBITIEUX PLAN D'ACTION EN VUE DE VALORISER L'INFRASTRUCTURE NORD-AMÉRICAINE DONT NOUS ONT DOTÉS LES ACQUISITIONS DE L'ANNÉE PRÉCÉDENTE.

Dans un environnement marqué par une décroissance de la demande et des pressions à la baisse sur les prix de vente, A.L. Van Houtte a affiché une croissance de 25 % de ses revenus, lesquels ont atteint 164,1 millions \$. En incluant les ventes de nos réseaux de franchises, c'est un chiffre d'affaires de plus de 250 millions \$ qu'a généré notre organisation en 1995-1996. Nous avons dégagé un bénéfice net record de 7,8 millions \$, en hausse de 26 % sur l'exercice précédent, et un bénéfice par action de 0,94 \$ (0,92 \$ dilué).

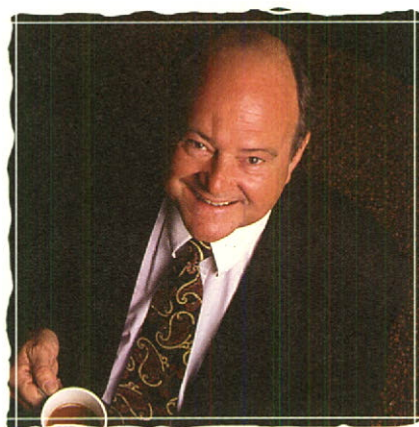
Si elle résulte en partie de l'inclusion, pour l'ensemble de la période, des résultats de Red Carpet Food Services, VKI et Filterfresh, cette performance est également le fruit d'une vigoureuse croissance interne. Dans tous nos secteurs d'activités, nous avons mis à profit nos forces en marchandisage pour accroître nos parts de marché, percer de nouveaux créneaux et accroître notre rentabilité en rehaussant la valeur offerte à nos clients.

Des développements majeurs ont été réalisés à l'intérieur de nos deux grands axes d'expansion : la commercialisation de nos cafés haut de gamme à travers le Canada et le développement, à l'échelle nord-américaine, de nos services de pause-café utilisant la technologie d'infusion à la tasse. Notre Groupe café a notamment effectué une importante percée dans le marché de l'alimentation de l'Ontario à la suite d'une acquisition réalisée au cours du second trimestre. Pour leur part, nos réseaux de services de pause-café ont ensemble accru de 20 % le parc d'équipements d'infusion à la tasse exploités par A.L. Van Houtte à travers l'Amérique du Nord.

C'est au cours de la dernière année que nous avons donné le coup d'envoi à ce qui sera, sans nul doute, une de nos principales stratégies et sources de

croissance dans les années à venir : l'introduction graduelle de l'ensemble de nos concepts de marchandisage à travers tous nos canaux de distribution et dans tous nos marchés géographiques.

Ainsi, le Groupe café a développé des concepts sur mesure pour la clientèle de Red Carpet et a entrepris d'approvisionner son réseau pancanadien en cafés haut de gamme vendus sous la marque privée



de cette dernière. D'autre part, tandis que VKI consacrait ses efforts à la mise au point de nouveaux équipements d'infusion à la tasse, Café Selenia, Red Carpet Food Services et Filterfresh ont élaboré et testé avec succès une stratégie de mise en marché de cette technologie, que nous entendons bientôt appliquer systématiquement à l'échelle continentale. Enfin, Filterfresh et Red Carpet ont conclu une importante alliance en vertu de laquelle Red Carpet implantera et exploitera sous la bannière «Filterfresh» un réseau de services de pause-café dans le nord-ouest américain.

Nous entendons promouvoir le développement de tous nos secteurs d'activités en 1996-1997, conformément à nos deux principaux axes d'expansion.

Par le potentiel que recèlent la force de notre positionnement et les opportunités encore sous-exploitées du marché

canadien, ce territoire demeurera indéniablement notre principal berceau de croissance à court et moyen termes. Par ailleurs, nous paverons la voie à notre expansion nord-sud dans le secteur de la pause-café en exportant nos concepts vers ces marchés, en optimisant nos investissements récents aux États-Unis et en rodant notre infrastructure de façon à y reproduire, d'ici cinq ans, l'expérience de croissance que nous avons connue au Canada.

Pour 1996-1997, nous visons un accroissement accéléré de notre base d'équipements d'infusion à la tasse. Cette croissance sera supportée par le développement interne et de potentielles acquisitions, ainsi que par l'implantation de Red Carpet dans le nord-ouest des États-Unis.

D'autre part, le Groupe café poursuivra son expansion en Ontario et ailleurs au Canada, notamment en utilisant le réseau de Red Carpet Food Services comme base de développement des marchés régionaux institutionnels et de l'alimentation. Au début de l'exercice, le Groupe café a par ailleurs lancé à travers le réseau Red Carpet trois cafés d'origine signés «A.L. Van Houtte», auxquels s'ajouteront six autres produits en cours d'année. Nous comptons également commercialiser ces cafés internationaux auprès de la clientèle de Café Selenia et entreprendre cette année de familiariser les franchisés Filterfresh avec nos concepts. Enfin, nous entendons renouer avec l'expansion du réseau de cafés-bistros, lequel a fait l'objet l'an dernier d'un important exercice de consolidation et de repositionnement.

C'est dans la structure hautement intégrée de nos activités que résident notre plus grande force concurrentielle et la clé de voûte de notre succès à long terme. Aussi chercherons-nous à maximiser les interrelations au sein de cette organisation unique, où chaque division contribue à la visibilité et au succès des autres.

Prises à part, nos différentes unités sont autant de chefs de file dans leurs créneaux respectifs. Réunies, elles font de A.L. Van Houtte un leader de l'industrie du café haut de gamme en Amérique du Nord. Nous sommes à la fois le premier fabricant, propriétaire et exploitant nord-américain d'équipements d'infusion à la tasse, le plus important pourvoyeur de services de pause-café au Canada et le principal distributeur de cafés haut de gamme au Québec où nous exploitons, en outre, la plus grande chaîne de cafés-bistros.

Peu d'entreprises de notre secteur bénéficient d'une organisation aussi intégrée en termes d'expertises, de ressources, de canaux de distribution et de savoir-faire technologique. Nous sommes l'un des seuls distributeurs et détaillants canadiens de cafés haut de gamme à posséder une infrastructure aussi moderne et une expertise aussi vaste de la torréfaction, qui nous permettent non seulement de contrôler la qualité de notre produit, mais de développer, mettre à l'essai et introduire chaque année de nouveaux concepts à travers nos réseaux. À l'inverse, nous sommes le seul torréfacteur à jouir d'une si large vitrine et d'autant de lieux de dégustation pour ses produits, puisque c'est dans 110 cafés-bistros et plus de 35 000 bureaux ou autres institutions utilisatrices de nos services de pause-café que nous sommes en mesure d'exposer les amateurs de café à la qualité, la variété et la marque «A.L. Van Houtte».

Nos perspectives à long terme sont excellentes car nous avons tous les atouts en main pour tirer avantage des tendances favorables du marché des cafés haut de gamme.

De toute l'industrie du café, seul le créneau des cafés haut de gamme où nous œuvrons a connu une croissance au cours des cinq dernières années. Il est prévu que cette croissance se poursuivra, si bien que le segment des produits haut de gamme et de spécialité occupera vraisemblablement entre 30 à 40 % de la consommation nord-américaine de café d'ici l'an 2000.

Une part croissante de la population, répartie dans toutes les catégories d'âge, découvre chaque année que la dégustation d'un café de qualité supérieure est un plaisir aussi gratifiant qu'abordable. Cet engouement, qui n'est pas sans rappeler celui que les consommateurs canadiens et américains ont développé pour les bons

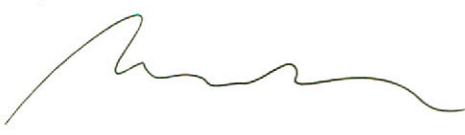
vins au cours des dernières années, se manifeste clairement par l'explosion que connaît actuellement le marché des bars-café en Amérique du Nord. À cet effet, Le National Coffee Association of USA prévoit que le nombre de bars-café doublera aux États-Unis d'ici la fin du siècle.

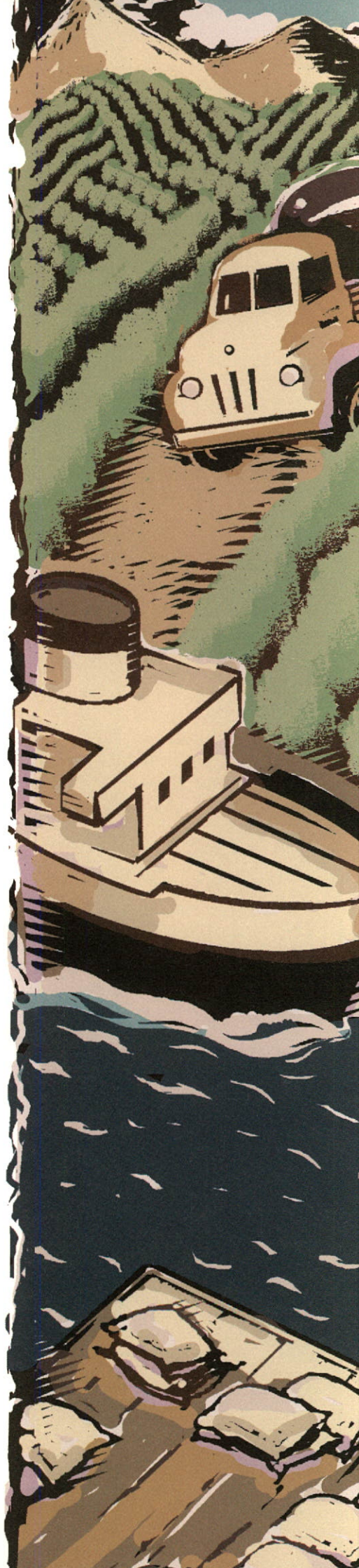
Même s'il a fait apparaître de nouveaux concurrents pour notre réseau de cafés-bistros, nous vivons ce phénomène avec plus d'intérêt que d'appréhension. Pour avoir évolué pendant 77 ans dans le créneau des cafés haut de gamme et pendant plus de 15 ans dans l'exploitation de cafés-bistros, nous avons certes acquis une expertise distinctive. Nous avons également appris que chaque fois qu'un nouvel arrivant convertit des consommateurs aux cafés de qualité, c'est l'ensemble de l'industrie des cafés haut de gamme qui en bénéficie.

Notre défi pour les prochaines années sera de maintenir avec autant de créativité et de rigueur l'approche qui a fait notre succès jusqu'à ce jour : devancer notre concurrence à force d'innovation et d'efficacité, constamment jauger les tendances du marché, développer les concepts les plus variés et les plus sophistiqués; bref, transmettre aux consommateurs ce qui est l'essence même de A.L. Van Houtte... notre passion du café.

En guise de conclusion, je souhaite remercier chaleureusement tous nos employés, associés et franchisés pour leur excellente contribution au rayonnement de la Société. Compte tenu de la formidable expansion que nous avons connue dans les deux derniers exercices, je tiens particulièrement à souligner le travail des dirigeants de nos filiales et divisions qui ont non seulement démontré un remarquable esprit d'équipe, mais qui ont su insuffler à leurs troupes la culture, les ambitions et la vision d'avenir de A.L. Van Houtte.

Enfin, je remercie les membres du conseil d'administration pour leur précieux support, en particulier M^r Gilles Bertrand qui a récemment quitté le conseil après y avoir siégé pendant sept ans.


Paul-André Guillothe
Président et chef de la direction
Juillet 1996





LE DERNIER EXERCICE NOUS AURA DONNÉ L'OCCASION DE METTRE EN VALEUR LA SYNERGIE EXISTANT AU SEIN DE L'ENTREPRISE. CE FAISANT, NOUS AVONS PU CONSTATER LA GRANDE RÉCEPTIVITÉ DES CONSOMMATEURS NORD-AMÉRICAINS À L'ÉGARD DE NOS PRODUITS PARTOUT OÙ ILS ONT ÉTÉ INTRODUITS.

TORRÉFACTION ET COMMERCIALISATION DE CAFÉS HAUT DE GAMME

L'exercice 1995-1996 a été très fructueux pour notre Groupe café : alors que le volume des ventes de l'ensemble de l'industrie canadienne reculait de 4 %, nous avons accru nos expéditions de plus de 11 %, à la faveur d'une forte croissance interne et de notre expansion hors Québec.

Conformément à notre objectif premier, deux événements majeurs ont ouvert la voie à notre implantation à l'échelle pancanadienne : l'approvisionnement graduel en café du réseau Red Carpet et l'acquisition d'un distributeur de café en Ontario.

Entre mars et novembre 1995, nous avons réalisé la transition par laquelle nous sommes devenus le fournisseur privilégié des cafés de marque privée de Red Carpet. Cette opération, effectuée en collaboration avec la direction de Red Carpet, s'est déroulée systématiquement d'Est en Ouest, province par province. Dans chaque territoire et pour chacune des succursales, nous avons mené une étude approfondie des goûts et des habitudes de la clientèle de façon à développer des mélanges parfaitement adaptés aux spécificités régionales du réseau. Le but visé était de fournir aux clients de Red Carpet Food Services les produits qu'ils demandaient, tout en haussant le niveau de qualité.

Ce programme a connu un succès remarquable; en familiarisant la clientèle aux produits de qualité supérieure, le Groupe café et Red Carpet ont non seulement contribué à un accroissement significatif du volume de ventes, mais ont pavé la voie à une prochaine étape stratégique : l'introduction des cafés d'origine signés «A.L. Van Houtte».

En octobre 1995, le Groupe café a fait l'acquisition d'une partie des activités de distribution de la Société Nine to Five Coffee Services Ltd. en Ontario. Nous nous sommes ainsi portés à la tête d'une organisation solidement implantée au sein du marché de l'alimentation, dont la clientèle compte notamment les épiceries Loeb situées à Ottawa, Sudbury, London et Toronto. Dans les mois suivants, nous



avons introduit dans une soixantaine de supermarchés nos concepts intégrés, incluant les îlots de cafés haut de gamme «A.L. Van Houtte» et «Orient Express». L'accueil réservé à nos concepts par les consommateurs a été concluant, certains établissements ayant vu leurs ventes de café croître jusqu'à 30 % suite à notre implantation.

En 1995-1996, le Groupe café a également réalisé des gains importants au Québec où il a considérablement accru sa part de marché et son volume d'affaires auprès du marché de l'alimentation. Cette performance, nous la devons en grande partie aux retombées des programmes lancés au cours de l'exercice précédent. Entre autres, la mise en marché de nos

concepts de café en grains préemballés dans les magasins à grande surface a connu un vif succès. Nous avons également bénéficié du renforcement de notre réseau de distributeurs franchisés qui ont reçu l'an dernier une formation de pointe en techniques de merchandising et avec lesquels nous avons implanté, au dernier exercice, un système informatisé de gestion intégrée des ventes.

Plusieurs autres initiatives, qui ont contribué directement à l'accroissement de nos parts de marché, ont été introduites au cours de la dernière année. Nous avons entièrement renouvelé les présentoirs et développé, pour les marques «A.L. Van Houtte» et «Orient Express», des concepts d'îlots adaptés à chaque type de points de vente : magasins à grande surface, épiceries et dépanneurs. Nous avons également instauré des programmes de dégustation dans les magasins d'alimentation et lancé une vigoureuse campagne publicitaire sur les réseaux de télévision.

Enfin, du côté du marché institutionnel, notre filiale Caf-Pur a considérablement raffermi sa position de marché en renforçant sa vocation et son image de fournisseur de café haut de gamme, ce qui lui a permis d'accroître ses expéditions de façon appréciable.

Le Groupe café anticipe une autre excellente année en 1996-1997. Outre la mise en marché de nos cafés d'origine auprès des réseaux de Red Carpet et de Café Selena, nous bénéficierons des développements amorcés en 1995-1996 pour l'ensemble de la période, en particulier l'approvisionnement des cafés de marque privée «Red Carpet» et notre percée dans le marché de l'alimentation en Ontario.

Tout en consolidant notre position au Québec par le lancement de nouveaux produits, nous concentrerons nos efforts sur l'accroissement de notre présence en Ontario et dans le reste du Canada. Nous avons, à cet effet, mis en poste un directeur national des ventes à Toronto. Nous verrons également à introduire au cours de l'année des nouveaux concepts d'emballage adaptés spécifiquement aux consommateurs de l'Ontario et nous mettrons de l'avant une stratégie de développement de marché qui nous permettra de capitaliser sur l'infrastructure de Red Carpet. Enfin, nous commencerons, au cours de la prochaine année, à promouvoir la supériorité de nos cafés auprès du réseau Filterfresh en proposant nos concepts aux propriétaires-franchisés.

Afin de soutenir la croissance anticipée de notre volume d'affaires, nous procéderons en 1996-1997 à une réingénierie de l'usine de façon à augmenter sa capacité d'emballage. Un important programme de formation et de responsabilisation des employés sera également mis en place. Compte tenu de l'excellent climat de travail qui règne au sein du Groupe, nous sommes assurés que cette initiative contribuera à rehausser encore davantage notre productivité. À cet égard, nous sommes heureux de souligner que le Groupe café et ses employés ont renouvelé en octobre 1995 leur convention de travail pour une période de trois ans.

Dans la foulée de l'année précédente, la division des cafés-bistros a consacré le plus fort de ses énergies en 1995-1996 à consolider son réseau, à améliorer le service à la clientèle et à appuyer la performance des franchisés.

Huit cafés-bistros ont été ouverts au cours de l'exercice. Par ailleurs, nous avons pris la décision, pour des raisons de performance et de positionnement, de ne pas renouveler les contrats de franchise relatifs à trois établissements dont les baux sont arrivés à échéance. Nous comptons poursuivre l'expansion du réseau en 1996-1997 et accélérer notre programme d'actualisation du concept. Au cours des prochains exercices, une dizaine de cafés-bistros verront chaque année leur bail expirer. Nous saisissons cette opportunité pour continuer à rénover le réseau de façon à offrir à notre clientèle un environnement agréable et propice à la dégustation de café.

En 1995-1996 par ailleurs, nous avons intensifié les activités de formation et d'encadrement à l'intention des propriétaires-franchisés et nous avons élargi à l'ensemble du réseau le programme d'amélioration du service à la clientèle implanté en 1994-1995. De plus, une vaste campagne de consultation a été menée auprès du réseau afin d'évaluer en profondeur les besoins des franchisés, le positionnement de chacun des cafés-bistros et les particularités de leur marché. Cette initiative nous permettra de mieux segmenter notre marché en fonction des emplacements, c'est-à-dire, les tours à bureaux, les centres d'achat et les artères commerciales, et d'articuler en conséquence une stratégie de différenciation capable d'adapter le réseau A.L. Van Houtte aux nouvelles tendances qui se dessinent.

Le marché des bars-café connaît un essor sans précédent en Amérique du Nord et nous nous attendons à ce que notre paysage concurrentiel évolue rapidement au cours des prochaines années. Nous avons la ferme intention de tirer avantage de cette effervescence en misant sur les forces distinctives que nous confèrent notre longue expérience du secteur et notre appartenance à A.L. Van Houtte. En plus de bénéficier d'emplacements de choix et d'offrir des concepts beaucoup plus complets que nos concurrents, nous avons l'avantage de pouvoir compter sur l'une des plus puissantes organisations de torréfaction et de commercialisation de cafés haut de gamme au Canada. Il s'agit là d'un atout concurrentiel inestimable, grâce auquel nous sommes en mesure de réagir rapidement aux tendances du marché en développant et en introduisant des concepts de la plus haute qualité.



Jean-Yves Monette
Président, Groupe café



Mario Véronneau
Directeur général, division cafés-bistros

Juillet 1996



SERVICES DE PAUSE-CAFÉ ET FABRICATION D'ÉQUIPEMENTS D'INFUSION À LA TASSE

En 1995-1996, Café Selenia a encore une fois connu une solide performance, marquée par l'accroissement de ses parts de marché dans tous ses territoires cibles et par une accélération de son programme d'implantation de la technologie d'infusion à la tasse.

C'est dans les régions de Toronto et d'Ottawa que nous avons enregistré la plus forte croissance. Nous y avons surpassé nos prévisions de rentabilité grâce à la qualité exceptionnelle des clientèles visées pour nos équipements. En outre, nous avons mis à l'essai à Ottawa une nouvelle approche de mise en marché visant à familiariser les clients potentiels à la supériorité et aux avantages de la technologie d'infusion à la tasse. Compte tenu des résultats obtenus, nous entendons étendre cette stratégie à l'ensemble de notre réseau en 1996-1997.

Par ailleurs, nous avons encore gagné du terrain au Québec malgré un environnement plus difficile, en raison de la faiblesse du marché du travail et des nombreuses fermetures de bureaux. Nous avons notamment intégré deux nouvelles entreprises de services de pause-café et terminé cet automne l'installation des équipements d'infusion à la tasse dans les 230 succursales du réseau Couche-Tard, une des plus importantes chaînes de dépanneurs de la province.

Dans tous ses marchés, Café Selenia a aussi fortement bénéficié des retombées du virage stratégique que nous avons amorcé en 1994-1995 en vue de renforcer le service à la clientèle et de dynamiser nos troupes. Ce facteur a certes joué un rôle déterminant dans le succès que nous avons connu au chapitre de l'installation d'équipements et lors de la mise en marché de notre nouveau format de 500 grammes muni d'une valve fraîcheur.

Nous anticipons une progression soutenue de notre volume d'expéditions et de notre rentabilité au cours du prochain exercice. Cette croissance viendra en majeure partie de l'accroissement de notre parc d'équipements au sein de nos marchés les plus porteurs, Toronto et Ottawa, où nous prévoyons également introduire prochainement les cafés d'origine «A.L. Van

Houtte». Nous demeurerons également à l'affût des opportunités d'acquisitions qui nous permettront de prendre pied encore plus solidement dans ces régions.

Cette première année complète au sein de la Société a donné lieu à une forte performance financière pour Red Carpet Food Services. En œuvrant de concert avec les autres entités de A.L. Van Houtte, nous avons bonifié l'offre faite à notre clientèle et renforcé notre position dans le créneau des équipements d'infusion à la tasse.



Un des faits majeurs de l'exercice fut le transfert de nos lignes de produits de marque «Red Carpet» à l'usine de torréfaction du Groupe café, une réalisation considérable puisque ces produits occupent plus de 70 % de notre volume d'affaires. Cette transition s'est faite avec l'appui de tous les gérants de succursales à travers le Canada, lesquels ont d'abord été invités à visiter l'usine de Montréal pour se familiariser avec les concepts et la qualité «A.L. Van Houtte». Leur enthousiasme a été un des facteurs clés du succès de cette ambitieuse opération. Jumelée à l'amélioration des services offerts à la clientèle, cette initiative nous a permis d'accroître la valeur ajoutée de nos lignes de produits, de fidéliser nos clients et

d'augmenter significativement notre volume d'expéditions.

En mars 1996, nous avons de plus lancé dans tout le réseau trois des grandes marques de cafés internationaux signés A.L. Van Houtte : «Kilimanjaro», «Moka Lava Limu» et «Tarrazu». Compte tenu de l'accueil que cette initiative a reçu au sein de notre clientèle, nous visons à introduire six cafés additionnels d'ici la fin du présent exercice.

Par ailleurs, nous avons poursuivi notre expansion dans l'Ouest canadien en achetant deux entreprises d'Edmonton en novembre 1995 : le distributeur de café Magnum Distribution Inc. et Aroma Coffee Services Inc., l'une des entreprises indépendantes de services de pause-café les plus importantes et les mieux réputées des provinces de l'Ouest. L'acquisition d'Aroma Coffee, qui est venue renforcer notre leadership dans cette région particulièrement dynamique, nous a apporté près de 900 nouveaux clients et une équipe d'employés compétents et dévoués. Au cours de la prochaine année, nous rechercherons d'autres opportunités d'acquisitions qui nous permettront d'accroître nos parts de marché dans tous nos territoires.

Dans le secteur des distributrices alimentaires, l'introduction de nouveaux équipements identifiés aux grandes marques nationales telles que «Smarties», «Stouffer», «Perrier», «Mars», «Coke», «Pepsi» et «Snapple», a permis de rehausser l'image de nos emplacements et d'offrir à nos clients des sites plus agréables, ce qui a contribué à une importante croissance des ventes dans ces catégories de produits. Nous verrons, dans les prochains mois, à convertir nos distributrices de café aux produits «A.L. Van Houtte» et à rénover ces équipements de façon à promouvoir la bannière de la Société au sein de notre importante base de clients.

Enfin, Red Carpet a accompli des progrès considérables dans le créneau des équipements d'infusion à la tasse en doublant le nombre d'unités installées l'an dernier par rapport à l'année précédente. À cette fin, nous avons accru notre force de vente, adapté nos techniques commerciales à chacun de nos marchés et introduit une nouvelle stratégie de mise en marché.

Sous la gouverne d'un directeur national des ventes et de notre équipe de direction, nous nous sommes ainsi solidement positionnés pour accroître notre pénétration du segment des équipements d'infusion à la tasse, fer de lance de notre stratégie de développement.

Un autre fait saillant du dernier exercice fut la signature d'une entente avec Filterfresh qui a confié à Red Carpet la responsabilité de développer son réseau dans sept états situés directement au sud de nos marchés canadiens. Une première base d'opérations a été établie à Seattle en avril 1996 sous la bannière «Filterfresh». Sous la direction d'un des hauts dirigeants de Red Carpet, nous viserons à développer le marché des services de pause-café utilisant la technologie d'infusion à la tasse d'abord à Seattle, puis dans les autres grandes villes faisant partie de notre territoire. Ce faisant, nous mettrons de l'avant une approche prudente qui sera dictée par des critères rigoureux de retour sur l'investissement.

Maintenant que nous avons rehaussé la sélection de cafés offerts à nos clients, amélioré la qualité de nos services et renforcé notre organisation de ventes, nous sommes positionnés pour livrer, encore cette année, une très solide performance.

VKI Technologies et Filterfresh Corporation ont également poursuivi une vigoureuse croissance en 1995-1996 et affiché des ventes records.

En plus de bénéficier de la croissance soutenue de ses partenaires-franchisés, Filterfresh a ouvert quatre nouveaux centres d'affaires, soit une franchise dans l'état du Wisconsin et trois établissements corporatifs à Cleveland, Atlanta et Nashville. Combinée à d'importants efforts de vente, cette expansion a contribué à doubler le nombre des équipements d'infusion à la tasse exploités par nos établissements corporatifs.

Forte performance également pour VKI Technologies. L'entreprise a indéniablement bénéficié du dynamisme de Filterfresh, Café Selenia et Red Carpet au chapitre de l'installation d'équipements d'infusion à la tasse. De plus, conformément à l'objectif qu'elle s'était fixé pour l'exercice 1995-1996, elle a considérablement augmenté ses ventes auprès de sa clientèle externe au Canada, aux États-Unis, en Europe et au Japon, par la mise en marché des nouveaux produits lancés lors de l'année précédente.

Sur le plan du développement, VKI a consacré ses efforts à l'amélioration de sa gamme actuelle et à la mise au point finale d'un nouveau modèle qui permettra à Filterfresh de pénétrer de nouveaux créneaux dans le marché américain des services de pause-café utilisant la technologie d'infusion à la tasse. Une version adaptée aux spécificités du marché canadien sera également développée et mise en marché, d'ici deux ans au sein des réseaux Red Carpet et Selenia.

De son côté, Filterfresh entend cette année renforcer sa position concurrentielle par l'amélioration de son organisation de vente et de sa base d'exploitation. Elle pourra ainsi bénéficier des importants investissements qu'elle a réalisés au cours des deux derniers exercices, au cours desquels onze nouveaux centres se sont ajoutés au réseau. Sa performance en 1996-1997 sera principalement alimentée par la croissance interne de même que par l'alliance avec Red Carpet dans le Nord-Ouest des États-Unis.

Christian Pouliot

Christian Pouliot
Président, Café Selenia inc.

Ronald W. McArthur

Ronald W. McArthur
Président, Red Carpet Food Systems Inc.

Paul King

Paul King
Directeur général des opérations
VKI Technologies Inc.

Brian King

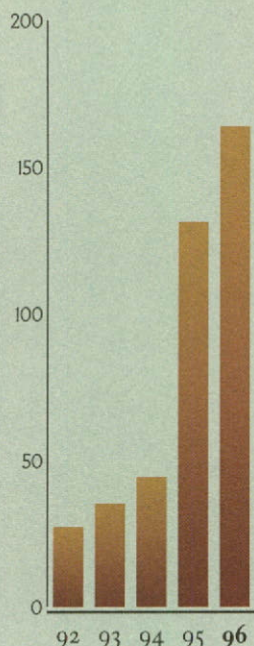
Brian King
Directeur général des opérations
Filterfresh Corporation

Juillet 1996



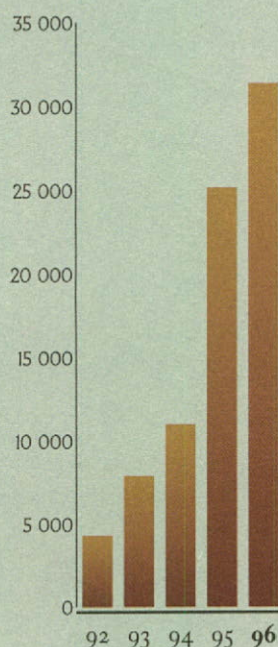
REVENUS D'EXPLOITATION

(en millions \$)



BAAII

(en milliers \$)



Après la forte inflation que nous avons connue en 1994, l'année 1995 a donné lieu à une diminution marquée des prix du café vert, même si ces derniers sont demeurés relativement élevés par rapport à leur niveau d'il y a trois ans. Combinée à une légère régression de la demande globale à travers l'Amérique du Nord, l'évolution des prix du café vert a exercé des pressions à la baisse sur les prix de vente des produits de café. Dans ce contexte, A.L. Van Houtte a néanmoins maintenu ses marges bénéficiaires, notamment en haussant la valeur ajoutée de ses ventes.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION

En 1995-1996, les revenus consolidés de A.L. Van Houtte se sont accrus de 24,8 % pour atteindre 164 102 000 \$ par rapport à 131 490 000 \$ l'année précédente. Compte tenu des fluctuations des prix du café, les meilleurs indicateurs de performance demeurent toutefois l'augmentation de notre volume d'affaires en termes de livres de café torréfié (croissance de 11,3 %) et celle du nombre d'équipements d'infusion à la tasse installés (croissance de 20 %). La progression des revenus au dernier exercice est aussi partiellement imputable au fait que Red Carpet et VKI Technologies ont contribué aux résultats pour la période entière, comparativement à 38 et 44 semaines respectivement en 1994-1995.

Sur une base sectorielle, nos activités de torréfaction et de commercialisation de cafés haut de gamme ont généré 30 % du chiffre d'affaires consolidé et les services de pause-café, 70 %. En termes de répartition géographique, nous avons réalisé 29 % de nos revenus dans l'Ouest canadien, 17 % en Ontario, 41 % au Québec, 2 % dans les Maritimes, 10 % aux États-Unis et 1 % à l'exportation.

Par ailleurs, les réseaux des cafés-bistros au Canada et de Filterfresh aux États-Unis ont réalisé des ventes totales de 102,1 millions \$ Can. Les ventes des établissements Filterfresh ont affiché une croissance de 36 % par rapport à 1994-1995, pour atteindre 65,3 millions \$ Can. Outre le fait que les résultats de la filiale ont été inclus pour une période de 52 semaines contre 44 l'année précédente, cette performance a été favorisée par l'ouverture de onze nouvelles succursales au cours des deux derniers exercices et par la croissance interne des établissements existants. Les ventes du réseau des cafés-bistros A.L. Van Houtte ont, par contre, accusé un fléchissement de 3 % pour se chiffrer à 36,8 millions \$. Ce léger recul est attribuable principalement à l'environnement concurrentiel et à la fermeture temporaire d'établissements pour fins de rénovation.

Nous avons dégagé un bénéfice avant amortissement, frais financiers, impôts et autres éléments de 31 432 000 \$ par rapport à 25 215 000 \$ à l'exercice précédent, une croissance de 24,7 %. Notre marge bénéficiaire telle qu'exprimée en pourcentage des revenus est ainsi demeurée la même qu'en 1994-1995, soit 19,2 %, en dépit des pressions sur les prix de vente. Nous avons, à cet effet, bénéficié de la réduction des coûts des marchandises vendues, de l'introduction de produits à haute valeur ajoutée et d'une contribution accrue des services de pause-café utilisant la technologie d'infusion à la tasse.

Les frais d'amortissement se sont élevés à 13,8 millions \$ par rapport à 10,8 millions \$ l'année précédente. Outre l'inclusion des résultats de Red Carpet et de VKI pour l'ensemble de la période, cette hausse est attribuable principalement à l'expansion de 20 % de notre base d'équipements d'infusion à la tasse au dernier exercice. Ces facteurs expliquent également l'augmentation de 842 000 \$ des frais financiers, lesquels se

sont chiffrés à 3,9 millions \$. Nous avons notamment encouru les intérêts sur les débentures convertibles pour la pleine période, comparativement à huit mois en 1994-1995.

Après impôts sur le revenu et autres éléments, A.L. Van Houtte a dégagé un bénéfice net de 7 790 000 \$, en hausse de 25,6 % sur le bénéfice de 6 202 000 \$ réalisé l'année précédente. Le bénéfice par action s'est élevé à 0,94 \$ sur un nombre moyen pondéré de 8 255 000 actions en circulation en 1995-1996, par rapport à 0,80 \$ sur 7 799 000 actions en 1994-1995. Calculé sur une base pleinement diluée afin de tenir compte de la conversion éventuelle des débentures et de l'exercice éventuel des options détenues par les dirigeants, le bénéfice par action se serait élevé à 0,92 \$ au dernier exercice par rapport à 0,79 \$ en 1994-1995.

L'évolution trimestrielle de nos revenus au cours des deux derniers exercices a subi l'influence des fortes fluctuations survenues dans les prix de vente. C'est donc plutôt au niveau du bénéfice net et des fonds autogénérés que se dégagent les véritables tendances de nos perfor-

mances trimestrielles. À cet effet, il est à noter que le cycle saisonnier de nos activités a été accentué par l'acquisition de Red Carpet, compte tenu du ralentissement qu'affichent les activités de pause-café et d'exploitation de distributrices alimentaires au cours de la période estivale, laquelle correspond à la fin de notre premier trimestre et au début du second. Par conséquent, en 1995-1996, A.L. Van Houtte a réalisé 62 % de son bénéfice net et 57 % de ses fonds autogénérés dans les 24 dernières semaines de l'exercice.

Le quatrième trimestre a été particulièrement rentable, la Société ayant réalisé un bénéfice net de 2 625 000 \$ ou 0,31 \$ par action (0,30 \$ dilué), en hausse de 30,3 % sur les résultats de la période équivalente de 1995. Les fonds autogénérés ont atteint 7,1 millions \$, soit près du tiers des fonds dégagés dans l'ensemble de l'année.

PRINCIPAUX MOUVEMENTS DE TRÉSORERIE

Les fonds autogénérés de A.L. Van Houtte ont connu une croissance de

21,7 % au dernier exercice, pour s'élever à 22,3 millions \$, soit 2,70 \$ par action. Après variations des éléments hors caisse du fonds de roulement, les activités d'exploitation ont généré des liquidités de 20,8 millions \$.

Les activités d'investissement ont utilisé des fonds de 18,8 millions \$. Nous avons notamment acquis pour 16,1 millions \$ de nouvelles immobilisations, composées principalement d'équipements d'infusion à la tasse. Nous avons en outre investi 2,7 millions \$ (nets des liquidités) dans l'acquisition d'entreprises, soit certains actifs de Aroma Coffee Services Inc. et de Magnum Distribution Inc. à Edmonton, ainsi que de Nine to Five Coffee Services Ltd. à Ottawa.

Les activités de financement ont par ailleurs utilisé des liquidités de 3,7 millions \$. Nous avons remboursé 3 millions \$ de dette à long terme et versé 1,3 million \$ de dividendes, soit 0,16 \$ par action, aux porteurs d'actions subalternes votantes et d'actions à droit de vote multiple. Par ailleurs, nous avons contracté 398 000 \$ de nouvelle dette à long terme et émis 10 000 actions subal-

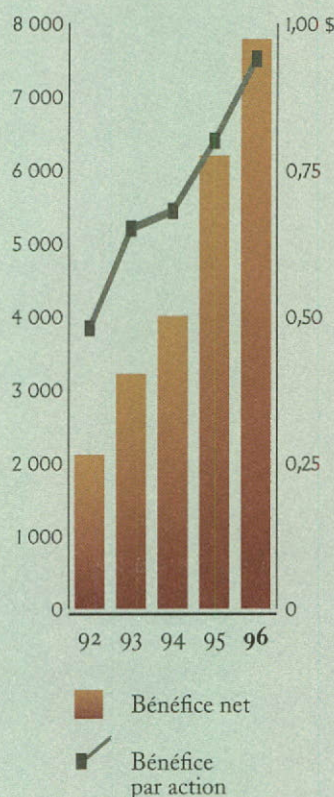
DONNÉES DES HUIT DERNIERS TRIMESTRES

(en milliers de dollars, sauf montants par action)

TRIMESTRES TERMINÉS LES (non vérifié)	30/03 1996 (4)	06/01 1996 (3)	14/10 1995 (2)	22/07 1995 (1)	01/04 1995 (4)	07/01 1995 (3)	15/10 1994 (2)	23/07 1994 (1)
Nombre de semaines	12	12	12	16	12	12	12	16
Ventes	39 544	39 307	36 220	49 031	39 909	34 448	38 412	18 721
Bénéfice net	2 625	2 234	1 316	1 614	2 015	1 770	1 076	1 341
Bénéfice par action								
• non dilué	0,31	0,27	0,16	0,20	0,25	0,22	0,13	0,20
• dilué	0,30	0,26	0,16	0,20	0,24	0,22	0,13	
Fonds autogénérés	7 096	5 678	4 119	5 415	6 248	4 637	4 535	2 915
• par action	0,86	0,69	0,50	0,66	0,76	0,56	0,60	0,43

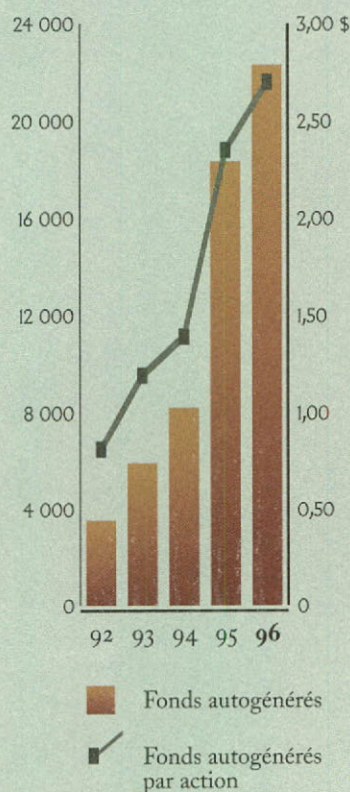
BÉNÉFICE NET ET BÉNÉFICE PAR ACTION

(en milliers \$, sauf montants par action)



FONDS AUTOGÉNÉRÉS ET FONDS AUTOGÉNÉRÉS PAR ACTION

(en milliers \$, sauf montants par action)



ternes votantes en contrepartie de 194 000 \$ dans le cadre d'un placement privé auprès d'un fonds d'investissement.

L'ensemble des mouvements de trésorerie décrits ci-haut et autres transactions de l'année ont absorbé des liquidités nettes de 1,7 million \$, portant notre emprunt bancaire à 685 000 \$ en fin d'exercice.

SITUATION FINANCIÈRE

La situation financière de A.L. Van Houtte est demeurée sensiblement la même qu'à la fin de l'exercice précédent. Le fonds de roulement de la Société est passé de 9 millions \$ pour un ratio de 1,44:1 au 1^{er} avril 1995, à 9,3 millions \$ pour un ratio de 1,48:1 au 30 mars 1996. Le total de l'avoir des actionnaires et des débiteurs convertibles s'est accru de 7,5 % pour atteindre 95,8 millions \$, en raison essentiellement de la croissance des bénéfices non répartis.

La dette à long terme a été réduite de 2,1 millions \$, soit de 11,4 % pour s'établir à 16,1 millions \$ en fin d'exercice. Le ratio de solvabilité à long terme sur l'équité et la quasi-équité est ainsi passé de 0,20:1 à 0,17:1. L'endettement total de la Société est passé de 21,8 millions \$ au 1^{er} avril 1995 (ratio de 0,24:1 sur l'équité et la quasi-équité), à 20,2 millions \$ au 30 mars 1996 (ratio de 0,21:1 sur l'équité et la quasi-équité).

PERSPECTIVES, BESOINS ET SOURCES DE FONDS EN 1996-1997

A.L. Van Houtte prévoit une progression soutenue de son bénéfice et de ses fonds autogénérés pour l'exercice en cours. Cette croissance viendra de l'ex-

pansion de nos réseaux de services de pause-café à travers le Canada et aux États-Unis, principalement dans le créneau des équipements d'infusion à la tasse, de l'optimisation des nouveaux établissements corporatifs de services de pause-café aux États-Unis, de même que du développement du Groupe café à travers le Canada.

Nous prévoyons investir environ 18 millions \$ dans l'acquisition d'immobilisations en 1996-1997, principalement d'équipements d'infusion à la tasse. Compte tenu de l'importance de nos fonds autogénérés, ceux-ci suffiront à soutenir notre croissance interne, assumer le service de la dette et rémunérer nos actionnaires. De plus, advenant des opportunités d'acquisitions, nous disposons au 30 mars 1996 de facilités de crédit inutilisées de 31,5 millions \$.

POLITIQUE DE DIVIDENDE

A.L. Van Houtte entend maintenir la politique de dividende telle qu'établie par le conseil d'administration. Celle-ci consiste à évaluer vers le milieu de l'exercice la pertinence de verser un dividende et, le cas échéant, le montant de ce dividende en fonction de la situation financière et des projets d'investissements de la Société. Pour l'exercice 1995-1996, un dividende de 0,16 \$ par action a été versé (0,15 \$ en 1994-1995, 0,14 \$ en 1993-1994 et 0,13 \$ en 1992-1993).

Gérard Geoffrion

Gérard Geoffrion
Vice-président,
Développement corporatif

RAPPORT DE LA DIRECTION

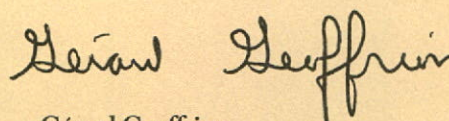
La direction répond de l'intégrité et de la fidélité des états financiers consolidés, lesquels ont été dressés conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et est responsable du présent rapport annuel. Les autres informations financières contenues dans ce rapport sont conformes avec celles des états financiers.

La direction a pour politique de maintenir un système de contrôle interne qui vise à assurer la fiabilité de l'information financière et la protection de l'actif. Le conseil d'administration assume la responsabilité des états financiers. Son comité de vérification en révise la teneur avant leur présentation au conseil d'administration.

Les vérificateurs externes, KPMG Peat Marwick Thorne, effectuent une vérification indépendante conforme aux normes de vérification généralement reconnues et expriment leur opinion sur les états financiers. Leur rapport est présenté ci-dessous.



Paul-André Guillothe
Président et chef de la direction
Le 31 mai 1996



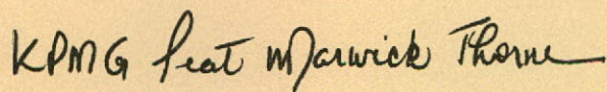
Gérard Geoffrion
Vice-président, Développement corporatif

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS AUX ACTIONNAIRES

Nous avons vérifié les bilans consolidés de A.L. Van Houtte Ltée aux 30 mars 1996 et 1^{er} avril 1995 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. 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 notre vérification.

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 aux 30 mars 1996 et 1^{er} avril 1995, 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.



Comptables agréés

Montréal
Le 31 mai 1996

ÉTATS CONSOLIDÉS DES RÉSULTATS

(en milliers de dollars, sauf pour les montants relatifs au bénéfice par action)

EXERCICES TERMINÉS LES 30 MARS 1996 ET 1 ^{er} AVRIL 1995	1996	1995
Revenus	164 102 \$	131 490 \$
Coût des marchandises vendues et frais d'exploitation	132 670	106 275
	31 432	25 215
Amortissement	13 826	10 824
	17 606	14 391
Frais financiers (note 2)	3 939	3 097
Bénéfice avant les éléments suivants	13 667	11 294
Impôts sur le revenu (note 3):		
Exigibles	5 134	3 719
Reportés	523	691
	5 657	4 410
	8 010	6 884
Participation aux résultats des sociétés satellites	(72)	100
Part des actionnaires sans contrôle	(148)	(782)
Bénéfice net	7 790 \$	6 202 \$
Bénéfice par action	0,94 \$	0,80 \$
Bénéfice dilué par action	0,92 \$	0,79 \$
Nombre moyen d'actions en circulation (en milliers)	8 255	7 799
Chiffre d'affaires des cafés-bistros et bars-cafés (pour information seulement, non vérifié)	36 770 \$	37 856 \$
Chiffre d'affaires des services de pause-café Filterfresh (pour information seulement, non vérifié)	65 323 \$	48 093 \$

Voir les notes afférentes aux états financiers consolidés.

ÉTATS CONSOLIDÉS DES BÉNÉFICES NON RÉPARTIS

(en milliers de dollars)

EXERCICES TERMINÉS LES 30 MARS 1996 ET 1 ^{er} AVRIL 1995	1996	1995
Solde au début	19 452 \$	15 056 \$
Bénéfice net	7 790	6 202
	27 242	21 258
Dividendes	1 320	1 234
Frais d'émission d'actions (net des impôts sur le revenu reportés de 308 \$ en 1995) (note 13 a)	2	572
Solde à la fin	25 920 \$	19 452 \$

Voir les notes afférentes aux états financiers consolidés.

BILANS CONSOLIDÉS

(en milliers de dollars)

30 MARS 1996 ET 1^{er} AVRIL 1995

1996

1995

ACTIF

Actif à court terme :

Encaisse	— \$	1 041 \$
Débiteurs (note 4)	15 865	16 015
Stocks (note 5)	11 457	11 180
Frais payés d'avance	1 203	1 394
	28 525	29 630
Placements (note 6)	1 407	1 165
Immobilisations (note 7)	67 434	63 188
Autres éléments d'actif (note 8)	40 598	40 345
	137 964 \$	134 328 \$

PASSIF ET DÉBENTURES CONVERTIBLES ET AVOIR DES ACTIONNAIRES

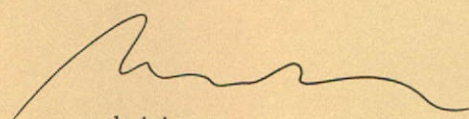
Passif à court terme :

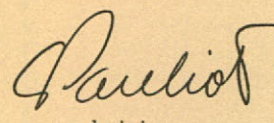
Emprunt bancaire	685 \$	— \$
Fournisseurs et frais courus	14 051	16 882
Impôts sur le revenu à payer	1 209	466
Portion à court terme de la dette à long terme (note 9)	3 057	2 964
Portion à court terme des obligations en vertu de contrats de location-acquisition (note 10)	250	292
	19 252	20 604
Dette à long terme (note 9)	16 083	18 159
Obligations en vertu de contrats de location-acquisition (note 10)	114	367
Impôts sur le revenu reportés	2 142	1 696
	37 591	40 826
Part des actionnaires sans contrôle (note 11)	4 561	4 353
Débentures convertibles et avoir des actionnaires :		
Débentures convertibles (note 12)	21 449	21 450
Capital-actions (note 13)	48 443	48 247
Bénéfices non répartis	25 920	19 452
	95 812	89 149
	137 964 \$	134 328 \$

Engagements (note 14)

Voir les notes afférentes aux états financiers consolidés.

Au nom du Conseil :


administrateur


administrateur

ÉTATS CONSOLIDÉS DE L'ÉVOLUTION DE LA SITUATION FINANCIÈRE

(en milliers de dollars)

EXERCICES TERMINÉS

LES 30 MARS 1996 ET 1^{er} AVRIL 1995

1996

1995

PROVENANCE (AFFECTATION) DES LIQUIDITÉS:

EXPLOITATION:

Bénéfice net	7 790 \$	6 202 \$
Postes n'ayant pas d'incidence sur les liquidités :		
Amortissement des immobilisations	12 156	9 270
Amortissement des autres éléments d'actif	1 670	1 554
Amortissement des frais financiers reportés	124	78
Impôts sur le revenu reportés	523	691
Part des actionnaires sans contrôle	148	782
Participation aux résultats de sociétés satellites, net des dividendes reçus	102	(84)
Gain sur disposition d'immobilisations	(205)	(158)
	22 308	18 335
Variation du fonds de roulement d'exploitation hors liquidités	(1 557)	(141)
	20 751	18 194

INVESTISSEMENT:

Acquisitions d'entreprises nettes des liquidités	(2 700)	(61 779)
Acquisitions d'immobilisations	(16 103)	(9 175)
Produit de disposition d'immobilisations	1 015	845
Augmentation des autres éléments d'actif	(371)	(1 681)
Acquisition de placements dans des sociétés satellites	(634)	(485)
	(18 793)	(72 275)

FINANCEMENT:

(Conversion) émission de débentures convertibles	(1)	21 450
Émission d'actions subalternes	194	19 831
Émission de nouvelles dettes	398	18 895
Remboursement de dettes à long terme	(3 016)	(3 895)
Dividendes	(1 320)	(1 234)
Rachat de la part des actionnaires sans contrôle dans des filiales	102	(361)
Investissement des actionnaires sans contrôle dans une filiale	—	45
Dividendes à des actionnaires sans contrôle	(41)	(60)
	(3 684)	54 671
(Diminution) augmentation des liquidités	(1 726)	590
Liquidités au début	1 041	451
(Emprunt bancaire) liquidités à la fin	(685) \$	1 041 \$

Voir les notes afférentes aux états financiers consolidés.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

Exercices terminés les 30 mars 1996 et 1^{er} avril 1995 (en milliers de dollars pour les tableaux)

I PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

a) Consolidation et placement à long terme :

Les états financiers consolidés comprennent les comptes de A.L. Van Houtte Ltée et ceux de toutes ses filiales (la «société»), dont les principales sont Red Carpet Food Systems Inc., Café Selenia Inc., VKI Technologies Inc., Les Cafés Orient-Express Ltée et Selenia Coffee Ltd.

Les participations dans les sociétés satellites sont comptabilisées à la valeur de consolidation. Ces placements comprennent la quote-part des bénéfices non répartis depuis la prise de participation.

b) Stocks :

Le stock de matières premières est présenté au moindre du coût, déterminé selon la méthode de l'épuisement successif, et de la valeur de remplacement. Les stocks de produits finis et de produits en cours sont présentés au moindre du coût moyen et de la valeur de réalisation nette.

Les gains et pertes sur contrats à terme utilisés à titre de couverture pour l'achat de matières premières sont comptabilisés au coût d'achat de ces matières premières.

c) Immobilisations :

Les immobilisations sont inscrites au prix coûtant, déduction faite des crédits d'impôt à l'investissement qui sont comptabilisés lorsque les dépenses admissibles sont engagées. Les intérêts et autres frais directs reliés à des projets d'investissements importants sont capitalisés au prix coûtant des immobilisations jusqu'à la phase de production commerciale.

La dotation à l'amortissement des immobilisations corporelles, à l'exception des améliorations locatives, est calculée selon la méthode de l'amortissement dégressif en utilisant des taux annuels variant de 3 % à 33 % (soit une moyenne pondérée de 18,8 % pour l'exercice terminé le 30 mars 1996, 18,7 % en 1995). La dotation à l'amortissement des améliorations locatives est calculée selon la méthode linéaire sur la durée du bail.

d) Écarts d'acquisitions et autres éléments d'actif :

Les écarts d'acquisitions représentent l'excédent du prix payé sur la juste valeur de l'actif net tangible des entreprises acquises et sont amortis sur une période variant de 10 à 40 ans. La société revoit régulièrement le solde non amorti des écarts d'acquisitions en établissant si ce solde peut être recouvré. La valeur recouvrable correspond à la somme des flux monétaires que devrait générer l'entreprise acquise dans le futur.

Les autres éléments d'actif comprennent principalement des frais de financement et autres frais reportés amortis sur une période de 2 à 10 ans.

2 FRAIS FINANCIERS

	1996	1995
Intérêts sur la dette à long terme	1 760 \$	1 796 \$
Intérêts sur les débiteures convertibles	1 712	1 216
Intérêts sur emprunts à court terme	380	232
Revenus de placements	(37)	(225)
Amortissement des frais financiers reportés	124	78
	3 939 \$	3 097 \$

3 IMPÔTS SUR LE REVENU

Le tableau suivant concilie le taux d'imposition réglementaire et le taux d'imposition effectif :

	1996	1995
Taux combiné d'imposition réglementaire	37,9 %	37,8 %
Réduction d'impôts applicable aux bénéfices de fabrication	(1,7)	(1,9)
Amortissement des écarts d'acquisitions d'entreprises comptabilisés	2,0	2,2
Avantage fiscal latent	1,7	—
Dépenses non déductibles	0,2	0,4
Autres éléments	1,3	0,5
Taux d'imposition effectif	41,4 %	39,0 %

4 DÉBITEURS

	1996	1995
Comptes clients :		
• Externes	15 725 \$	15 911 \$
• Sociétés satellites	140	104
	15 865 \$	16 015 \$

5 STOCKS

	1996	1995
Matières premières	4 239 \$	3 592 \$
Produits en cours	905	821
Produits finis	6 313	6 767
	11 457 \$	11 180 \$

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

Exercices terminés les 30 mars 1996 et 1^{er} avril 1995 (en milliers de dollars pour les tableaux)

6 PLACEMENTS

	1996	1995
Actions de sociétés satellites, votantes et participantes	796 \$	910 \$
Avance à des sociétés satellites	611	255
	1 407 \$	1 165 \$

7 IMMOBILISATIONS

	Prix coûtant	Amortisse- ment cumulé	Montant net	Montant net
Terrains	750 \$	— \$	750 \$	750 \$
Immeubles	6 015	1 206	4 809	4 927
Machinerie et équipement	84 043	30 277	53 766	50 644
Ameublement	3 704	2 094	1 610	1 731
Matériel roulant	5 784	1 957	3 827	3 041
Améliorations locatives	2 678	1 427	1 251	1 003
Matériel informatique	3 341	1 920	1 421	1 092
	106 315 \$	38 881 \$	67 434 \$	63 188 \$

8 AUTRES ÉLÉMENTS D'ACTIF

	1996	1995
Écarts d'acquisitions, au prix coûtant amorti	38 710 \$	38 274 \$
Autres éléments d'actif, au prix coûtant amorti	1 888	2 071
	40 598 \$	40 345 \$

9 DETTE À LONG TERME

	1996	1995
Prêt à terme, au taux préférentiel plus 0,375 % remboursable en versements trimestriels de 675 000 \$ jusqu'en 1999 puis de 250 000 \$ jusqu'en 2004, garanti par les débiteurs, les stocks et une hypothèque ouverte sur tous les éléments d'actif	14 429 \$	16 944 \$
Débiteures, taux effectif de 5,33 %, remboursables en totalité le 31 mars 1998, garanties par des lettres de crédit	1 000	1 000
Emprunt hypothécaire, 11,75 %, remboursable en versements mensuels de 18 000 \$ incluant le capital et l'intérêt, jusqu'au 1 ^{er} novembre 2003, garanti par un immeuble et un terrain d'une valeur comptable de 3 777 000 \$	1 721	1 734
Emprunt hypothécaire, 10,88 %, remboursable en versements mensuels de 15 114 \$ incluant le capital et l'intérêt, jusqu'au 1 ^{er} mai 2007, garanti par un immeuble et un terrain d'une valeur comptable de 1 520 000 \$	1 183	1 235
Dû à une société satellite, sans intérêt ni modalité de remboursement	244	—
Autres	563	210
	19 140	21 123
Moins la portion échéant à court terme	3 057	2 964
	16 083 \$	18 159 \$

Les versements de capital à effectuer lors des cinq prochains exercices sont les suivants :

1997	3 057 \$
1998	4 070
1999	3 024
2000	1 626
2001	1 130

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

Exercices terminés les 30 mars 1996 et 1^{er} avril 1995 (en milliers de dollars pour les tableaux)

IO OBLIGATIONS EN VERTU DE CONTRATS DE LOCATION-ACQUISITION

Les versements de capital à effectuer au cours des prochains exercices sont les suivants :

1997	282 \$
1998	114
1999	4
	400
Moins les intérêts	36
	364
Moins la portion à court terme	250
	114 \$

II PART DES ACTIONNAIRES SANS CONTRÔLE

La part des actionnaires sans contrôle représente les participations détenues par les actionnaires sans contrôle dans l'avoir des actionnaires de filiales. Au 30 mars 1996, les participations les plus importantes sont les suivantes :

Filiales	Part des actionnaires sans contrôle
VKI Technologies Inc.	49 %
Automates Alouette inc.	25

I2 DÉBENTURES CONVERTIBLES

Le 11 juillet 1994, dans le cadre d'une émission publique, des débentures subordonnées ayant une valeur nominale de 21 450 000 \$ ont été émises. Les débentures portent intérêt au taux de 8 %, sont convertibles en actions à droit de vote subalterne et ne sont pas garanties.

Les débentures sont convertibles au gré du porteur en tout temps avant la fermeture des bureaux le 11 juillet 1999 au prix de conversion de 15,50 \$ par action subalterne, et, par la suite, au prix de 17,00 \$ par action. Du 11 juillet 1997 au 11 juillet 1999 inclusivement, elles seront échangeables au gré de la société contre des actions subalternes à leur valeur nominale, plus le paiement comptant des intérêts courus et impayés, à la condition que le cours moyen pondéré des actions subalternes à la Bourse de Montréal, pendant la période de vingt jours de bourse consécutifs se terminant cinq jours de bourse avant la date à laquelle l'avis d'échange est donné, corresponde à plus de 19,38 \$.

Les débentures ne sont pas remboursables par anticipation avant le 11 juillet 1999. Lors de la demande de remboursement, la société aura alors la faculté de rembourser les débentures par l'émission d'actions subalternes à un prix d'émission égal à 95 % de la valeur cotée moyenne pondérée au cours des 20 derniers jours.

Puisque la société ne peut être contrainte de les rembourser au comptant et que la direction n'a présentement pas l'intention de le faire, ces débentures sont présentées sous la rubrique « Débentures convertibles et avoir des actionnaires ».

I3 CAPITAL-ACTIONS

1996

1995

Autorisé :

Nombre illimité d'actions à droit de vote multiple, comportant cinq votes par action, participantes, sans valeur nominale

Nombre illimité d'actions à droit de vote subalterne, comportant un vote par action, participantes, sans valeur nominale

Nombre illimité d'actions privilégiées de catégories A et B ne pouvant être émises qu'en séries, sans droit de vote, sans valeur nominale

Émis :

2 900 000 actions à droit de vote multiple	387 \$	387 \$
5 362 059 (5 351 976 en 1995) actions à droit de vote subalterne	48 056	47 860
	48 443 \$	48 247 \$

a) Émission d'actions :

Le 19 décembre 1995, dans le cadre d'un placement privé, 10 000 actions à droit de vote subalterne ont été émises pour une valeur de 195 000 \$. Les frais d'émission d'actions ont été imputés aux bénéfices non répartis.

De plus, 83 actions subalternes ont été émises suite à la conversion de 1 300 \$ de débentures convertibles.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

Exercices terminés les 30 mars 1996 et 1^{er} avril 1995 (en milliers de dollars pour les tableaux)

I3 CAPITAL-ACTIONS (suite)

b) Régime d'options d'achat d'actions :

En vertu d'un régime d'options d'achat d'actions, 825 000 actions à droit de vote subalterne ont été réservées pour certains dirigeants de la société. Au 30 mars 1996, 270 000 options d'achat d'actions avaient été octroyées, se résumant ainsi :

Date d'expiration	Prix de souscription	Nombre d'actions
Mars 2002	17,00 \$	10 000
Mars 2002	12,50	80 000
Mai 2004	19,50	25 000
Janvier 2005	13,25	50 000
Mars 2005	13,00	5 000
Juillet 2006	12,00	80 000
Juillet 2006	10,80	20 000
		270 000

I4 ENGAGEMENTS

Loyers :

La société loue des locaux et du matériel en vertu de contrats de location-exploitation qui expirent à diverses dates jusqu'en 2008 et dont le total des loyers s'élève à 18 272 158 \$. De ce montant, un montant de 9 680 048 \$ est assumé par des franchisés de la société. Les exigences de paiement relatives à ces baux pour les cinq prochains exercices sont les suivantes :

	Bruts	Franchisés	Nets
1997	3 546 \$	1 601 \$	1 945 \$
1998	3 296	1 580	1 716
1999	2 894	1 477	1 417
2000	2 092	1 189	903
2001	1 690	1 000	690

I5 ACQUISITIONS D'ENTREPRISES

Au cours de l'exercice, la société a acquis les éléments d'actif de fonds de commerce reliés au service de pause-café et à la distribution de café pour une contrepartie au comptant de 2 653 000 \$.

Les acquisitions se résument comme suit :

Éléments d'actif acquis :	
Encaisse	43 \$
Fonds de roulement d'exploitation hors liquidités	467
Immobilisations	1 109
Impôts sur le revenu reportés	77
Écarts d'acquisitions	1 676
	3 372
Éléments de passif pris en charge :	
Emprunt bancaire	90
Dette à long terme	340
Part des actionnaires sans contrôle	(1)
	429
Part détenue par la société via un placement	(290)
Actif net acquis à la juste valeur	2 653 \$

I6 CHIFFRES CORRESPONDANTS

Certains postes de l'exercice précédent ont été réagencés pour se conformer à la présentation adoptée pour l'exercice courant.

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

Exercices terminés les 30 mars 1996 et 1^{er} avril 1995 (en milliers de dollars pour les tableaux)

17 INFORMATION SECTORIELLE

Les activités de la société sont regroupées en deux secteurs, soit :

- a) la torréfaction et la commercialisation du café par l'entremise du Groupe Café et de la division Cafés-Bistros;
- b) les services de pause-café et la fabrication d'équipement de pause-café.

Les revenus de chaque secteur incluent les revenus provenant des ventes à des tiers et des ventes intersectorielles. Ces ventes sont comptabilisées à des prix qui ont cours sur le marché.

	1996	1995
Par secteur d'activité		
Revenus :		
Torréfaction et commercialisation	51 947 \$	42 932 \$
Pause-café	120 522	93 093
Intersectoriels	(8 367)	(4 535)
	164 102 \$	131 490 \$
Bénéfice d'exploitation avant amortissement et frais financiers :		
Torréfaction et commercialisation	9 845 \$	5 696 \$
Pause-café	22 908	20 329
	32 753	26 025
Frais relevant de la direction de la société	(1 321)	(810)
	31 432 \$	25 215 \$
Éléments d'actif :		
Torréfaction et commercialisation	27 260 \$	25 407 \$
Pause-café	112 557	109 647
Intersectoriels	(1 853)	(726)
	137 964 \$	134 328 \$
Acquisitions d'immobilisations :		
Torréfaction et commercialisation	1 918 \$	1 447 \$
Pause-café	14 185	7 728
	16 103 \$	9 175 \$
Amortissement :		
Torréfaction et commercialisation	2 102 \$	1 984 \$
Pause-café	11 724	8 840
	13 826 \$	10 824 \$
Par secteur géographique		
Revenus générés par les opérations :		
Revenus de source canadienne	147 083 \$	117 078 \$
Revenus provenant des États-Unis	17 019	14 412
	164 102 \$	131 490 \$

ADMINISTRATEURS

(au 30 mars 1996)

• *A.L. Van Houtte*

Pierre Van Houtte
Président du Conseil
A.L. Van Houtte ltée

Paul-André Guillothe ⁽²⁾
Président et chef de la direction
A.L. Van Houtte ltée

Benoit Beauregard
Vice-président du Conseil
A.L. Van Houtte ltée

Pierre-Luc Van Houtte
Secrétaire
Administrateur de sociétés

Christian Pouliot
Président de Café Selenia inc.,
filiale de la Société

Michel Ouellet
Vice-président de Café Selenia inc.,
filiale de la Société

Gilles Bertrand ^{(1) (2)}
Associé
Guy & Gilbert (cabinet d'avocats)

Yvon Julien ^{(1) (2)}
Administrateur de sociétés

Jean Chagnon ^{(1) (2)}
Président de Lallemand inc.
(fabricant de levures)

(1) membre du Comité de vérification

(2) membre du Comité de rémunération
et de la régie d'entreprise

DIRIGEANTS

• *A.L. Van Houtte ltée*

Paul-André Guillothe
Président et chef de la direction

Gérard Geoffrion
Vice-président,
Développement corporatif

Jean-Yves Monette
Président, Groupe café

Mario Véronneau
Directeur général,
division cafés-bistros

• *Café Selenia*

Christian Pouliot
Président

Michel Ouellet
Vice-président

Michel Jacques
Vice-président,
Ventes et marketing

• *Red Carpet Food Services*

Ronald W. McArthur
Président

Rick Onyschuk
Chef des opérations
(États-Unis)

John E. Earley
Vice-président et directeur
général des opérations
(région de l'Est)

Rob Mann
Vice-président et directeur
général des opérations
(région de l'Ouest)

R. Paul Runstedler
Vice-président, merchandisage

• *VKI Technologies*

Paul King
Directeur général des opérations

Orn Arnason
Vice-président,
Recherche et développement

Brian Isaacs
Vice-président, opérations

• *Filterfresh Corporation*

Brian King
Directeur général des opérations

Glenn Cooper
Vice-président,
développement des franchises

INSTITUTION BANCAIRE
Banque Scotia

AGENT DE TRANSFERT
Montréal Trust

VÉRIFICATEURS
KPMG Peat Marwick Thorne

CONSEILLERS JURIDIQUES
Guy & Gilbert
Société en nom collectif

COMMUNICATIONS FINANCIÈRES
Lefebvre communications
financières inc.

SIÈGE SOCIAL
A.L. Van Houtte ltée
8300, 19^e avenue
Montréal (Québec) H1Z 4J8
Téléphone : (514) 593-7711
Télécopieur : (514) 593-8755

ASSEMBLÉE ANNUELLE

L'assemblée annuelle générale des actionnaires de A.L. Van Houtte se tiendra
le 11 septembre 1996 à 11 h 00, à l'Hôtel Westin Mont-Royal
1050, rue Sherbrooke Ouest, Montréal (Québec).



NOTICE ANNUELLE

La notice annuelle de A.L. Van Houtte pour l'exercice terminé le 30 mars 1996
sera disponible au siège social de la Société à compter du 18 août 1996.



SELENA



VKI
TECHNOLOGIES INC.


FILTERFRESH
CORPORATION

