



ENSEMBLE
**VERS
L'AVENIR**

Saputo



TABLE DES MATIÈRES

- 02 Faits saillants
- 04 Entrevue avec le Président du conseil
- 06 Entrevue avec le Chef de la direction
- 10 Nos activités
- 16 Nos fromages de spécialité
- 18 Notre présence internationale
- 20 Notre responsabilité sociale

Les renseignements à l'intention des actionnaires, le rapport de gestion, les états financiers consolidés et les notes complémentaires aux états financiers consolidés sont présentés à la fin du document.

De gauche à droite
XAVIER et JUSTINE
 Enfants de Sandy Vassiadis
 Communications
THÉODORE
 Fils de Catherine Gauthier
 Administration
LOUIS
 Fils de Roxanne Corbin
 Communications
EMMA-JADE
 Fille de Marc-André Milhomme
 Production
PHILIPPE
 Fils de Roxanne Corbin
 Communications

Photo de la page couverture
 STÉPHANIE LEBLANC, Marketing et FRANK PRADELLA, Achats



FROMAGE



LAIT



BOULANGERIE



INSPIRÉS PAR L'AVENIR

Au fil des ans, nous avons toujours su faire preuve d'unité et, grâce à notre approche disciplinée et nos diverses réussites, nous avons pu nous tailler une place de chef de file au sein de l'industrie laitière.

Nos employés sont notre force et la somme de leur expérience nous permet de continuer à tirer avantage de l'expansion des marchés et de l'évolution des tendances.

Nous disposons de la structure nécessaire pour poursuivre ensemble vers l'avenir.

FAITS SAILLANTS

Exercices terminés les 31 mars

(en milliers de dollars canadiens, sauf les données par action et les ratios)

	2012	2011	2010 ⁶
REVENUS			
Secteur Produits laitiers			
CEA ¹	4 054 516	3 837 188	3 745 930
USA	2 741 813	2 024 455	1 906 189
	6 796 329	5 861 643	5 652 119
Secteur Produits d'épicerie	134 041	141 289	158 463
	6 930 370	6 002 932	5 810 582
BAIIA⁷			
Secteur Produits laitiers			
CEA	514 786	493 842	457 895
USA	303 405	281 888	218 375
	818 191	775 730	676 270
Secteur Produits d'épicerie	12 740	12 551	15 801
	830 931	788 281	692 071
Bénéfice net	380 840	450 051	382 714
Dépréciation du goodwill	125 000	-	-
Dépréciation du placement de portefeuille (net des impôts sur les bénéfices)	-	11 600	-
Bénéfice net ajusté ²	505 840	461 651	382 714
Trésorerie nette générée par les activités d'exploitation	522 987	588 520	583 615
Fonds de roulement	497 023	348 792	355 684
Total de l'actif	3 599 120	3 578 331	3 253 451
Dette portant intérêts ³	402 369	471 578	387 543
Capitaux propres	2 105 686	2 072 635	2 028 598
PAR ACTION			
Bénéfice net ajusté ²			
De base	2,51	2,24	1,85
Dilué	2,47	2,21	1,83
Bénéfice net			
De base	1,89	2,18	1,85
Dilué	1,86	2,15	1,83
Dividendes déclarés ⁴	0,76	0,64	0,58
Valeur comptable	10,58	10,17	9,78
RATIOS FINANCIERS			
Dette portant intérêts / Capitaux propres	0,19	0,23	0,19
Rendement sur les capitaux propres moyens des actionnaires ⁵	24,2 %	22,4 %	19,1 %

¹ Secteur Produits laitiers Canada, Europe et Argentine.

² Le terme bénéfice net ajusté représente une mesure des résultats non conforme aux IFRS. Pour de plus amples renseignements, se référer à la section « Mesure de calcul des résultats non conforme aux IFRS » présentée à la page 7 du rapport de gestion de la Société.

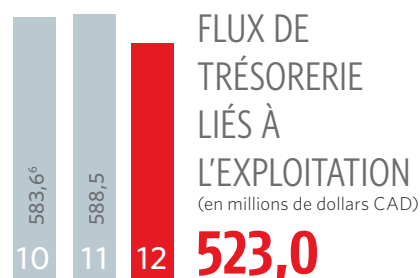
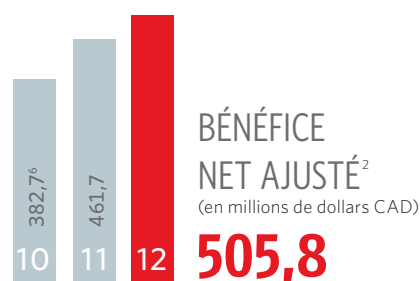
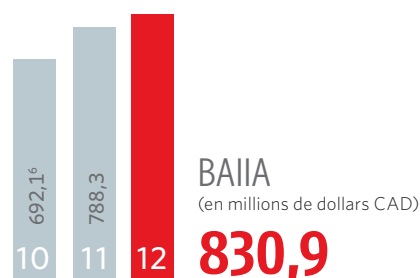
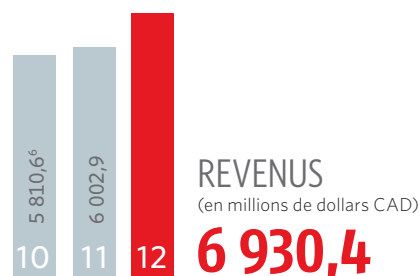
³ Nette des espèces et quasi-espèces.

⁴ Aux fins de la Loi de l'impôt sur le revenu (Canada) et des autres législations provinciales similaires, tous les dividendes versés à compter du 1^{er} janvier 2007 constituent des dividendes déterminés, et ce, jusqu'à avis contraire.

⁵ Le rendement sur les capitaux propres moyens des actionnaires est défini comme étant le bénéfice net moins les dévaluations (placement de portefeuille et goodwill) divisé par le total des capitaux propres excluant l'impact des dévaluations.

⁶ Basé sur les Principes comptables généralement reconnus canadiens (PCGRCC).

⁷ Bénéfice avant intérêts, impôts sur les bénéfices, amortissement et dévaluation.



COUP D'ŒIL

SECTEUR
PRODUITS
LAI TIERS (CEA)

30 
USINES

6 100 
EMPLOYÉS

58,5%
DU REVENU TOTAL

SECTEUR
PRODUITS
LAI TIERS (USA)

16 
USINES

3 300 
EMPLOYÉS

39,6%
DU REVENU TOTAL

SECTEUR
PRODUITS
D'ÉPICERIE

1 
USINE

700 
EMPLOYÉS

1,9%
DU REVENU TOTAL

CLIENTS DESSERVIS
DANS + DE
50 PAYS

47 
USINES

10 100 
EMPLOYÉS

Saputo produit, met en marché et distribue une vaste gamme de produits de la meilleure qualité, notamment du fromage, du lait nature, du yogourt, des ingrédients laitiers et des petits gâteaux. Nous œuvrons dans le secteur des produits laitiers. Nous sommes le 12^e plus grand transformateur laitier au monde, le plus important au Canada, le troisième plus important en Argentine, parmi les trois plus grands producteurs de fromage aux États-Unis, et desservons des clients dans plus de 50 pays.

Saputo est une société ouverte dont les actions sont cotées à la Bourse de Toronto sous le symbole SAP.



EMANUELE (LINO) SAPUTO
Président du conseil d'administration

Une bonne compréhension de l'industrie et des marchés au sein desquels la Société exerce ses activités est capitale.

ENTREVUE AVEC LE PRÉSIDENT DU CONSEIL

À LA LUMIÈRE DU DERNIER EXERCICE, QU'EST-CE QUI CONTINUE À FAIRE LA FORCE DE SAPUTO ?

Je suis très fier que les valeurs et traditions familiales sur lesquelles la Société a été fondée constituent encore un aspect fondamental de notre culture. Nous avons toujours cru qu'il était important de demeurer unis afin de surmonter les défis et de nous adapter aux besoins, tendances et changements de notre environnement. Notre succès repose sur les efforts continus de chaque employé, peu importe son rôle ou titre, qui place sa confiance et sa loyauté en notre Société.

QUEL EST LE RÔLE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ?

Le conseil d'administration est chargé de surveiller la gestion des affaires de la Société afin de s'assurer que ses ressources sont administrées de façon à créer de la richesse. Il surveille et évalue les décisions stratégiques de la direction. En partageant leurs connaissances et leur expérience avec les membres de la direction, les membres du conseil d'administration prennent part à la planification et à l'administration responsable des ressources de la Société. Une bonne compréhension de l'industrie et des marchés au sein desquels la Société exerce ses activités est capitale. Ainsi, le conseil d'administration visite les usines, assiste à des présentations sur l'industrie, le développement stratégique et autres sujets d'intérêt, et évalue son rendement dans le but d'optimiser son apport à Saputo.



CONSEIL D'ADMINISTRATION (de gauche à droite)

LINO A. SAPUTO, JR.
 Chef de la direction et vice-président
 du conseil d'administration
 Saputo inc.

ANDRÉ BÉRARD
 Administrateur de sociétés

LUCIEN BOUCHARD
 Associé principal
 Davies Ward Phillips & Vineberg s.r.l.

PIERRE BOURGIE
 Président et chef de la direction
 Société Financière Bourgie (1996) inc.

FRANK A. DOTTORI
 Président, FADCO Consulting inc.

ANTHONY M. FATA
 Présidente
 Produits alimentaires Sager inc.

JEAN GAULIN
 Administrateur de sociétés

TONY METI
 Président
 Services de conseil G.D.N.P. inc.

CATERINA MONTICCIOLO, CA
 Présidente, Julvest Capital inc.

PATRICIA SAPUTO, CA, ICD.D
 Chef des finances
 Placements Italcian inc.

POUVEZ-VOUS NOUS DIRE QUELQUES MOTS SUR LA STRUCTURE DE GOUVERNANCE DU CONSEIL ?

Le conseil est actuellement composé de onze administrateurs, dont neuf sont des membres indépendants. Les fondateurs de la Société sont représentés au sein du conseil. Le chef de la direction et vice-président du conseil, ainsi que moi-même en qualité de président du conseil sommes des membres non indépendants du conseil. Un administrateur en chef est nommé de façon à assurer une plus grande indépendance au sein du leadership du conseil d'administration.

En outre, le conseil d'administration comprend deux comités : le comité de régie d'entreprise et des ressources humaines et le comité d'audit. Tous les membres des comités sont indépendants et peuvent bénéficier de l'appui de la direction dans l'accomplissement de leur mandat. Au cours de chaque réunion du conseil, les présidents des comités présentent un rapport au conseil d'administration afin de tenir ses membres informés des réalisations et projets des comités. Au terme de chaque réunion du conseil et de ses comités, les membres indépendants du conseil ont la possibilité de se réunir sans la présence des membres de la direction. De plus, en ce qui a trait à l'élection des membres du conseil d'administration dans le cadre de l'assemblée des actionnaires, en plus du processus de vote individuel en vigueur, une politique de vote majoritaire a été établie en 2011.

ANTICIPEZ-VOUS DES MODIFICATIONS DANS LA COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ?

Lors de la prochaine assemblée des actionnaires qui aura lieu le 31 juillet 2012, messieurs André Bérard et Jean Gaulin ne renouvelleront pas leur mandat d'administrateurs. Au nom du conseil d'administration, je tiens à les remercier très sincèrement de leur

participation aux affaires de la Société et de leur soutien au fil des années. M. Bérard a siégé sur notre conseil depuis que la Société est devenue publique en 1997 et M. Gaulin depuis 2003, chacun contribuant leur dévouement, participation et appui à la Société durant toutes ces années.

La direction et le conseil sont ravis de présenter deux nouveaux candidats qui feront bénéficier la Société de leurs connaissances et de leur expérience. Je suis convaincu que la composition proposée du conseil permettra à ce dernier de s'acquitter de son mandat, à ses membres de faire front commun et d'aborder avec confiance le nouvel exercice financier.

Comme il est précisé dans la circulaire de sollicitation de procurations de la direction de la Société, datée du 5 juin 2012, le conseil croit en l'importance de bonnes pratiques de gouvernance. Pour obtenir de plus amples renseignements sur les pratiques de la Société en matière de gouvernance d'entreprise et sur les candidats proposés sur le conseil, veuillez consulter ce document.

QUELQUES MOTS EN GUISE DE CONCLUSION ?

Il me semble essentiel de féliciter la direction et les membres du conseil de leur travail acharné ainsi que de remercier les employés de Saputo de leur dévouement et de leur loyauté. Sans leur apport, nous n'aurions pas atteint nos objectifs. Nous continuerons d'offrir des produits et des services de haute qualité à nos clients, consommateurs et partenaires commerciaux. Le conseil et moi-même sommes impatients d'entamer l'exercice 2013, confiants de bénéficier des connaissances nécessaires afin d'atteindre les objectifs de la Société, tout en tenant compte du meilleur intérêt des actionnaires.



ENTREVUE AVEC LE CHEF DE LA DIRECTION

HAUTE DIRECTION (de gauche à droite)

LORENZO SPINELLI

Président et chef de l'exploitation
Division Produits laitiers (Canada)

KAI BOCKMANN

Président et chef de l'exploitation
Division Produits laitiers (International)

LIONEL ETTEGUI

Président et chef de l'exploitation
Division Boulangerie

DINO DELLO SBARBA

Président et chef de l'exploitation
Saputo inc.

LINO A. SAPUTO, JR.

Chef de la direction et vice-président
du conseil d'administration

LOUIS-PHILIPPE CARRIÈRE

Vice-président exécutif
Finances et administration

GAÉTANE WAGNER

Vice-présidente exécutive
Ressources humaines

TERRY BROCKMAN

Président et chef de l'exploitation
Division Produits laitiers (USA)

L'exercice 2012 a été couronné de succès. Pour l'exercice terminé le 31 mars 2012, nos revenus ont totalisé 6,930 milliards de dollars, une hausse de 15,4 % comparativement à l'exercice 2011. Notre bénéfice net ajusté a atteint 505,8 millions de dollars, comparativement à 461,7 millions de dollars pour l'exercice précédent. L'engagement de nos employés à l'égard de notre succès est inégalé. Nous savons faire front commun et travailler ensemble. À ce titre, nous continuons d'être un employeur de premier choix, à offrir des produits de haute qualité sur tous nos marchés et à être à l'affût d'occasions d'accroître nos activités. Saputo continue d'être considérée comme une entreprise dynamique et stable, grâce à ses employés dans le monde entier qui s'efforcent de se surpasser.

Afin de continuer à créer de la valeur et poursuivre notre croissance, il importe que nous soyons patients et disciplinés.

POUVEZ-VOUS DÉCRIRE VOTRE ENTREPRISE ET SA POSITION AU SEIN DE L'INDUSTRIE ?

Nous œuvrons dans le secteur des produits laitiers. Nous sommes le 12^e plus grand transformateur laitier au monde, le plus important au Canada, le troisième plus important en Argentine, parmi les trois plus grands producteurs de fromage aux États-Unis, et desservons des clients dans plus de 50 pays. Attachée au savoir-faire et à l'innovation, Saputo s'efforce d'être à la fine pointe de la technologie. Grâce à la qualité et à la diversité de nos produits et alors que de plus en plus de gens dans les marchés émergents ajoutent des produits laitiers à une alimentation équilibrée et saine, nous sommes convaincus que nous continuerons à renforcer notre position au sein de l'industrie.

LES ACQUISITIONS ONT CONTRIBUÉ À LA CROISSANCE FINANCIÈRE DE SAPUTO. À QUOI POUVONS-NOUS NOUS ATTENDRE À L'AVENIR COMPTE TENU DE VOTRE BONNE SITUATION FINANCIÈRE ?

Notre modèle de croissance repose en fait surtout sur les acquisitions. Depuis notre inscription en bourse en 1997, nous avons procédé à 21 acquisitions, ce qui nous a permis d'étendre nos activités et de prendre de l'ampleur. Toutes nos acquisitions doivent être stratégiques et appropriées. Ainsi, afin de continuer à créer de la valeur et poursuivre notre croissance, il importe que nous soyons patients et disciplinés.

Notre plus récente acquisition, soit celle de Fairmount Cheese Holdings, Inc., la société mère de DCI Cheese Company, Inc., nous a permis d'établir une plateforme sur le marché des fromages de spécialité aux États-Unis et d'offrir une plus grande variété de produits à nos clients.

Nous avons l'intention de poursuivre nos efforts en vue de devenir une meilleure entreprise, plus vaste et plus forte. Nous offrons de la formation à nos employés et investissons dans leur potentiel afin de nous assurer qu'ils continuent à faire progresser la Société tout en répondant aux besoins de nos marchés avec beaucoup d'attention et de dévouement.

COMPTE TENU DES IMPORTANTS FLUX DE TRÉSORERIE, À QUOI AFFECTEZ-VOUS LES FONDS DISPONIBLES ?

En plus de l'affectation de nos flux de trésorerie à des acquisitions, nous utilisons les fonds disponibles pour verser des dividendes à nos actionnaires et racheter des actions dans le cadre de programmes de rachat dans le cours normal des activités. Les fonds disponibles sont également réinvestis dans notre entreprise et servent à rembourser nos emprunts.

AVEZ-VOUS FAIT FACE À DES DÉFIS AU COURS DU DERNIER EXERCICE ?

Nous avons l'avantage d'offrir des produits sains et de première nécessité qui sont faciles d'inclure à tout repas. Nous nous efforçons de recourir aux meilleures et plus efficaces façons pour servir le marché en offrant une plus-value à nos clients et aux consommateurs à l'égard de nos produits, services et solutions. Nous maintenons une présence équilibrée dans les segments du détail, de la restauration et industriel, ce qui nous permet en partie de nous affranchir des principales fluctuations économiques.

Nous avons l'avantage d'offrir des produits sains et de première nécessité qui sont faciles d'inclure à tout repas.

Aujourd'hui, alors que les revenus sont de près de 7 milliards de dollars, nous avons choisi d'établir une nouvelle structure qui nous mènera vers l'avenir.

PRÉVOYEZ-VOUS DES CHANGEMENTS RÉGLEMENTAIRES DANS L'INDUSTRIE LAITIÈRE ?

Nous suivons de près les différentes discussions et nous continuerons à nous adapter aux changements réglementaires qui pourraient survenir. Chaque fois que nous avons fait face à des changements, nous avons toujours évalué la situation et avons su transformer les défis en possibilités. Notre présence partout au Canada, aux États-Unis, en Argentine et en Europe, laquelle nous impose de comprendre et d'évaluer les diverses réglementations de chaque pays, nous a permis d'apprendre à nous adapter aux changements réglementaires.

AVEZ-VOUS OBSERVÉ DES DEMANDES OU INQUIÉTUDES DE LA PART DU MARCHÉ AU SUJET DE LA SÉCURITÉ DES ALIMENTS ?

Nous nous sommes toujours préoccupés de la qualité et de la sécurité de nos produits, et nos employés en font une priorité. Nous savons que nous ne sommes pas à l'abri des risques et, par conséquent, nous remettons sans cesse en question tout ce que nous faisons afin de pouvoir améliorer nos méthodes et procédés, de sorte à assurer la sécurité et la qualité de nos produits à la lumière des meilleures pratiques. En ce qui a trait à la sécurité des aliments, les pays où nous exerçons nos activités sont des pays producteurs de lait dotés d'une solide infrastructure.

EN NOVEMBRE DERNIER, VOUS AVEZ ANNONCÉ CERTAINS CHANGEMENTS DANS LA STRUCTURE DE LA HAUTE DIRECTION. POUVEZ-VOUS NOUS INDIQUER LES RAISONS DE CES CHANGEMENTS ?

La dernière fois qu'une structure de direction a été établie remonte à 2001, et les revenus se chiffraient alors à environ 2,7 milliards de dollars. Aujourd'hui, alors que les revenus sont de près de 7 milliards de dollars, nous avons choisi d'établir une nouvelle structure qui nous mènera vers l'avenir. Nous avons créé de nouvelles fonctions au sein de la haute direction afin de mieux préparer la croissance future de la Société. Donc, Dino Dello Sbarba a été nommé président et chef de l'exploitation. Il est chargé de la surveillance des activités de

l'entreprise, et les présidents et chefs de l'exploitation des divisions relèvent directement de lui. Plus précisément, Lorenzo Spinelli a été nommé président et chef de l'exploitation de la Division Produits laitiers (Canada), et Kai Bockmann a été nommé président et chef de l'exploitation de la Division Produits laitiers (International), laquelle comprend nos activités européennes et argentines. Quant à Terry Brockman, président et chef de l'exploitation de la Division Produits laitiers (USA), et à Lionel Ettedgui, président et chef de l'exploitation de la Division Boulangerie, leurs rôles et leurs responsabilités demeurent les mêmes. Les fonctions qu'occupent Gaétane Wagner, vice-présidente exécutive, ressources humaines, et Louis-Philippe Carrière, vice-président exécutif, finances et administration, restent les mêmes et ces personnes continuent de relever de moi.

QUELLES SONT VOS OBSERVATIONS CONCERNANT LES TENDANCES DE L'INDUSTRIE SUR LES DIVERS MARCHÉS ?

À l'échelle mondiale, la consommation de produits laitiers est en hausse et s'inscrit de plus en plus dans le cadre d'une alimentation équilibrée pour les populations des marchés émergents. Nous devons être souples et nous adapter aux tendances d'autres marchés, et élaborer une stratégie qui nous permettra de tirer avantage des occasions d'affaires. L'industrie continue à mettre l'accent sur la création de produits novateurs afin de répondre à la demande des clients et des consommateurs.

QUEL EST LE SECRET DES PRIX ET DES DISTINCTIONS ATTRIBUÉS À VOS PRODUITS ?

Nous devons notre succès à divers facteurs, notamment à la passion et au dévouement de nos employés, à notre minutie, à nos connaissances et à notre capacité de comprendre les besoins des divers marchés et les tendances de consommation. En outre, nous avons toujours utilisé des ingrédients de qualité et nous nous sommes toujours efforcés de nous améliorer de jour en jour.

Nous sommes fiers de notre tradition et les consommateurs continuent d'apprécier nos produits. Nous pouvons attribuer le succès de nos fromages au savoir-faire de nos employés, auquel s'ajoutent leur passion et leur sens de l'innovation qui font en sorte que nous continuons à fabriquer des produits primés.

Nous nous efforçons de fournir à nos clients et aux consommateurs des produits de haute qualité au juste prix.

POUVEZ-VOUS NOUS PARLER DE QUELQUES POINTS SAILLANTS DU DERNIER EXERCICE FINANCIER ?

Saputo est fière de sa capacité à fabriquer des produits de qualité et sécuritaires à faibles coûts. L'exercice 2012 a été une bonne année. Nous avons mis l'accent sur l'amélioration des procédés de fabrication et l'efficacité opérationnelle de toutes nos divisions, et nous ferons progresser cet objectif. Nous nous efforçons de fournir à nos clients et aux consommateurs des produits de haute qualité au juste prix. Nous continuons à mettre l'accent sur l'amélioration de l'efficacité opérationnelle et l'évaluation d'occasions. Au Canada, nous avons développé plusieurs nouveaux produits, tels que **Mozzarina** di Bufala fabriquée avec du lait de buffle, et avons commercialisé nos grandes marques sur de nouveaux marchés de consommation.

Au sein de la Division Produits laitiers (USA), nous avons observé de façon constante des tendances favorables à l'expansion des fromages de spécialité. En outre, malgré les changements aux prix de la catégorie 4b (lait de fromagerie) adoptés par le *California Department of Agriculture*, nous avons pris les mesures nécessaires pour en atténuer l'incidence sur nos activités.

En Argentine, nous continuons de mettre l'accent sur l'accroissement des volumes sur le marché national. Le lancement de nouveaux produits **La Paulina**, notamment une gamme de fromages râpés, permet de soutenir le positionnement de la marque et de sensibiliser les consommateurs au produit alors que nous nous efforçons d'accroître notre part du marché.

En Europe, nous maintenons notre objectif de croissance des volumes dans le segment de la restauration.

La Division Boulangerie a lancé de nouvelles gammes de produits de la marque **hop & go**, et continue à mettre l'accent sur l'augmentation des volumes de ventes des petits gâteaux et des produits surgelés, ainsi que sur l'accroissement des ventes sur le marché américain.

Le fait de travailler tous ensemble nous permet de conserver la confiance nécessaire pour assurer la croissance de notre entreprise.

OÙ SE DIRIGE SAPUTO ?

L'histoire, les traditions et les valeurs familiales de Saputo sont indissociables de la culture de notre Société. Puisque nous sommes sans cesse à l'affût de nouvelles façons de travailler plus efficacement, nous ajustons notre approche afin de tirer le maximum des occasions qui s'offrent à nous. Le fait de travailler tous ensemble nous permet de conserver la confiance nécessaire pour assurer la croissance de notre entreprise. Nous disposons des connaissances de l'industrie et des ressources requises pour poursuivre notre croissance au moyen d'acquisitions. Nous estimons que le Canada représente un marché stable et que les États-Unis offrent de nombreuses possibilités de croissance. Nous nous intéressons également à certaines régions du monde, telles que l'Europe, l'Amérique latine et l'Océanie. Si des possibilités qui correspondent à nos critères et à notre stratégie de croissance se présentent, nous n'hésiterons pas à les saisir. Nous continuerons d'être à l'affût de possibilités de croissance et sommes confiants qu'ensemble, nous évoluerons vers l'avenir.



Nous nous assurons de disposer de moyens de production adéquats afin de répondre à la demande pour tous nos produits.

NOS ACTIVITÉS

Chaque année, nous transformons plus de six milliards de litres de lait en divers produits laitiers et ingrédients. Nous nous assurons de disposer de moyens de production adéquats afin de répondre à la demande pour tous nos produits. Nous maintenons le cap sur notre objectif d'être un fabricant à faibles coûts tout en demeurant concurrentiel sur le marché et en offrant des produits de qualité et sécuritaires à nos clients et aux consommateurs.

Nous travaillons sans cesse à l'amélioration de nos procédés de fabrication. Ainsi, une découverte dans une usine sera appliquée dans d'autres et peut se traduire en d'importantes économies et avantages à l'échelle de la Société. À mesure que nous agrandissons et modernisons nos usines au moyen d'investissements portant surtout sur des équipements et des processus conçus en vue d'être efficaces, nous continuons à tirer le maximum de nos matières premières, à accroître les flux de production, à augmenter la rentabilité ainsi qu'à promouvoir la qualité de nos produits et la sécurité de nos employés.

Au cours de l'exercice 2012, nous avons maintenu le cap sur la croissance et l'amélioration de nos usines de fabrication. Compte tenu des tendances qui font état d'un accroissement de la consommation de fromages de spécialité, nous investissons dans nos usines en vue de fabriquer des produits qui répondent aux besoins de nos clients et des consommateurs. Cette année, nous avons continué de trouver des façons de tirer le maximum des avantages découlant du regroupement des activités de fabrication et de distribution en Ontario. Aux États-Unis, nous avons mené à terme notre programme de dépenses en immobilisations à l'une de nos usines de Californie, à partir de laquelle nous servons nos clients de la côte Ouest plutôt que de dépendre d'un entrepôt appartenant à un tiers. Nous avons également amélioré la qualité de nos emballages et avons intégré l'innovation Rapid Pak à nos machines à former, remplir et sceller. Compte tenu de l'augmentation de la production de lait en Argentine, nous avons comme objectif d'accroître notre capacité d'approvisionnement en lait afin de pouvoir recevoir ces volumes additionnels et nous poursuivrons sur cette lancée. Cela nous a permis d'augmenter les volumes d'ingrédients laitiers et notre capacité de production.



QUALITÉ

Nos programmes sont conçus de sorte à maintenir des normes élevées de qualité et de sécurité dans toutes nos usines. Ils sont conformes aux exigences réglementaires et aux bonnes pratiques de fabrication en plus de répondre aux exigences des clients. Nos équipes responsables de l'assurance qualité élaborent ces programmes et en assurent la mise en œuvre dans toutes les divisions.

Il est nécessaire de se conformer rigoureusement à un ensemble complexe de programmes afin de nous assurer que la transformation de produits laitiers se maintienne au niveau souhaité de sécurité et de qualité des aliments. Ces programmes ont pour objet de déceler, prévenir, contrôler et éliminer les risques de contamination et de détérioration ainsi que d'autres facteurs qui influent sur la qualité de nos produits. Ces programmes sont mis en œuvre dès le moment où nous recevons le lait provenant des fermes et se poursuivent jusqu'à la livraison de nos produits à nos clients et consommateurs.

Chez Saputo, ce processus fait partie de notre culture et repose sur cinq principes de base : le leadership, les connaissances, l'évaluation des risques, l'atténuation des risques et la vérification. Un leadership approprié nous assure un maintien constant de la qualité et de la sécurité des aliments. Chaque division, avec l'appui des membres de l'équipe d'assurance qualité, ainsi que de spécialistes à l'interne et à l'externe, offre des conseils pratiques et de la formation aux employés qui désirent acquérir des connaissances en matière de sécurité des aliments. En vue d'évaluer, d'atténuer et de contrôler nos risques, nous mettons de l'avant de bonnes pratiques de fabrication, nous nous conformons à des normes fondées sur l'analyse des risques et la maîtrise des points critiques (HACCP) ou à des normes équivalentes, nous effectuons à intervalles réguliers des vérifications internes de nos processus et pratiques, et nous participons à des programmes exhaustifs de vérification de tierces parties, fondés sur la *Global Food Safety Initiative* (GFSI). Cette année, nous avons continué à homologuer nos usines au moyen de divers programmes et avons travaillé avec plusieurs fournisseurs en vue de nous assurer du respect de normes élevées au sein de l'industrie.

Puisque nous évoluons dans un environnement dynamique où nous nous adaptons à de nouvelles technologies et politiques réglementaires, nous améliorons sans cesse nos pratiques en fonction des changements. Nous continuons à investir dans du matériel de laboratoire et d'essai, dans la formation de nos spécialistes en matière de qualité et sécurité des aliments, dans l'entretien de l'infrastructure de nos usines et dans des améliorations en technologie de l'information en vue de bénéficier de renseignements à jour et fiables, dans de courts délais.

La qualité et la sécurité des aliments s'inscrivent dans le cadre d'efforts collectifs et ne sont pas uniquement la responsabilité de l'industrie alimentaire. Or, puisque nous participons à toutes les étapes de la fabrication, l'emballage, la conservation et la livraison de produits laitiers, il est important de nous assurer que toutes les parties en cause s'engagent à fournir des produits de qualité et sécuritaires à chacune des étapes du processus. Nous tenons compte des commentaires de nos clients et des consommateurs, et insistons sur la prévention et l'atténuation des risques comme moyens de livrer de façon constante des produits de qualité.

AUDREY-ROSE
Fille d'Eric Hébert, Ventes



Leadership
Connaissances
Évaluation des risques
Atténuation des risques
Vérification

Il est nécessaire de se conformer rigoureusement à un ensemble complexe de programmes afin de nous assurer que la transformation de produits laitiers se maintienne au niveau souhaité de sécurité et de qualité des aliments.





Lorsqu'une innovation s'avère être un succès dans une usine, l'expérience, le savoir-faire et les connaissances acquises sont partagés dans l'ensemble de nos sites.

RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Notre équipe de recherche et développement (R et D) soutient les activités de l'ensemble de nos usines. Les membres de l'équipe travaillent à la commercialisation de produits laitiers novateurs et à l'élaboration de nouvelles recettes afin de répondre aux exigences des clients et des consommateurs, en plus de s'assurer que nos recettes soient optimisées en fonction de la disponibilité, de la fonctionnalité et des coûts des ingrédients. Au cours de l'exercice 2012, notre équipe de R et D a travaillé au lancement de nouveaux produits afin de tirer avantage de certaines tendances telles que du fromage bleu émietté au goût plus prononcé. Nous continuons d'améliorer la fonctionnalité de la mozzarella destinée à la fabrication de pizzas en produisant des fromages dotés de caractéristiques particulières au niveau de la texture, de la couleur et du goût. Nous avons mis au point un fromage mozzarella à faible teneur en gras et en sel. De plus, nous avons élaboré davantage de produits de spécialité en fonction de l'évolution des goûts et avons procédé à des recherches sur de nouveaux arômes selon les tendances. À cet égard, au cours de l'exercice 2012, nous avons élaboré une *Mozzarina* di Bufala fabriquée avec du lait de buffle, avons lancé le lait de récupération *The Ultimate*, une boisson protéinée à base de lait, aux arômes de chocolat et de vanille, parfait pour récupérer après l'activité physique, ainsi qu'une nouvelle gamme de petits gâteaux *hop & go* à base de fruits, notamment en portions de 100 calories.

Notre équipe de R et D poursuit ses recherches en vue de toujours améliorer nos procédés de fabrication et de mieux soutenir nos activités du point de vue technique et de la sécurité des aliments. Nous travaillons à la conception et à la mise au point de nouvelles caractéristiques pour un nouvel équipement et afin d'améliorer nos machines existantes. De plus, tout dernièrement nous nous sommes attardés sur des options d'emballage différentes et sur de nouvelles machines de coupage en lanières. Pour chaque projet d'amélioration des procédés, nous nous efforçons de mettre en œuvre des solutions technologiques durables et à jour, de recourir à des sources d'énergie renouvelable et à la robotique. Lorsqu'une innovation s'avère être un succès dans une usine, l'expérience, le savoir-faire et les connaissances acquises sont partagés dans l'ensemble de nos sites.

Saputo est sans cesse à l'affût de méthodes efficaces, fonctionnelles et novatrices afin d'accroître la performance de ses produits, l'efficacité de ses procédés de fabrication et d'offrir de nouveaux produits tout en maintenant de hautes normes de qualité.

MARKETING

Chaque division élabore et met en œuvre une stratégie sur mesure pour chacune de nos marques en fonction des exigences particulières de son marché. Cette approche repose sur l'utilisation des outils les plus efficaces en vue de communiquer avec les consommateurs, notamment par le biais de plusieurs moyens de communication, tels que la télévision, la radio, la presse écrite et les médias sociaux, de concert avec des activités commerciales, telles que la promotion aux points de vente, la présentation des produits et des concours. Nous misons de plus en plus sur la valeur de nos marques pour accroître nos ventes à l'échelle mondiale.

Au Canada, au cours de l'exercice, nous avons mis l'accent sur la catégorie des produits laitiers à valeur ajoutée et avons lancé à nouveau le lait de récupération **The Ultimate**, une boisson protéinée à base de lait, aux arômes de chocolat et de vanille, en format individuel, parfait pour récupérer après l'activité physique. Nous maintiendrons notre attention sur ce segment du marché tout au long de l'exercice 2013. La division des États-Unis a élaboré des campagnes de sensibilisation à l'égard de nombre de marques clés de Saputo, telles que **Frigo Cheese Heads**, **Treasure Cave** et **Stella**, en vue de pousser la croissance de nos produits. En Argentine, nous avons continué de soutenir la marque **La Paulina** et les lancements de produits liés. Nous prévoyons accroître notre présence sur le marché et la notoriété de notre gamme de fromages à la crème et râpés. Pour ce qui est de l'Europe, la transition de la marque **Delucia** à **Saputo** est en cours de réalisation en Allemagne, et nous soutenons l'accroissement des activités commerciales au Royaume-Uni.


Les fromages de spécialité demeurent une priorité pour les équipes de marketing de toutes nos divisions. Afin de répondre à la demande croissante des consommateurs pour ces produits, nous continuerons d'élaborer de nouveaux arômes et formats. Année après année, nos fromages de spécialité continuent d'être reconnus et nombre d'entre eux ont remporté des prix lors de concours prestigieux. Tout récemment, Saputo a remporté cinq médailles d'or lors du *World Championship Cheese Contest*, dont une remportée par un produit récemment mis en marché, **Le Double Joie** d'**Alexis de Portneuf**. De plus, lors de ce concours, le cheddar 3 ans **Black Creek** a remporté le second prix de sa catégorie, et notre fromage gorgonzola de la marque **Stella** a remporté une médaille de bronze lors du *World Cheese Awards*.



JEAN-ALEXANDRE
Fils de Louis-Philippe Carrière, Finances et administration



Nous misons de plus en plus sur la valeur de nos marques pour accroître nos ventes à l'échelle mondiale.



Nos fromages et nos ingrédients laitiers parcourent aussi peu que 1 kilomètre au sein d'une même localité et autant que 18 375 kilomètres, soit la distance entre Buenos Aires en Argentine et Yokohama au Japon, pour atteindre le client.

DISTRIBUTION ET LOGISTIQUE

À titre de fournisseur de produits laitiers auprès de clients et de consommateurs dans plus de 50 pays, nous travaillons sans répit afin de répondre aux demandes de nature logistique de nos clients et en vue d'optimiser notre système de distribution. Nos fromages et nos ingrédients laitiers parcourent aussi peu que 1 kilomètre au sein d'une même localité et autant que 18 375 kilomètres, soit la distance entre Buenos Aires en Argentine et Yokohama au Japon, pour atteindre le client. Le maintien de coûts raisonnables est une priorité pour nous et cet aspect est pris en compte lorsque nous optimisons notre plateforme en vue de mieux gérer nos stocks, et ce, sans jamais négliger la qualité, le service à la clientèle et le respect des délais de livraison dans l'ensemble de notre réseau.

Durant l'exercice 2012, nous avons mené à terme diverses initiatives et continué à investir dans la technologie en vue d'améliorer la gestion des stocks et nous avons commencé à mettre en œuvre un système de sélection à commandes vocales dans certaines de nos usines. Ce nouveau système fait appel à des appareils et un logiciel qui permettent aux employés de nos centres de distribution et de nos entrepôts de préparer des commandes de façon plus efficace à l'aide d'un dispositif mains libres à commandes vocales. Les gains en efficacité se traduisent en une réduction des erreurs, de meilleurs flux de production et des améliorations au titre du service à la clientèle. Au cours du prochain exercice, nous continuerons à travailler à l'amélioration de notre système de distribution et à la mise en œuvre d'initiatives en vue d'accroître notre efficacité. Au Canada, nous continuerons à travailler à la maximisation des avantages découlant de la consolidation de nos activités de fabrication et de distribution en Ontario. Aux États-Unis, notre centre de distribution est ouvert et entièrement en mesure d'assurer la distribution de nos produits sur la côte Ouest, alors que notre entrepôt de la côte Est est ouvert et devrait être entièrement opérationnel au cours du premier trimestre de l'exercice 2013.

VENTES ET SERVICE À LA CLIENTÈLE

Nous commercialisons des produits laitiers auprès des segments du détail, de la restauration et de l'industriel. Nos clients et consommateurs permettent à notre entreprise de progresser et notre objectif consiste à bâtir des relations à long terme avec eux. Nous servons des clients dans plus de 50 pays, innovons pour répondre à leurs besoins, offrons une vaste gamme de produits et tirons le maximum de nos réseaux de distribution, ce qui nous permet d'en améliorer la logistique.

Nos équipes de vente suivent les tendances du marché et travaillent en collaboration avec d'autres équipes de la Société au lancement de nouveaux produits, à l'élargissement de gammes de produits et à des activités de marketing ciblées. Par conséquent, cette année nous avons amélioré nos volumes de vente et nos activités de logistique, et nous avons cherché à augmenter notre part du marché dans toutes les catégories de fromage.

De plus, nous avons fourni des services spécialisés sur mesure à nos clients et amélioré notre position de premier plan dans la catégorie des fromages de spécialité. Nous continuons à offrir des solutions en matière de gestion de catégorie et de distribution. Au cours du prochain exercice, nous continuerons d'œuvrer à une plus grande pénétration du marché des fromages de spécialité, d'être à l'affût d'innovations en matière de produits et d'emballages, tout en tirant avantage des tendances en constante évolution et des préférences des consommateurs.



JUSTINE
Fille de Sandy Vassiadis, Communications



Nous commercialisons des produits laitiers auprès des segments du détail, de la restauration et industriel.



NOS FROMAGES DE SPÉCIALITÉ



Au cours du dernier exercice, nous avons développé plus de 13 fromages à base de lait de vache ou de chèvre et, récemment, de lait de buffle.

Saputo offre une gamme diversifiée de fromages de spécialité, comptant plus de 200 variétés. Au cours du dernier exercice, nous avons développé plus de 13 fromages à base de lait de vache ou de chèvre et, récemment, de lait de buffle.

L'acquisition de DCI Cheese Company, Inc. nous a permis d'établir une plateforme sur le marché des fromages de spécialité aux États-Unis et ainsi d'offrir une gamme plus diversifiée de produits à nos clients et aux consommateurs. L'acquisition de DCI a permis d'ajouter des fromages de spécialité locaux et importés à notre portefeuille de produits américains. Compte tenu de notre expérience dans le marché des fromages de spécialité au Canada, nous sommes en bonne position pour tirer avantage des possibilités qu'offre ce marché en pleine expansion.

Nos produits de haute qualité sont le reflet d'un travail acharné qui contribue à l'élaboration de leurs arômes intenses, de leur finesse et de leurs caractéristiques. Le savoir-faire et l'esprit novateur dont font preuve nos maîtres fromagers ont donné lieu à l'attribution de nombreux prix prestigieux à nos fromages au cours du récent exercice.



PRIX ET DISTINCTIONS

LISANDRO PESCI
Production



- Le *Lady Laurier* d'Arthabaska et La *Tomme des Cantons de DuVillage 1860* ont remporté chacun le premier prix dans leur catégorie respective dans le cadre de la *British Empire Cheese Competition*.
- Le *Cendré de Lune* de *DuVillage 1860* a remporté cinq distinctions lors du *World Cheese Awards*, remportant l'or dans sa catégorie. Le gorgonzola *Stella* a remporté le bronze dans sa catégorie.
- Nos fromages ont remporté un grand nombre de distinctions internationales dans le cadre du *World Championship Cheese Contest*. Ainsi, le *Bleubry*, le *Chèvre des neiges* figue et orange et Le *Double Joie* d'*Alexis de Portneuf*, ainsi que *La Tentation de Laurier* et le *Lady Laurier* d'Arthabaska de *DuVillage 1860*, ont tous remporté une médaille d'or dans leur catégorie respective. De plus, le cheddar *Black Creek* trois ans a terminé deuxième dans sa catégorie.
- Le mini hors-d'œuvre de *DuVillage 1860* a remporté 4 prix, soit un prix dans la catégorie Produits laitiers, une distinction spéciale dans la catégorie Produits entièrement canadiens et une distinction spéciale pour son caractère novateur et original dans le cadre du *Grand prix canadien des nouveaux produits*. La quatrième distinction lui a été attribuée par la *Fédération internationale du lait* au titre de meilleur produit laitier novateur.



+ DE **200**
VARIÉTÉS



NOTRE PRÉSENCE INTERNATIONALE

CÉDRIC, fils d'Eric Hébert, Ventes

CHANEL COCCO, Vérification interne



La demande pour les produits laitiers devrait croître à l'échelle mondiale d'environ 2% par année pour les prochaines années.





MARCELO RAMONDA et sa famille, Ingénierie



BHANU PRASAD, Recherche et développement



À l'échelle mondiale, il est prévu que la consommation de fromage connaîtra une croissance de même que la consommation par habitant dans de nombreux pays au cours des prochaines années.

La demande pour les produits laitiers devrait croître à l'échelle mondiale d'environ 2 % par année pour les prochaines années. L'augmentation de la richesse dans les pays en voie de développement donne lieu à un accroissement du revenu disponible pouvant être affecté à des dépenses de consommation. De plus, les gens qui habitent ces pays modifient progressivement leurs habitudes alimentaires, ce qui donne lieu à une plus grande consommation de protéines d'origine laitière.

Les produits laitiers font l'objet d'échanges commerciaux de plus en plus importants dans le monde et le volume de ces échanges a doublé au cours des dix dernières années. Notre stratégie de commercialisation internationale est fondée sur l'efficacité et l'innovation, tout en tenant compte des disparités régionales. Nous avons 47 usines dans cinq pays, desservant des clients dans plus de 50 pays, et nous maintenons des bureaux au Canada, aux États-Unis, en Argentine et en Europe. Au cours des dernières années, nous avons également ouvert des bureaux de vente au Brésil et en Chine afin de nous rapprocher de nos clients et des consommateurs, et d'exposer Saputo aux marchés qui l'intéressent.

Au cours des trois dernières années, nos ventes à l'international ont progressé de plus de 10 %. Dans la catégorie des fromages, nous exportons surtout du fromage mozzarella, édám, gouda, goya, de la mozzarella fraîche et du cheddar. Saputo offre de nombreux ingrédients, y compris des ingrédients laitiers communément utilisés tels que la poudre de lait écrémé, le lait entier en poudre, la caséine, le lactose, la poudre de lactosérum doux, la poudre de lactosérum déprotéinisé et les concentrés de protéines de lactosérum. Nous offrons également des ingrédients spécialisés comme des isolats de protéines de lactosérum et des mélanges laitiers fonctionnels. Tous ces ingrédients laitiers servent à la fabrication de divers aliments et à des applications non alimentaires en plus de servir à l'élaboration de nombreux autres types de produits novateurs.

CLIENTS DESSERVIS
DANS + DE
50 PAYS

NOTRE RESPONSABILITÉ SOCIALE

ENVIRONNEMENT

Saputo s'emploie à réduire son empreinte écologique en recourant à de saines pratiques commerciales que renforce le savoir-faire de ses employés, ainsi que la contribution d'experts indépendants. Grâce à la mise en œuvre de paramètres d'évaluation du développement durable, au cours de l'exercice, nous avons été en mesure de mieux mesurer notre efficacité opérationnelle et notre capacité à réduire l'incidence environnementale non seulement de nos procédés de fabrication, mais aussi de nos produits, et ce, tout au long de leur durée de vie. Nous nous assurons que chacune de nos 47 usines s'efforce d'intégrer les principes du développement durable à leurs activités en se fixant des objectifs de réduction des émissions et en tirant avantage d'effets positifs, notamment au titre de l'accroissement de l'efficacité et de la diminution des coûts, en plus de devenir plus écologique.

Au cours de l'exercice 2012, nous avons constaté des améliorations au chapitre de la consommation de ressources naturelles et des émissions, tout en produisant plus à moindres coûts. Dans l'ensemble, nous avons réduit de 3 % notre intensité énergétique.

Au nombre des initiatives, nous avons diminué notre consommation annuelle d'eau en remplaçant certains vieux compresseurs d'air par de nouveaux appareils à rendement élevé. De plus, aux États-Unis, nous avons amélioré notre efficacité énergétique en optimisant le système de réfrigération à l'aide d'un logiciel de contrôle, ce qui nous a permis de réaliser des économies d'ensemble en plus de réduire notre empreinte écologique. Nous continuons à mettre l'accent sur la diminution de la perte d'eau potable grâce à l'amélioration des procédés de fabrication et de nettoyage dans certaines de nos usines.

Une collaboration étroite avec les intervenants de la chaîne d'approvisionnement permet de nous assurer que nos fournisseurs tiennent compte du développement durable dans leurs activités tout en nous fournissant des matières premières de qualité et de valeur. Le partenariat avec *Energy Star* nous a permis de renforcer notre engagement en matière d'environnement et nous incite à réduire de 10 % l'intensité énergétique de nos usines de fabrication d'ici cinq ans.

Nous continuerons à mettre l'accent sur le développement durable. À cet égard, nous continuons de diminuer notre empreinte écologique et notre incidence sur l'environnement. Nous avons comme objectif d'étendre nos initiatives à l'ensemble de l'entreprise et d'améliorer notre efficacité opérationnelle au cours de l'exercice 2013 et par la suite, tout en réduisant notre empreinte écologique.

Au cours de l'exercice 2012, nous avons constaté des améliorations au chapitre de la consommation de ressources naturelles et des émissions.

EMPLOYÉS ET CARRIÈRES

Saputo est fière de pouvoir compter sur une main-d'œuvre fiable, reconnaît le talent de ses employés et les encourage à se perfectionner dans leurs fonctions de leaders. Afin de bien diriger nos 10 100 employés, aujourd'hui et à l'avenir, nous devons continuer à identifier et à construire nos ressources à l'interne. De nouveaux postes et des possibilités d'emploi ont été créés en fonction des besoins à tous les niveaux de l'entreprise. Nous soutenons les objectifs de nos employés de faire carrière au sein de la Société et nous recrutons également de nouveaux employés qui permettront de renforcer les capacités de notre main-d'œuvre d'expérience. En matière de recrutement, notre objectif consiste à trouver les candidats qui partagent nos valeurs et notre culture, souhaitant faire carrière chez Saputo. Nos efforts continus nous permettent d'offrir des possibilités d'emploi intéressantes et de recruter les bonnes personnes. En plus de la formation professionnelle nécessaire et l'encadrement des nouveaux employés, nous nous efforçons de créer un sentiment d'appartenance et un esprit d'équipe.

Nos employés sont notre atout le plus important. En tant qu'entreprise, nous nous préoccupons de leur bien-être et nous tentons de leur offrir le meilleur environnement de travail qui soit pour réussir. Nous insistons auprès d'eux sur l'importance des saines habitudes de vie et de l'importance de se prendre en main en vue de se garantir, ainsi qu'à leurs enfants, un avenir plus sain. Grâce à des initiatives de promotion du mieux-être, nous travaillons en collaboration avec nos partenaires à la promotion de comportements sains chez nos employés et à l'amélioration de leur mode de vie en les incitant à l'activité physique et à adopter une saine alimentation. Les encourager à prendre leur santé en main est essentiel pour qu'ils atteignent un équilibre entre le travail et leur vie personnelle. Saputo souhaite donner l'exemple et, par conséquent, nous encourageons des initiatives santé dans des collectivités locales.

Saputo a toujours considéré important le fait d'assurer à tous ses employés un milieu de travail sécuritaire. Individuellement et collectivement, nos employés contribuent tous au renforcement de nos normes de sécurité. En investissant dans des programmes d'information sur la santé et la sécurité, ainsi que de sensibilisation à ces aspects, nous renforçons nos systèmes de responsabilisation internes et faisons participer davantage nos employés à ce processus. L'efficacité des communications est un élément essentiel du succès de notre plan d'action. La mise en œuvre d'une politique visant l'élimination de la violence et du harcèlement en milieu de travail nous permet de maintenir notre approche fondée sur la communication. Nous allons également sensibiliser davantage nos employés aux questions de santé et de sécurité, et à l'intérêt de réduire les risques. Notre objectif est de continuer à prévenir les accidents en offrant des outils opérationnels et de la formation qui assurent à nos employés un milieu de travail plus sécuritaire et confèrent un avantage concurrentiel à Saputo.

Nos employés
sont notre atout
le plus important.



10 100 
employés

APPROCHE COMMUNAUTAIRE



SARAH CHEVRIER-CÔTÉ et AMÉLIE VAILLANCOURT, Ressources humaines

ANOUK PETIT et BRAUNYNO BELO, Communications
ACTIVITÉ FITSPIRIT AU MONT-AVILA, QUÉBEC

Nous nous engageons à investir, une fois encore, environ 1 % de nos bénéfices avant impôts dans les collectivités où nous sommes présents.



ÉQUIPE DE RUGBY COMMANDITÉE, Royaume-Uni

En route vers les Jeux olympiques de 2012 à Londres



KATHY TREMBLAY, Triathlon



MARTINE DUGRENIER, Lutte olympique



TARA WHITTEN, Cyclisme

Nous visons à informer et soutenir les membres des collectivités où nous exerçons nos activités, et à les encourager à adopter un mode de vie sain par le biais d'une bonne alimentation et de l'activité physique.

Faire une différence saine dans notre communauté

Au cours de l'exercice 2012, alors que nous souhaitons définir de façon plus officielle notre stratégie communautaire à l'extérieur du Canada, nous avons créé la structure opérationnelle nécessaire afin d'atteindre nos objectifs en matière de commandites en Argentine, aux États-Unis et en Europe. Dans le cadre de chaque partenariat, nous visons à informer et soutenir les membres des collectivités où nous exerçons nos activités, et à les encourager à adopter un mode de vie sain par le biais d'une bonne alimentation et de l'activité physique.

Au cours de la dernière année, nous avons évalué chacune de nos commandites et renouvelé celles qui, selon nous, nous aideront à atteindre nos objectifs. Nous sommes impatients de conclure de nouveaux partenariats, qui s'inscrivent dans notre champ d'intervention, au cours de l'année à venir. Nous invitons nos employés à prendre part à des projets, des activités et des initiatives qui avivent notre mission de relations communautaires et qui les aident à atteindre un mode de vie plus sain.

Nous nous engageons à investir, une fois encore, environ 1% de nos bénéfices avant impôts dans les collectivités où nous sommes présents. Ce chiffre correspond aux contributions financières, au bénévolat des employés et aux dons en produits, qui contribueront au maintien d'une société plus saine.

DOMINIQUE MALTAIS, Snowboardcross

JUSTINE, CHLOÉ et MAXIME DUFOUR-LAPOINTE, Ski acrobatique





VERS L'AVENIR

SIÈGE SOCIAL

Saputo inc.
6869 boul. Métropolitain Est
St-Léonard QC Canada H1P 1X8
Téléphone: 514-328-6662
Télécopieur: 514-328-3310
www.saputo.com

**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE
ANNUELLE**

Le mardi 31 juillet 2012, à 9 h 30
Salon Laval, Hôtel Sheraton Laval
2440 autoroute des Laurentides
Laval QC Canada H7T 1X5

RELATIONS AVEC LES INVESTISSEURS

Communications corporatives
Téléphone: 514-328-3347
Télécopieur: 514-328-3364
Courriel: investisseurs@saputo.com

BOURSE

Toronto
Symbole: SAP

AGENT DE TRANSFERT

Société de fiducie Computershare
du Canada
1500 rue University, bureau 700
Montréal QC Canada H3A 3S8
Téléphone: 514-982-7888

VÉRIFICATEURS EXTERNES

Deloitte & Touche s.r.l., Montréal QC, Canada

POLITIQUE EN MATIÈRE DE DIVIDENDES

Saputo inc. verse des dividendes trimestriels en espèces sur les actions ordinaires s'élevant à 0,19 \$ par action, ce qui représente un dividende annuel de 0,76 \$ par action. Le solde du bénéfice réalisé est réinvesti pour financer la croissance des activités de la Société.

Le conseil d'administration peut en tout temps et à son entière discrétion réviser la politique de la Société en matière de dividendes, en fonction de la situation financière, des résultats d'exploitation, des besoins en capitaux ou de tout autre facteur qu'il juge pertinent.

www.saputo.com