

T2 2016

ALIMENTATION COUCHE-TARD INC.

RAPPORT DE GESTION

Périodes de 12 et 24 semaines terminées le 11 octobre 2015



Rapport de gestion

L'objectif de ce rapport de gestion, tel que les autorités réglementaires le requièrent, est d'expliquer le point de vue de la direction sur la situation financière et les résultats d'exploitation ainsi que la performance de Alimentation Couche-Tard inc. (« Couche-Tard ») pour le deuxième trimestre de l'exercice se terminant le 24 avril 2016. Il s'agit plus précisément de permettre au lecteur de mieux comprendre notre stratégie de développement, notre performance en relation avec nos objectifs, nos attentes face à l'avenir, ainsi que notre façon de gérer les risques auxquels nous sommes exposés et les ressources financières dont nous disposons. Ce rapport de gestion a également pour but d'améliorer la compréhension des états financiers consolidés et des notes afférentes de Couche-Tard. Il devrait donc être lu parallèlement à ces documents. Par « nous », « notre », « nos » et « la société », nous faisons collectivement référence à Couche-Tard et ses filiales.

Sauf indication contraire, toutes les données financières indiquées dans le présent rapport sont en dollars américains (« dollars US ») et sont établies selon les Normes internationales d'information financière (« IFRS ») telles que publiées par l'International Accounting Standards Board (« IASB »). Nous utilisons également dans ce rapport des mesures qui ne sont pas conformes aux IFRS. Lorsque de telles mesures sont présentées, elles sont définies et le lecteur en est avisé. Le présent rapport de gestion doit être lu de concert avec les états financiers consolidés annuels et les notes complémentaires figurant dans notre rapport annuel 2015. Ce dernier document ainsi que des renseignements complémentaires concernant Couche-Tard, y compris la plus récente notice annuelle, sont disponibles sur le site SEDAR à <http://www.sedar.com/> ainsi que sur notre site web à <http://corpo.couche-tard.com/>.

Déclarations prospectives

Le présent rapport de gestion comprend certaines « déclarations prospectives » au sens des lois en valeurs mobilières au Canada. Toute déclaration contenue dans le présent rapport de gestion qui ne constitue pas un fait historique peut être considérée comme une déclaration prospective. Dans le présent rapport, les verbes « croire », « pourrait », « devrait », « prévoir », « s'attendre », « estimer », « présumer » et d'autres expressions similaires indiquent en général des déclarations prospectives. Il est important de noter que les déclarations prospectives faites dans ce rapport décrivent nos prévisions en date du 24 novembre 2015 et ne donnent aucune garantie quant à la performance future de Couche-Tard ou de son secteur d'activités, et elles supposent des risques connus et inconnus ainsi que des incertitudes pouvant faire en sorte que les perspectives, les résultats réels ou le rendement de Couche-Tard ou ceux de son secteur d'activité soient significativement différents des résultats ou du rendement futurs exprimés ou sous-entendus par ces déclarations. Nos résultats réels peuvent différer de façon importante des anticipations que nous avons formulées si des risques connus ou inconnus affectent nos activités ou si nos estimations ou nos hypothèses se révèlent inexactes. Une variation touchant une hypothèse peut également avoir des incidences sur d'autres hypothèses inter reliées, ce qui peut amplifier ou diluer l'effet de cette variation. Par conséquent, nous ne pouvons garantir la réalisation des déclarations prospectives; le lecteur est donc prié de ne pas se fier indûment à ces déclarations prospectives. Les déclarations prospectives ne tiennent pas compte de l'effet que pourraient avoir sur nos activités des transactions ou des éléments spéciaux annoncés ou survenant après ces divulgations. Par exemple, elles ne tiennent pas compte de l'incidence des ventes d'actifs, des monétisations, des fusions, des acquisitions, des autres regroupements d'entreprises ou transactions, des réductions de valeur d'actifs, ni des autres frais annoncés ou survenus après les déclarations prospectives.

À moins que nous y soyons tenus selon les lois sur les valeurs mobilières applicables, nous n'ions toute intention ou obligation de mettre à jour ou de réviser les déclarations prospectives, que ce soit à la lumière de nouveaux renseignements, d'événements futurs ou autrement.

Les risques et incertitudes comprennent ceux qui sont énumérés sous la rubrique « Facteurs de risque » de notre rapport annuel 2015, ainsi que les autres risques détaillés de temps à autre dans les rapports déposés par Couche-Tard, auprès des autorités en valeurs mobilières du Canada.

Notre société

Nous sommes le chef de file de l'industrie canadienne du commerce de l'accommodation. Aux États-Unis, nous sommes la plus importante chaîne de magasins d'accommodation indépendante en fonction du nombre de magasins exploités par la société (magasins corporatifs). En Europe, nous sommes un chef de file du commerce de l'accommodation et du commerce de détail de carburant pour le transport routier dans les pays scandinaves et baltiques avec une présence significative en Pologne.

Au 11 octobre 2015, notre réseau comptait 8 006 magasins d'accommodation en Amérique du Nord, dont 6 579 offraient du carburant pour le transport routier. Notre réseau nord-américain est constitué de 15 unités d'affaires, dont 11 aux États-Unis, couvrant 41 états, et quatre au Canada, couvrant les dix provinces. Environ 80 000 personnes œuvrent dans l'ensemble de notre réseau de magasins et nos centres de services en Amérique du Nord.

En Europe, nous exploitons un vaste réseau de vente au détail en Scandinavie (Norvège, Suède et Danemark), en Pologne, dans les pays baltiques (Estonie, Lettonie et Lituanie) et en Russie. Au 11 octobre 2015, ce réseau comptait 2 217 stations-service dont la majorité offrent du carburant pour le transport routier et des produits d'accommodation alors que d'autres sont des stations-service automatisées sans employé vendant du carburant pour le transport routier seulement. Nous offrons aussi d'autres produits tels que de l'énergie stationnaire, du carburant pour le secteur maritime et des produits chimiques. Nous exploitons des terminaux clés et des dépôts de carburant dans six pays européens. En incluant les employés travaillant dans les stations franchisées portant la bannière Statoil, environ 19 000 personnes travaillent dans notre réseau de détail Européen, nos terminaux et nos centres de services.

De plus, quelque 4 700 magasins sont exploités par des opérateurs indépendants sous la marque Circle K dans 14 autres pays ou régions à l'international (Chine, Costa Rica, Égypte, Émirats arabes unis, Guam, Honduras, Hong Kong, Indonésie, Japon, Macao, Malaisie, Mexique, Philippines et Vietnam), ce qui porte à plus de 14 900 le nombre de magasins dans notre réseau.

Notre mission est d'offrir à nos clients un service rapide et chaleureux en développant avec eux une relation personnalisée et complice tout en les surprenant de façon agréable au quotidien. Dans cette optique, nous nous efforçons de répondre aux demandes et aux besoins des gens pressés. Pour ce faire, nous offrons aux consommateurs des produits d'alimentation, des boissons chaudes et froides, des services de lave-auto, du carburant pour le transport routier et d'autres produits et services de qualité visant à répondre à leurs demandes dans un environnement propre, accueillant et efficace. Notre positionnement dans notre secteur d'activité provient principalement de la réussite de notre modèle d'affaires, qui s'appuie sur une gestion décentralisée, une comparaison continue des meilleures pratiques et sur une expertise opérationnelle bénéficiant des expériences vécues dans les différentes régions de notre réseau. Notre positionnement provient également de l'importance que nous accordons aux marchandises en magasin ainsi que de nos investissements continus dans notre personnel et nos magasins.

Création de valeur

Aux États-Unis, le secteur des magasins d'accommodation est fragmenté et en phase de consolidation. Nous participons à ce processus par le biais des acquisitions que nous effectuons et des parts de marchés que nous gagnons suivant la fermeture de sites concurrents et par l'amélioration de notre offre. En Europe et au Canada, le secteur des magasins d'accommodation est souvent dominé par quelques joueurs importants, dont des sociétés pétrolières intégrées. Certaines de ces dernières sont en voie de vendre ou comptent mettre en vente leurs actifs de commerce de détail. Nous comptons étudier les opportunités d'investissement qui pourraient se présenter à nous par l'entremise de ce processus.

Malgré ce contexte, les acquisitions doivent se faire à des conditions raisonnables afin de permettre de créer de la valeur pour notre société et ses actionnaires. Par conséquent, nous ne préconisons pas l'augmentation du nombre de magasins au détriment de la rentabilité. En plus des acquisitions, notons que la contribution organique a aussi été un axe important de notre récente croissance du bénéfice net. Les améliorations constantes que nous apportons à notre offre, dont les produits frais, à nos conditions d'approvisionnement ainsi qu'à notre efficacité ont été mises en évidence, plus particulièrement au cours des années précédant l'acquisition de Statoil Fuel & Retail et de The Pantry, Inc. qui avaient été marquées par l'absence d'acquisitions importantes et d'accroissement net du nombre de magasins. Ainsi, l'ensemble de ces éléments a contribué à l'accroissement du bénéfice net et à la création de valeur pour nos actionnaires et autres partenaires. Nous comptons continuer dans cette direction.

Données sur le taux de change

Nous présentons nos données en dollars US, ce qui procure une information plus pertinente compte tenu de la prédominance de nos opérations aux États-Unis et de l'importance de notre dette libellée en dollars US, considérant nos swaps de taux d'intérêts multidevises.

Le tableau suivant présente les renseignements sur les taux de change en fonction des taux de clôture, indiqués en dollars US par tranche unitaire de la devise comparative :

	Périodes de 12 semaines terminées le		Périodes de 24 semaines terminées le	
	11 octobre 2015	12 octobre 2014	11 octobre 2015	12 octobre 2014
Moyenne pour la période				
Dollar Canadien ⁽¹⁾	0,7601	0,9115	0,7839	0,9175
Couronne Norvégienne ⁽²⁾	0,1212	0,1588	0,1245	0,1622
Couronne Suédoise ⁽²⁾	0,1182	0,1424	0,1190	0,1461
Couronne Danoise ⁽²⁾	0,1495	0,1755	0,1495	0,1792
Zloty ⁽²⁾	0,2657	0,3126	0,2676	0,3204
Euro ⁽²⁾	1,1159	1,3084	1,1155	1,3370
Litas ⁽²⁾	-	0,3789	-	0,3872
Rouble ⁽²⁾	0,0155	0,0268	0,0169	0,0278

	Au 11 octobre 2015	Au 26 avril 2015
Fin de la période		
Dollar Canadien	0,7730	0,8217
Couronne Norvégienne	0,1237	0,1286
Couronne Suédoise	0,1222	0,1159
Couronne Danoise	0,1523	0,1457
Zloty	0,2689	0,2697
Euro	1,1363	1,0875
Rouble	0,0163	0,0196

(1) Calculée en prenant la moyenne des taux de change à la clôture de chaque jour de la période indiquée.

(2) Taux moyen pour la période du 20 juillet 2015 au 11 octobre 2015 pour la période de 12 semaines terminée le 11 octobre 2015, du 1^{er} mai 2015 au 11 octobre 2015 pour la période de 24 semaines terminée le 11 octobre 2015, du 21 juillet 2014 au 12 octobre 2014 pour la période de 12 semaines terminée le 12 octobre 2014 et du 1^{er} mai 2014 au 12 octobre 2014 pour la période de 24 semaines terminée le 12 octobre 2014. Calculée en prenant la moyenne des taux de change à la clôture de chaque jour de la période indiquée.

Puisque nous utilisons le dollar américain comme monnaie de présentation dans nos états financiers consolidés et dans le présent document, sauf indication contraire, les résultats de nos opérations canadiennes, européennes et corporatives sont convertis en dollars américains au taux moyen de la période. Sauf indication contraire, les écarts et explications liés aux variations du taux de change et à la volatilité du dollar canadien et des devises européennes dont nous traitons dans le présent document sont donc liés à la conversion en dollars américains des résultats de nos opérations canadiennes, européennes et corporatives.

Aperçu du deuxième trimestre de l'exercice 2016

Le bénéfice net du deuxième trimestre de l'exercice 2016 s'est chiffré à 415,7 millions \$, en hausse de 45,1 % comparativement à la période comparable de l'exercice 2015. Les résultats du deuxième trimestre de l'exercice 2016 incluent un gain net préliminaire de 47,4 millions \$ avant impôts sur la cession des activités de vente de lubrifiants, un total de 8,6 millions \$ avant impôts en dépenses non-récurrentes d'intégration et autres frais liés au déploiement de notre projet de marque mondiale, ainsi qu'une perte de change nette de 1,9 million \$ avant impôts. Les résultats du deuxième trimestre de l'exercice 2015 incluaient une dépense d'impôt non-récurrente de 25,7 millions \$ ainsi qu'une perte de change nette avant impôts de 0,9 million \$.

En excluant ces éléments ainsi que les frais d'acquisition des résultats des deux trimestres, le bénéfice net du deuxième trimestre de l'exercice 2016 aurait été d'approximativement 375,0 millions \$ (0,66 \$ par action sur une base diluée), contre 313,0 millions \$ (0,55 \$ par action sur une base diluée) pour le deuxième trimestre de l'exercice 2015, une augmentation de 62,0 millions \$, soit 19,8 %. Cette croissance est attribuable à la solide contribution des acquisitions, incluant celle du réseau de magasins de The Pantry inc., à la forte croissance organique tant au niveau des activités de vente de produits d'accommodation qu'au niveau des activités de vente de carburant pour le transport routier ainsi qu'à des marges sur le carburant pour le transport routier légèrement plus élevées. Ces éléments d'accroissement du bénéfice net ont été contrebalancés, en partie, par l'effet de la cession des activités de vente de carburant pour l'aviation (décembre 2014), par

l'effet de la cession des activités de vente de lubrifiants (octobre 2015) ainsi que par l'effet négatif net de la conversion en dollars US des revenus et dépenses de nos opérations canadiennes et européennes.

The Pantry, Inc. (« ThePantry »)

Nos résultats pour les périodes de 12 et 24 semaines terminées le 11 octobre 2015 incluent ceux de The Pantry.

Allocation préliminaire du prix d'achat et ajustements des résultats publiés antérieurement

Au cours du deuxième trimestre de l'exercice 2016, nous avons apporté des ajustements à l'allocation du prix d'achat de The Pantry afin de prendre en compte notre évaluation initiale de la juste valeur des actifs acquis, des passifs pris en charge et du goodwill lié à la transaction. Puisque la clôture de la transaction a eu lieu peu de temps avant la fin de l'exercice 2015 et considérant la taille de la transaction, nous n'avons pas terminé notre appréciation de la juste valeur des actifs acquis, des passifs pris en charge et du goodwill lié à la transaction. Conséquemment, l'allocation du prix d'achat est préliminaire et pourrait être ajustée. Ces futurs ajustements potentiels à l'allocation du prix d'achat pourraient résulter en des ajustements significatifs de certains éléments de nos états des résultats consolidés, y compris mais sans s'y limiter, les frais d'exploitation, de vente, administratifs et généraux, l'amortissement et perte de valeur des immobilisations corporelles et incorporelles et des autres actifs, les frais de financement nets et les impôts sur les bénéfices.

Nos résultats du premier trimestre de l'exercice 2016 ont été ajustés en prenant pour hypothèse que les ajustements à l'allocation du prix d'achat de The Pantry enregistrés au cours du deuxième trimestre de 2016 avaient été effectués en date d'acquisition. Le tableau suivant résume l'impact de ces ajustements sur nos états des résultats consolidés pour le premier trimestre de l'exercice 2016 :

	Période de 12 semaines terminée le 19 juillet 2015		
	Publié	Ajustements	Ajusté
Chiffre d'affaires	8 979,6	-	8 979,6
Marge brute	1 419,3	-	1 419,3
Frais d'exploitation, de vente, administratifs et généraux	879,2	(1,4)	877,8
Amortissement et perte de valeur des immobilisations corporelles et incorporelles et des autres actifs	132,0	8,0	140,0
Bénéfice d'exploitation	408,1	(6,6)	401,5
Frais de financement nets	17,5	(0,4)	17,1
Bénéfices avant impôts sur les bénéfices	397,1	(6,2)	390,9
Impôts sur les bénéfices	93,1	-	93,1
Bénéfice net	304,0	(6,2)	297,8

Synergies et initiatives de réduction des coûts

Nous travaillons activement à réaliser les opportunités de synergies et de réduction des coûts identifiées en lien avec l'acquisition de The Pantry. Nous anticipons atteindre un minimum de 85,0 millions \$¹ avant impôts en réduction de coûts au cours de la période de 24 mois suivant l'acquisition en plus d'accroître les ventes en magasin et les volumes de carburant dans cette région géographique par l'entremise de l'amélioration de nos opérations, du partage de nos connaissances de l'industrie et des meilleures pratiques de chacune des sociétés ainsi que l'amélioration nos conditions d'approvisionnement.

Depuis l'acquisition, nous avons déjà pris des mesures qui devraient nous permettre d'enregistrer des réductions de coûts annuelles que nous estimons à approximativement 60,0 millions \$¹ avant impôts. Pour la période de 12 semaines terminée le 11 octobre 2015, nous avons enregistré des réductions de coûts que nous estimons à approximativement 14,0 millions \$ avant impôts. Nous estimons que ce montant ne représente pas l'impact annuel complet de toutes nos initiatives. Depuis l'acquisition, nous estimons que les synergies annuelles réalisées ainsi que réductions de coûts représentent approximativement 23,0 millions \$ avant impôts. Ces réductions de coûts ont principalement réduit les frais d'exploitation, de vente, administratifs et généraux et, dans une moindre mesure, le coût des ventes.

En plus des réductions de coûts mentionnées précédemment, nous avons pris des mesures qui devraient nous permettre de réduire nos coûts d'approvisionnement en marchandises et services d'approximativement 22,0 millions \$¹ avant impôts sur

¹ Puisque notre objectif de synergies et d'initiatives de réduction des coûts cité représente une déclaration prospective, nous devons, selon les lois sur les valeurs mobilières, préciser que notre estimation des synergies et réduction des coûts repose sur un certain nombre de facteurs et hypothèses importants. Entre autres, notre objectif de synergies et de réduction des coûts se base sur notre analyse comparative des structures organisationnelles en place et du niveau actuel des dépenses à travers notre réseau ainsi que sur notre capacité à combler une partie des écarts constatés, lorsque pertinent. Notre objectif de synergies et de réduction des coûts se base aussi sur notre évaluation des contrats présentement en vigueur en Amérique du Nord et sur le fait que nous croyons être en mesure de renégocier ces contrats afin de profiter de notre pouvoir d'achat accru. De plus, notre objectif de synergies et de réduction des coûts prend pour hypothèse que nous serons en mesure d'instaurer et de maintenir un processus efficace de partage des meilleures pratiques à travers notre réseau. Finalement, notre objectif s'appuie aussi sur notre capacité à intégrer le système de The Pantry au nôtre. Un changement important dans ces facteurs et hypothèses pourrait faire varier de façon importante notre estimation des synergies et réductions de coûts ainsi que le délai d'implantation de nos diverses initiatives.

une base annuelle. Ces réductions proviennent principalement d'économies d'échelle ainsi que de la négociation de meilleures conditions d'approvisionnement. Nous estimons que les économies réalisées s'élèvent à approximativement 4,0 millions \$ avant impôts pour la période de 12 semaines terminée le 11 octobre 2015 et à 7,0 millions \$ avant impôts depuis l'acquisition. De plus, nous travaillons activement à améliorer nos conditions d'approvisionnement en carburant et anticipons que ces efforts nous permettront également de réaliser des synergies substantielles au cours des prochains trimestres.

Remplacement d'équipements en magasins

Suite à une analyse minutieuse et approfondie, nous avons conclu que certains équipements et certaines enseignes de magasins faisant partie de l'acquisition de The Pantry devront être remplacés ou modernisés avant la fin de leur durée de vie utile, afin de mettre en œuvre certains de nos programmes et d'assurer une offre et une image de marque uniformes à travers les marchés où les magasins The Pantry opèrent. Nous anticipons que ces remplacements et modernisations amélioreront l'expérience client et nous permettront de poursuivre nos objectifs de croissance. En vertu de ce plan, les périodes d'amortissement des actifs que nous prévoyons remplacer ou moderniser ont été raccourcies en fonction de nos plans de remplacement et de modernisation, ce qui a entraîné une augmentation de la dépense d'amortissement pour le deuxième trimestre et une légère augmentation de la dépense d'amortissement prévue pour les prochains 24 mois.

Statoil Fuel & Retail – Synergies et initiatives de réductions des coûts

Depuis l'acquisition de Statoil Fuel & Retail, nous travaillons activement à identifier et mettre en place les synergies disponibles ainsi que les opportunités de réductions de coûts.

Au cours du deuxième trimestre de l'exercice 2016, nous avons enregistré des synergies et réductions de coûts additionnelles que nous estimons à approximativement 14,0 millions \$ avant impôts. Ces synergies et réductions de coûts ont principalement réduit les frais d'exploitation, de vente, administratifs et généraux ainsi que le coût des ventes. Au cumulatif, depuis l'acquisition, nous estimons que le montant total en synergies et réductions de coûts annuelles réalisées s'élève à approximativement 187,0 millions \$, avant impôts, ce qui dépasse la tranche inférieure des objectifs de synergies et de réduction de coûts que nous avons fixées suivant l'acquisition. Nous estimons que ces montants ne représentent pas nécessairement l'impact annuel complet de toutes nos initiatives.

Ces synergies et réductions de coûts proviennent d'une multitude de sources, comme par exemple la réduction des dépenses liées au fait que Statoil Fuel & Retail ne soit plus une entreprise publique, la renégociation de certaines ententes avec nos fournisseurs, la réduction des dépenses en magasin et la restructuration de certains départements.

Croissance du réseau

Acquisitions multi-sites

Le 24 septembre 2015, nous avons fait l'acquisition, auprès de Kocolene Marketing LLC, de 13 magasins corporatifs opérant dans les États de l'Indiana et du Kentucky. Nous sommes propriétaires du terrain et de la bâtisse pour 12 sites et louons le terrain et la bâtisse de l'autre site.

Depuis le début de l'exercice 2016, nous avons acquis 34 magasins corporatifs par l'entremise de transactions multi-sites.

Ces acquisitions ont été effectuées en utilisant la trésorerie disponible.

Acquisitions par le biais de transactions distinctes

Au cours du deuxième trimestre de l'exercice 2016, nous avons fait l'acquisition de cinq magasins corporatifs par l'entremise de transactions distinctes.

Depuis le début de l'exercice 2016, nous avons fait l'acquisition de dix magasins corporatifs par l'entremise de transactions distinctes.

Ces acquisitions ont été effectuées en utilisant la trésorerie disponible.

Construction de magasins

Au cours du deuxième trimestre de l'exercice 2016, nous avons complété la construction, la relocalisation ou la reconstruction de 11 magasins. Depuis le début de l'exercice 2016, nous avons complété la construction, la relocalisation ou la reconstruction de 28 magasins.

Au 11 octobre 2015, 50 magasins supplémentaires étaient en cours de construction et devraient ouvrir au cours des prochains trimestres.

Transaction en cours

Le 17 mars 2015, nous avons conclu une entente avec A/S Dansk Shell pour l'acquisition de leur entreprise de vente au détail comprenant 315 stations-service, leur entreprise de vente de carburant commercial et leur entreprise de vente de carburant pour l'aviation. Les stations-service sont situées au Danemark et comprennent 225 stations-service, 75 stations-service automatisées et 15 haltes routières pour les camionneurs. De ces 315 sites, 140 sont la propriété de Shell, 115 sont loués de tierces parties et 60 sont détenus par des exploitants indépendants. Nous possédons déjà un réseau solide au Danemark et nous croyons que cette acquisition le compléterait très bien. Cette transaction est sujette aux approbations réglementaires et conditions de clôture usuelles. En collaboration avec A/S Dansk Shell et les autorités réglementaires, nos équipes déploient tous les efforts nécessaires afin de s'assurer que la transaction soit conclue sous des conditions optimales et dans les plus brefs délais. À ce titre, nous prévoyons que la transaction se clôturera avant la fin de notre exercice 2016 et nous anticipons financer cette transaction à même nos liquidités disponibles et nos facilités de crédit existantes.

Transaction subséquente à la fin du trimestre

Le 14 octobre 2015, nous avons conclu une entente avec Texas Star Investments et ses affiliés pour l'acquisition de 18 magasins corporatifs et de deux restaurants à service rapide situés dans la partie sud de l'État du Texas, aux États-Unis en plus d'un réseau d'approvisionnement en carburant pour le transport routier. Nous serions propriétaires du terrain et de la bâtisse pour 17 sites et louerions ces mêmes actifs pour un site et pour les restaurants à service rapide. Il est prévu que la transaction se clôturera au cours de la deuxième moitié de l'exercice 2016. Celle-ci est assujettie aux approbations réglementaires et conditions de clôture usuelles.

Sommaire du mouvement de nos magasins pour le deuxième trimestre et le premier semestre de l'exercice 2016

Le tableau suivant présente certaines informations concernant le mouvement des magasins de notre réseau au cours de la période de 12 semaines terminée le 11 octobre 2015 ⁽¹⁾ :

Types de sites	Période de 12 semaines terminée le 11 octobre 2015				
	Corporatifs ⁽²⁾	CODO ⁽³⁾	DODO ⁽⁴⁾	Franchisés et autres affiliés ⁽⁵⁾	Total
Nombre de sites au début de la période	7 794	555	745	1 122	10 216
Acquisitions	18	-	-	-	18
Ouvertures / constructions / ajouts	11	2	19	13	45
Fermetures / dispositions / retraits	(35)	(4)	(7)	(10)	(56)
Conversion de magasins	2	(11)	9	-	-
Nombre de sites à la fin de la période	7 790	542	766	1 125	10 223
Nombre de stations-service automatisées incluses dans le solde de fin de période ⁽⁶⁾	899	-	21	-	920

Le tableau suivant présente certaines informations concernant le mouvement des magasins de notre réseau au cours de la période de 24 semaines terminée le 11 octobre 2015 ⁽¹⁾ :

Types de sites	Période de 24 semaines terminée le 11 octobre 2015				
	Corporatifs ⁽²⁾	CODO ⁽³⁾	DODO ⁽⁴⁾	Franchisés et autres affiliés ⁽⁵⁾	Total
Nombre de sites au début de la période	7 787	559	600	1 132	10 078
Acquisitions	44	-	139	-	183
Ouvertures / constructions / ajouts	24	4	36	29	93
Fermetures / dispositions / retraits	(67)	(9)	(19)	(36)	(131)
Conversion de magasins	2	(12)	10	-	-
Nombre de sites à la fin de la période	7 790	542	766	1 125	10 223

(1) Ces chiffres incluent 50 % des sites opérés par l'entremise de RDK, une coentreprise.

(2) Sites pour lesquels l'immobilier est contrôlé par Couche-Tard (par l'entremise de la possession ou d'un contrat de location) et pour lesquels les magasins (et/ou les stations-service) sont exploités par Couche-Tard ou un de ses agents à commission.

(3) Sites pour lesquels l'immobilier est contrôlé par Couche-Tard (par l'entremise de la possession ou d'un contrat de location) et pour lesquels les magasins (et/ou les stations-service) sont opérés par des exploitants indépendants en échange d'un loyer et auxquels Couche-Tard fournit du carburant pour le transport routier en vertu de contrats d'approvisionnement. Certains de ces sites font l'objet d'un contrat de franchisage, de licence ou similaire sous une de nos bannières principales ou secondaires.

(4) Sites contrôlés et opérés par des exploitants indépendants auxquels Couche-Tard fournit du carburant pour le transport routier en vertu de contrats d'approvisionnement. Certains de ces sites font l'objet d'un contrat de franchisage, de licence ou similaire sous une de nos bannières principales ou secondaires.

(5) Magasins opérés par des exploitants indépendants en vertu d'un contrat de franchisage, de licence ou similaire sous une de nos bannières principales ou secondaires.

(6) Ces sites ne vendent que du carburant pour le transport routier.

De plus, quelque 4 700 magasins sont exploités par des opérateurs indépendants sous la marque Circle K dans 14 autres pays ou régions à l'international (Chine, Costa Rica, Égypte, Émirats arabes unis, Guam, Honduras, Hong Kong, Indonésie, Japon, Macao, Malaisie, Mexique, Philippines, et Vietnam), ce qui porte à plus de 14 900 le nombre total de magasins dans notre réseau.

Marque Circle K à l'échelle mondiale

Le 22 septembre 2015, nous avons annoncé la création d'une nouvelle marque mondiale, « Circle K^{MC} ». La nouvelle marque remplacera les marques de commerce Circle K^{MD}, Statoil^{MD}, Mac's^{MD}, et Kangaroo Express^{MD} des magasins et stations-service au Canada (à l'exception du Québec), aux États-Unis, en Scandinavie ainsi qu'en Europe centrale et orientale. La nouvelle bannière Circle K apparaîtra également sur les magasins exploités en vertu d'un contrat de licence à travers le globe et sera un élément clé de notre croissance future.



Dans le cadre de ce projet de changement de marque, nous nous attendons à engendrer des dépenses en immobilisations et d'autres dépenses afin de remplacer ou de moderniser divers actifs actuels, au cours des prochaines années. En raison de notre plan de remplacement et de modernisation de ces actifs, nous anticipons accélérer, à partir du troisième trimestre de l'exercice 2016, l'amortissement d'actifs existants, y compris mais sans s'y limiter, l'affichage en magasins ainsi que la marque de commerce Statoil, ce qui devrait avoir pour effet d'augmenter notre dépense d'amortissement au cours des 24 à 36 prochains mois.

Cession des activités de vente de lubrifiants

Le 1^{er} octobre 2015, nous avons conclu la cession de nos activités de vente de lubrifiants à Fuchs Petrolub SE. La cession s'est effectuée par l'entremise d'une vente d'actions en vertu de laquelle Fuchs Petrolub SE a acheté 100 % des actions émises et en circulation de Statoil Fuel & Retail Lubricants Sweden AB. Le produit de disposition total s'est élevé à 81,0 millions \$. Nous avons reconnu un gain sur disposition préliminaire avant impôts de 47,4 millions \$ relatif à cette transaction de vente. Ces montants préliminaires sont sujets à changement jusqu'à ce que les ajustements de clôture soient finalisés par les deux parties.

Rachat de la part des actionnaires sans contrôle dans Circle K Asia s.à.r.l.

Le 24 juillet 2015, nous avons exercé notre option de rachat de la part des actionnaires sans contrôle dans Circle K Asia s.à.r.l. (« Circle K Asia ») pour une contrepartie en argent de 11,8 millions \$. La différence entre la contrepartie payée et la part des actionnaires sans contrôle au 24 juillet 2015 a été enregistrée au surplus d'apport. Étant donné le rachat, notre obligation de rachat enregistrée au bilan consolidé a été annulée et son renversement a été comptabilisé dans les bénéfices non répartis. Nous détenons maintenant 100 % des actions de Circle K Asia. Nous ne prévoyons pas que cette transaction aura un impact significatif sur nos états financiers consolidés.

Entente pour la conversion de magasins sous la bannière Circle K au Mexique

Le 30 juillet 2015, nous avons signé une entente avec Comercializadora Circulo CCK, S.A. DE C.V. afin de convertir, d'ici août 2017, sous la bannière Circle K, plus de 700 de leurs magasins d'accommodation opérant présentement à travers le Mexique sous la bannière « Extra ». En vertu de cette entente, le nombre de magasins Circle K au Mexique devrait augmenter à 1 100 d'ici août 2017 et à au moins 2 400 d'ici 2030.

Dividendes

Lors de sa réunion du 24 novembre 2015, le conseil d'administration de la société (le « conseil ») a approuvé une augmentation du dividende trimestriel de 1,25 ¢ CA par action à 6,75 ¢ CA par action, une augmentation de plus de 22 %.

Au cours de cette même réunion, le conseil a déclaré et approuvé le paiement d'un dividende trimestriel de 6,75 ¢ CA par action aux actionnaires inscrits le 3 décembre 2015 pour le deuxième trimestre de l'exercice 2016, payable le 17 décembre 2015. Il s'agit d'un dividende déterminé au sens de la Loi de l'impôt sur le Revenu du Canada.

Actions et options d'achat d'actions en circulation

Au 20 novembre 2015, 148 101 840 actions à vote multiple catégorie A et 419 318 864 actions à droit de vote subalterne catégorie B de Couche-Tard étaient émises et en circulation. De plus, à pareille date, il y avait 2 599 717 options d'achat d'actions à droit de vote subalterne catégorie B de Couche-Tard en circulation.

Analyse sommaire des résultats consolidés pour le deuxième trimestre et le premier semestre de l'exercice 2016

Le tableau suivant présente certaines informations concernant nos opérations pour les périodes de 12 et 24 semaines terminées le 11 octobre 2015 et le 12 octobre 2014.

(en millions de dollars américains, sauf indication contraire)

Données sur les résultats d'exploitation :

Revenus tirés des marchandises et services ⁽¹⁾ :

États-Unis

Europe

Canada

Total des revenus tirés des marchandises et services

Ventes de carburant pour le transport routier :

États-Unis

Europe

Canada

Total des ventes de carburant pour le transport routier

Autres revenus ⁽²⁾ :

États-Unis

Europe

Canada

Total des autres revenus

Total des ventes

Marge brute sur les marchandises et services ⁽¹⁾ :

États-Unis

Europe

Canada

Marge brute totale sur les marchandises et services

Marge brute sur le carburant pour le transport routier :

États-Unis

Europe

Canada

Marge brute totale sur le carburant pour le transport routier

Marge brute sur les autres revenus ⁽²⁾ :

États-Unis

Europe

Canada

Marge brute totale sur les autres revenus

Marge brute totale

Frais d'exploitation, de vente, administratifs et généraux

Gain net sur la cession des activités de vente de lubrifiants

Goodwill négatif

Amortissement et perte de valeur des immobilisations corporelles et incorporelles et des autres actifs

Bénéfice d'exploitation

Bénéfice net

Autres données d'exploitation :

Marge brute sur les marchandises et services ⁽¹⁾ :

Consolidée

États-Unis

Europe

Canada

Croissance des ventes de marchandises par magasin comparable ^{(3) (4)} :

États-Unis

Europe

Canada

Marge brute sur le carburant pour le transport routier :

États-Unis (cents par gallon) ⁽⁴⁾

Europe (cents par litre) ⁽⁵⁾

Canada (cents CA par litre) ⁽⁴⁾

Volume de carburant pour le transport routier vendu ⁽⁵⁾ :

États-Unis (millions de gallons)

Europe (millions de litres)

Canada (millions de litres)

Croissance (diminution) du volume de carburant pour le transport routier par magasin comparable ⁽⁴⁾ :

États-Unis

Europe

Canada

Données par action :

Bénéfice net de base par action (dollars par action)

Bénéfice net dilué par action (dollars par action)

	Périodes de 12 semaines terminées le			Périodes de 24 semaines terminées le		
	11 octobre 2015	12 octobre 2014	Variation %	11 octobre 2015	12 octobre 2014	Variation %
Données sur les résultats d'exploitation :						
Revenus tirés des marchandises et services ⁽¹⁾ :						
États-Unis	1 748,7	1 194,1	46,4	3 509,1	2 392,0	46,7
Europe	207,5	238,0	(12,8)	413,5	496,7	(16,8)
Canada	441,0	510,2	(13,6)	912,0	1 038,6	(12,2)
Total des revenus tirés des marchandises et services	2 397,2	1 942,3	23,4	4 834,6	3 927,3	23,1
Ventes de carburant pour le transport routier :						
États-Unis	3 985,6	3 723,8	7,0	8 423,3	7 639,3	10,3
Europe	1 336,7	1 944,3	(31,3)	2 711,6	3 917,1	(30,8)
Canada	518,3	694,7	(25,4)	1 080,0	1 418,8	(23,9)
Total des ventes de carburant pour le transport routier	5 840,6	6 362,8	(8,2)	12 214,9	12 975,2	(5,9)
Autres revenus ⁽²⁾ :						
États-Unis	3,8	3,5	8,6	7,5	7,1	5,6
Europe	195,0	637,5	(69,4)	359,1	1 226,7	(70,7)
Canada	0,2	0,2	-	0,3	0,3	-
Total des autres revenus	199,0	641,2	(69,0)	366,9	1 234,1	(70,3)
Total des ventes	8 436,8	8 946,3	(5,7)	17 416,4	18 136,6	(4,0)
Marge brute sur les marchandises et services ⁽¹⁾ :						
États-Unis	578,0	390,5	48,0	1 161,4	782,5	48,4
Europe	84,5	97,3	(13,2)	170,7	204,9	(16,7)
Canada	144,9	170,7	(15,1)	301,2	346,7	(13,1)
Marge brute totale sur les marchandises et services	807,4	658,5	22,6	1 633,3	1 334,1	22,4
Marge brute sur le carburant pour le transport routier :						
États-Unis	432,8	263,0	64,6	750,2	512,2	46,5
Europe	199,5	231,9	(14,0)	385,3	456,5	(15,6)
Canada	39,0	43,0	(9,3)	76,2	84,7	(10,0)
Marge brute totale sur le carburant pour le transport routier	671,3	537,9	24,8	1 211,7	1 053,4	15,0
Marge brute sur les autres revenus ⁽²⁾ :						
États-Unis	3,8	3,5	8,6	7,5	7,1	5,6
Europe	48,2	87,1	(44,7)	97,3	172,0	(43,4)
Canada	0,1	0,2	(50,0)	0,3	0,3	-
Marge brute totale sur les autres revenus	52,1	90,8	(42,6)	105,1	179,4	(41,4)
Marge brute totale	1 530,8	1 287,2	18,9	2 950,1	2 566,9	14,9
Frais d'exploitation, de vente, administratifs et généraux	892,4	777,2	14,8	1 770,2	1 565,4	13,1
Gain net sur la cession des activités de vente de lubrifiants	(47,4)	-	(100,0)	(47,4)	-	(100,0)
Goodwill négatif	-	-	-	-	(0,5)	100,0
Amortissement et perte de valeur des immobilisations corporelles et incorporelles et des autres actifs	137,6	122,7	12,1	277,6	249,4	11,3
Bénéfice d'exploitation	548,2	387,3	41,5	949,7	752,6	26,2
Bénéfice net	415,7	286,4	45,1	713,5	555,9	28,4
Autres données d'exploitation :						
Marge brute sur les marchandises et services ⁽¹⁾ :						
Consolidée	33,7 %	33,9 %	(0,2)	33,8 %	34,0 %	(0,2)
États-Unis	33,1 %	32,7 %	0,4	33,1 %	32,7 %	0,4
Europe	40,7 %	40,9 %	(0,2)	41,3 %	41,3 %	-
Canada	32,9 %	33,5 %	(0,6)	33,0 %	33,4 %	(0,4)
Croissance des ventes de marchandises par magasin comparable ^{(3) (4)} :						
États-Unis	5,2 %	2,8 %	2,4	5,2 %	2,8 %	2,4
Europe	3,1 %	2,1 %	1,0	2,2 %	1,6 %	0,6
Canada	3,6 %	3,0 %	0,6	3,0 %	3,1 %	(0,1)
Marge brute sur le carburant pour le transport routier :						
États-Unis (cents par gallon) ⁽⁴⁾	25,66	24,17	6,2	22,01	23,63	(6,9)
Europe (cents par litre) ⁽⁵⁾	9,62	11,48	(16,2)	9,61	11,57	(16,9)
Canada (cents CA par litre) ⁽⁴⁾	6,90	6,69	3,1	6,64	6,57	1,1
Volume de carburant pour le transport routier vendu ⁽⁵⁾ :						
États-Unis (millions de gallons)	1 698,6	1 125,5	50,9	3 380,2	2 229,0	51,6
Europe (millions de litres)	2 073,0	2 020,7	2,6	4 007,7	3 944,9	1,6
Canada (millions de litres)	752,2	714,5	5,3	1 481,0	1 422,3	4,1
Croissance (diminution) du volume de carburant pour le transport routier par magasin comparable ⁽⁴⁾ :						
États-Unis	7,4 %	2,1 %	5,3	8,4 %	2,0 %	6,4
Europe	3,5 %	2,2 %	1,3	3,1 %	2,0 %	1,1
Canada	3,7 %	(1,1 %)	4,8	2,6 %	(0,6 %)	3,2
Données par action :						
Bénéfice net de base par action (dollars par action)	0,73	0,51	43,1	1,26	0,98	28,6
Bénéfice net dilué par action (dollars par action)	0,73	0,50	46,0	1,25	0,98	27,6

	11 octobre 2015	26 avril 2015	Variation \$
Situation financière :			
Actif total	11 029,5	10 991,0	38,5
Dette portant intérêts	2 202,2	3 068,3	(866,1)
Capitaux propres	4 692,7	3 889,1	803,6
Ratios d'endettement :			
Dette nette à intérêts / capitalisation totale ⁽⁶⁾	0,27 : 1	0,39 : 1	
Dette nette à intérêts / BAILA ajusté ⁽⁷⁾⁽¹¹⁾	0,80 : 1	1,18 : 1	
Dette nette à intérêts ajustée / BAILAL ajusté ⁽⁸⁾⁽¹¹⁾	1,90 : 1	2,17 : 1	
Rentabilité :			
Rendement des capitaux propres ⁽⁹⁾⁽¹¹⁾	24,6 %	24,9 %	
Rendement des capitaux employés ⁽¹⁰⁾⁽¹¹⁾	17,5 %	16,2 %	

- (1) Comprend les revenus tirés des redevances de franchisage, des royautés et des remises sur certains achats effectués par les franchisés et les affiliés ainsi que la vente en gros de marchandises.
- (2) Comprend les revenus tirés de la location d'actifs, de la vente de carburant pour l'aviation et pour le secteur maritime, d'huile à chauffage, de kérosène, de lubrifiants et de produits chimiques. Les activités de vente de carburant pour l'aviation ont été vendues en décembre 2014 et les activités de vente de lubrifiants ont été vendues en octobre 2015.
- (3) Ne comprend pas les services et autres revenus (décrits à la note 1 et 2 ci-dessus). La croissance au Canada est calculée en dollars canadiens. La croissance en Europe est calculée en couronnes norvégiennes. Inclut les résultats des magasins de The Pantry pour les périodes de 12 et 24 semaines terminées le 11 octobre 2015.
- (4) Pour les magasins corporatifs seulement. Inclut les résultats des magasins de The Pantry pour les périodes de 12 et 24 semaines terminées le 11 octobre 2015.
- (5) Total du carburant pour transport routier.
- (6) Ce ratio est présenté à titre d'information seulement et représente une mesure de la santé financière surtout utilisée par les milieux financiers. Il représente le calcul suivant : la dette à long terme portant intérêts, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie ainsi que des placements temporaires, divisée par l'addition de l'actif des actionnaires et de la dette à long terme, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie ainsi que des placements temporaires. Il n'a pas de sens normalisé prescrit par les IFRS et ne pourrait donc être comparé à des mesures du même type présentées par d'autres compagnies publiques.
- (7) Ce ratio est présenté à titre d'information seulement et représente une mesure de la santé financière surtout utilisée par les milieux financiers. Il représente le calcul suivant : la dette à long terme portant intérêts, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie ainsi que des placements temporaires, divisée par le BAILA (Bénéfice Avant Impôts, Intérêts et Amortissements et perte de valeur) ajusté de la charge de restructuration, de la perte sur la cession des activités d'aviation, du gain net sur la cession des activités de lubrifiants, du gain de compression sur l'obligation au titre de certains régimes de retraite à prestations définies et du goodwill négatif. Il n'a pas de sens normalisé prescrit par les IFRS et ne pourrait donc être comparé à des mesures du même type présentées par d'autres compagnies publiques.
- (8) Ce ratio est présenté à titre d'information seulement et représente une mesure de la santé financière surtout utilisée par les milieux financiers. Il représente le calcul suivant : la dette à long terme portant intérêts plus la dépense de loyer multiplié par huit, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie ainsi que des placements temporaires, divisée par le BAILAL (Bénéfice Avant Impôts, Intérêts, Amortissements et perte de valeur et dépense de loyer) ajusté de la charge de restructuration, de la perte sur la cession des activités de vente de carburant pour l'aviation, du gain net sur la cession des activités de vente de lubrifiants, du gain de compression sur l'obligation de certains régimes de retraite à prestations définies et le goodwill négatif pour les deux périodes. Il n'a pas de sens normalisé prescrit par les IFRS et ne pourrait donc être comparé à des mesures du même type présentées par d'autres compagnies publiques.
- (9) Ce ratio est présenté à titre d'information seulement et représente une mesure de la performance surtout utilisée par les milieux financiers. Il représente le calcul suivant : le bénéfice net divisé par l'actif des actionnaires moyens de la période correspondante. Il n'a pas de sens normalisé prescrit par les IFRS et ne pourrait donc être comparé à des mesures du même type présentées par d'autres compagnies publiques.
- (10) Ce ratio est présenté à titre d'information seulement et représente une mesure de la performance surtout utilisée par les milieux financiers. Il représente le calcul suivant : le bénéfice avant impôt et intérêts divisé par les capitaux employés moyens pour la période correspondante. Les capitaux employés représentent l'actif total moins le passif à court terme ne portant pas intérêts. Il n'a pas de sens normalisé prescrit par les IFRS et ne pourrait donc être comparé à des mesures du même type présentées par d'autres compagnies publiques.
- (11) Ce ratio est présenté sur une base pro forma. Au 11 octobre 2015, il inclut les résultats de Couche-Tard et de The Pantry pour la période de 52 semaines terminée le 11 octobre 2015. Au 26 avril 2015, il inclut les résultats de Couche-Tard pour l'exercice terminé le 26 avril 2015 ainsi que les résultats de The Pantry pour la période de 52 semaines terminée le 26 avril 2015. Pour le calcul de ce ratio, les données des résultats et du bilan de The Pantry ont été modifiées afin de rendre leur présentation conforme aux politiques de Couche-Tard. Considérant la date de clôture ainsi que la taille de la transaction, la société n'a pas terminé son appréciation de la juste valeur des actifs acquis, des passifs pris en charge et du goodwill.

Chiffre d'affaires

Notre chiffre d'affaires a atteint 8,4 milliards \$ pour le deuxième trimestre de l'exercice 2016, une baisse de 509,5 millions \$, soit 5,7 % par rapport au trimestre comparable de l'exercice 2015, principalement attribuable au prix de vente moyen moins élevé du carburant pour le transport routier, à l'effet négatif net de la conversion en dollars américains des revenus de nos opérations canadiennes et européennes ainsi qu'à la cession de nos activités de vente de carburant pour l'aviation au cours du troisième trimestre de l'exercice 2015 et à la cession de nos activités de vente de lubrifiants au cours du deuxième trimestre de l'exercice 2016. Ces éléments ayant contribué à la diminution du chiffre d'affaires ont été contrebalancés, en partie, par la contribution exceptionnelle des acquisitions et par la forte croissance continue des ventes de marchandises et du volume de carburant pour le transport routier par magasin comparable en Amérique du Nord et en Europe.

Pour le premier semestre de l'exercice 2016, nos revenus ont diminué de 720,2 millions \$, soit une baisse de 4,0 % comparativement au premier semestre de l'exercice 2015 pour des raisons similaires à celles du deuxième trimestre.

Plus spécifiquement, la croissance des ventes de marchandises et services du deuxième trimestre de l'exercice 2016 a été de 454,9 millions \$. Excluant l'effet négatif net de la conversion en dollars américains des revenus de nos opérations canadiennes et européennes, les ventes de marchandises et services ont augmenté de 581,9 millions \$ ou 30,0 %. Cette augmentation est attribuable à la contribution des acquisitions pour un montant de 484,0 millions \$ ainsi qu'à la forte croissance organique. Les ventes de marchandises par magasin comparable ont augmenté de 5,2 % aux États-Unis en incluant les magasins de The Pantry, de 3,1 % en Europe et de 3,6 % au Canada. En général, notre performance est attribuable à nos stratégies de mise en marché dynamiques, à notre offre compétitive ainsi qu'à notre gamme élargie de produits frais qui attire toujours plus de clients dans nos magasins.

Au cours du premier semestre de l'exercice 2016, les revenus de marchandises et services ont augmenté de 907,3 millions \$. Excluant l'effet net négatif de la conversion en dollars américains des revenus de nos opérations canadiennes et européennes, les ventes de marchandises et services ont augmenté de 1,2 milliard \$ ou 29,3 %. Cette augmentation est attribuable à la contribution des acquisitions pour un montant approximatif de 984,0 millions \$ ainsi qu'à la forte croissance organique. La croissance des ventes de marchandises par magasin comparable a été de 5,2 % aux États-Unis en incluant les magasins de The Pantry, de 3,0 % au Canada et de 2,2 % en Europe.

Les ventes de carburant pour le transport routier ont diminué de 522,2 millions \$ pour le deuxième trimestre de l'exercice 2016. Excluant l'effet net négatif de la conversion en dollars américains des revenus de nos opérations canadiennes et européennes, les ventes de carburant pour le transport routier ont diminué de 37,2 millions \$ ou 0,6 %. Cette diminution est

principalement attribuable à la réduction du prix de vente moyen du carburant pour le transport routier, ce qui a eu un impact négatif approximatif de 1,5 milliard \$. Il est à noter qu'un prix de vente moyen du carburant moins élevé n'a pas d'impact négatif direct sur nos marges brutes sur le carburant. En fait, un prix de vente moyen moins élevé du carburant pour le transport routier nous est généralement favorable puisque nos clients ont tendance à voyager plus et donc, à consommer un plus grand volume de carburant, tout en ayant plus d'argent à leur disposition pour leurs dépenses discrétionnaires. L'impact du prix de vente moyen moins élevé sur les ventes de carburant pour le transport routier a été presque totalement contrebalancé par la contribution des acquisitions qui s'est élevée à approximativement 1,1 milliard \$, par la contribution de nos magasins récemment ouverts ainsi que par la croissance organique. Le volume de carburant pour le transport routier par magasin comparable a augmenté de 7,4 % aux États-Unis incluant les magasins de The Pantry, de 3,5 % en Europe et de 3,7 % au Canada grâce, entre autres, à nos stratégies de micromarchés et à l'apport grandissant des carburants de qualité supérieure, incluant nos marques de carburant maison « *miles^{MC}* » et « *milesPLUS^{MC}* » en Europe.

Le tableau suivant donne un aperçu du prix de vente moyen sur le carburant pour le transport routier dans nos différents marchés, débutant par le troisième trimestre de l'exercice terminé le 27 avril 2014 :

Période de 52 semaines terminée le 11 octobre 2015

Trimestre	T3 2015	T4 2015	T1 2016	T2 2016	Moyenne pondérée
États-Unis (dollars US par gallon)	2,54	2,34	2,64	2,36	2,47
Europe (cents US par litre)	73,99	66,51	72,16	66,12	69,55
Canada (cents CA par litre)	96,27	93,63	103,17	97,79	97,73

Période de 52 semaines terminée le 12 octobre 2014

Trimestre	T3 2014	T4 2014	T1 2015	T2 2015	Moyenne pondérée
États-Unis (dollars US par gallon)	3,24	3,47	3,59	3,36	3,41
Europe (cents US par litre)	107,49	104,11	101,53	95,18	101,83
Canada (cents CA par litre)	113,11	118,74	121,64	117,00	117,32

Pour le premier semestre de l'exercice 2016, les revenus de carburant pour le transport routier ont diminué de 760,3 millions \$. Excluant l'effet net négatif de la conversion en dollars américains des revenus de nos opérations canadiennes et européennes, les ventes de carburant pour le transport routier ont augmenté de 217,7 millions \$ ou 1,7 %. Cette augmentation est attribuable à la contribution des acquisitions qui s'est élevée à 2,4 milliards \$, à la contribution de nos magasins récemment ouverts ainsi qu'à la croissance organique. Le volume de carburant pour le transport routier par magasin comparable a augmenté de 8,4 % aux États-Unis, incluant les magasins de The Pantry, de 3,1 % en Europe et de 2,6 % au Canada. Ces éléments ayant contribué à la croissance des revenus ont été contrebalancés, en partie, par une baisse du prix de vente moyen du carburant pour le transport routier qui a généré une diminution du chiffre d'affaires d'approximativement 2,8 milliards \$.

Les autres revenus ont diminué de 442,1 millions \$ pour le deuxième trimestre de l'exercice 2016 et de 867,2 millions \$ pour le premier semestre de l'exercice 2016. Cette diminution est principalement attribuable à la disposition de nos activités de vente de carburant pour l'aviation et de vente de lubrifiants qui a eu un impact d'approximativement 322,0 millions \$ au deuxième trimestre de l'exercice 2016 et de 626,0 millions \$ pour le premier semestre de l'exercice 2016. La diminution restante est en grande partie attribuable à l'effet net négatif de la conversion en dollars américains des revenus de nos opérations européennes.

Marge brute

Pour le deuxième trimestre de l'exercice 2016, la marge brute consolidée sur les marchandises et services a été de 807,4 millions \$, soit une augmentation de 148,9 millions \$ par rapport au trimestre comparable de l'exercice 2015. Excluant l'effet net négatif de la conversion en dollars américains des revenus de nos opérations canadiennes et européennes, la marge brute consolidée sur les marchandises et services a augmenté de 194,9 millions \$ ou 29,6 %. Cette augmentation est attribuable à la contribution des acquisitions qui s'est élevée à approximativement 163,0 millions \$ ainsi qu'à la croissance organique. Aux États-Unis, la marge brute est en hausse de 0,4 %, passant de 32,7 % à 33,1 %. La marge brute en Europe est en diminution de 0,2 % à 40,7 % tandis qu'elle a diminué de 0,6 % au Canada pour atteindre 32,9 %. En général, cette performance reflète les changements au mix-produits et les améliorations que nous avons apportées à nos conditions d'approvisionnement ainsi que nos stratégies de mise en marché adaptées à notre environnement compétitif et à la réalité économique de chacun de nos marchés. Au Canada, la diminution de la marge est attribuable à nos stratégies de prix et de mise en marché visant à augmenter l'achalandage dans nos magasins. L'augmentation des ventes par magasin comparable au Canada a plus que contrebalancé la diminution de la marge en pourcentage. Sur une base consolidée, la marge brute sur les marchandises et services a diminué de 0,2 %, ce qui s'explique presque entièrement par la plus grande proportion des

ventes de marchandises et services provenant de nos marchés Nord-Américains, où notre marge brute est plus faible qu'en Europe, principalement en raison d'un mix-produits différent.

Au cours du premier semestre de l'exercice 2016, la marge brute consolidée sur les marchandises et services s'est établie à 1 633,3 millions \$ soit une hausse de 299,2 millions \$ par rapport au semestre comparable de l'exercice 2015. Excluant l'effet net négatif de la conversion en dollars américains des revenus de nos opérations canadiennes et européennes, la marge brute consolidée sur les marchandises et services a augmenté de 389,2 millions \$ ou 29,2 %. La marge brute aux États-Unis s'est établie à 33,1 %, soit une augmentation de 0,4 %, elle a été stable en Europe à 41,3 % et elle s'est établie à 33,0 % au Canada, en baisse de 0,4 %.

Pour le deuxième trimestre de l'exercice 2016, la marge brute sur le carburant pour le transport routier s'est chiffrée à 25,66 ¢ par gallon aux États-Unis, à 6,90 ¢ CA par litre au Canada et à 9,62 ¢ par litre en Europe. La diminution en Europe est entièrement attribuable à l'impact de la conversion en dollars américains de nos opérations européennes. En devises locales, la marge en Europe a été plus élevée que celle du deuxième trimestre de l'exercice 2015. Le tableau suivant fournit certaines informations relatives aux marges brutes sur le carburant pour le transport routier dégagées par nos sites corporatifs aux États-Unis et à l'impact des frais liés aux modes de paiements électroniques pour les huit derniers trimestres en débutant par le troisième trimestre de l'exercice terminé le 27 avril 2014 :

(en cents US par gallon)

Période de 52 semaines terminée le 11 octobre 2015

Trimestre	T3 2015	T4 2015	T1 2016	T2 2016	Moyenne pondérée
Avant déduction des frais liés aux modes de paiements électroniques	24,93	15,46	18,34	25,66	21,23
Frais liés aux modes de paiements électroniques	4,33	4,12	4,37	4,19	4,26
Déduction faite des frais liés aux modes de paiements électroniques	20,60	11,34	13,97	21,47	16,97

Période de 52 semaines terminée le 12 octobre 2014

Trimestre	T3 2014	T4 2014	T1 2015	T2 2015	Moyenne pondérée
Avant déduction des frais liés aux modes de paiements électroniques	17,02	14,85	23,08	24,17	19,64
Frais liés aux modes de paiements électroniques	4,79	4,98	5,27	5,03	5,00
Déduction faite des frais liés aux modes de paiements électroniques	12,23	9,87	17,81	19,14	14,64

Tel que démontré par le tableau ci-dessus, les marges sur le carburant pour le transport routier aux États-Unis peuvent être volatiles de trimestre en trimestre, mais ont tendance à se stabiliser à plus long terme. Au Canada et en Europe, la volatilité des marges et l'impact des frais liés aux modes de paiements électroniques ne sont pas aussi significatifs.

Pour le premier semestre de l'exercice 2016, la marge brute sur le carburant pour le transport routier a été de 22,01 ¢ par gallon aux États-Unis, de 6,64 ¢ CA par litre au Canada et de 9,61 ¢ par litre en Europe. Tout comme pour le deuxième trimestre, la diminution de la marge en Europe est entièrement attribuable à l'impact de la conversion en dollars américains de nos opérations européennes.

Frais d'exploitation, de vente, administratifs et généraux

Pour le deuxième trimestre et le premier semestre de l'exercice 2016, les frais d'exploitation, de vente, administratifs et généraux sont en hausse de 14,8 % et de 13,1 %, respectivement, par rapport aux périodes comparables de l'exercice 2015 mais ont augmenté de seulement 2,8 % et 1,6 %, respectivement, si l'on exclut certains éléments, tels que présentés dans le tableau suivant :

	Période de 12 semaines terminée le 11 octobre 2015	Période de 24 semaines terminée le 11 octobre 2015
Variation totale, telle que publiée	14,8 %	13,1 %
Soustraire:		
Augmentation provenant des dépenses additionnelles liées aux acquisitions	22,4 %	22,4 %
Diminution générée par l'effet net de la conversion de devises	(8,5 %)	(8,5 %)
Diminution provenant de la cession des activités de vente de carburant pour l'aviation	(2,2 %)	(2,2 %)
Augmentation provenant de dépenses non récurrentes d'intégration et de déploiement de notre marque mondiale	1,1 %	0,6 %
Diminution générée par la baisse des frais liés aux modes de paiements électroniques, excluant les acquisitions	(0,8 %)	(0,8 %)
Frais d'acquisition enregistrés aux résultats de l'exercice 2016	0,1 %	0,1 %
Frais d'acquisition enregistrés aux résultats de l'exercice 2015	(0,1 %)	(0,1 %)
Variation restante	2,8 %	1,6 %

Durant le trimestre, nous avons encouru des dépenses significatives afin de supporter le développement, le dévoilement et le déploiement de notre nouvelle marque mondiale et pour l'intégration continue de nos réseaux de magasins Nord-Américains et Européens. Nous croyons que ces investissements représentent un levier de croissance future et qu'ils contribueront à la gestion des coûts, incluant la réalisation de synergies additionnelles. La variation restante des dépenses est principalement attribuable à l'inflation normale, à la hausse de nos dépenses afin de supporter notre forte croissance organique ainsi qu'au niveau de dépenses plus important des magasins récemment construits, ces derniers ayant généralement une plus grande superficie que la moyenne de notre réseau existant. De plus, au cours du trimestre, nous avons enregistré des pertes sur disposition d'actifs plus importantes qu'à l'habitude, principalement dues au remplacement d'équipement dans les magasins de The Pantry et à la fermeture de magasins dont le rendement n'était pas à la hauteur de nos attentes. Nous continuons de favoriser un contrôle strict des coûts dans l'ensemble de notre organisation, tout en maintenant la qualité du service que nous offrons à nos clients.

Bénéfice avant intérêts, impôts, amortissement et perte de valeur (BAIIA) et BAIIA ajusté

Le BAIIA du deuxième trimestre de l'exercice 2016 a augmenté de 34,7 % comparativement à la période comparable de l'exercice précédent, pour atteindre 694,0 millions \$.

En excluant du BAIIA du second trimestre de l'exercice 2016 le gain net préliminaire sur la cession des activités de vente de lubrifiants et les dépenses non-récurrentes d'intégration et d'implantation de notre nouvelle marque mondiale, le BAIIA ajusté du deuxième trimestre de l'exercice 2016 a augmenté de 140,1 millions \$ ou 27,2 % comparativement à la période comparable de l'exercice précédent. Déduction faite des frais d'acquisition enregistrés aux résultats, les acquisitions ont contribué pour approximativement 81,0 millions \$ au BAIIA ajusté, tandis que la variation du taux de change a eu un impact net négatif d'approximativement 45,0 millions \$.

En excluant les mêmes éléments du BAIIA du premier semestre de l'exercice 2016 et en excluant le goodwill négatif du BAIIA du premier semestre de l'exercice 2015, le BAIIA ajusté du premier semestre de l'exercice 2016 a augmenté de 191,9 millions \$ ou 19,0 % comparativement à la période comparable de l'exercice précédent, pour atteindre 1 203,2 millions \$. Déduction faite des frais d'acquisition enregistrés aux résultats, la contribution des acquisitions au BAIIA ajusté a été d'approximativement 147,0 millions \$, tandis que la variation du taux de change a eu un impact net négatif d'approximativement 87,0 millions \$.

Il est à noter que le BAIIA et le BAIIA ajusté ne constituent pas des mesures de performance reconnues selon les IFRS, mais nous les utilisons, ainsi que les investisseurs et les analystes, afin d'évaluer la performance de l'entreprise en matière de finance et d'exploitation. Notons que notre méthode de calcul peut différer de celle utilisée par d'autres sociétés publiques :

(en millions de dollars américains)	Période de 12 semaines terminée le		Période de 24 semaines terminée le	
	11 octobre 2015	12 octobre 2014	11 octobre 2015	12 octobre 2014
Bénéfice net, tel que publié	415,7	286,4	713,5	555,9
Rajouter :				
Impôts sur les bénéfices	115,5	87,4	208,6	157,9
Frais de financement nets	25,2	18,6	42,3	48,6
Amortissement et perte de valeur des immobilisations corporelles et incorporelles et des autres actifs	137,6	122,7	277,6	249,4
BAIIA	694,0	515,1	1 242,0	1 011,8
Enlever :				
Gain net préliminaire sur la cession des activités de vente de lubrifiants	47,4	-	47,4	-
Dépenses non-récurrentes d'intégration et dépenses d'implantation de la nouvelle marque mondiale	(8,6)	-	(8,6)	-
Goodwill négatif	-	-	-	0,5
BAIIA ajusté	655,2	515,1	1 203,2	1 011,3

Amortissement et perte de valeur des immobilisations corporelles et incorporelles et des autres actifs

Pour le deuxième trimestre et le premier semestre de l'exercice 2016, la dépense d'amortissement et de perte de valeur a augmenté de 14,9 millions \$ et de 28,2 millions \$, respectivement, en raison des investissements que nous avons effectués par le biais des acquisitions, du remplacement d'équipements, de l'ajout de magasins et de l'amélioration continue de notre réseau, contrebalancés, en partie, par l'effet négatif net de la conversion en dollars américains de nos opérations canadiennes et européennes. La dépense d'amortissement du trimestre a aussi été affectée par l'accélération de l'amortissement de certains actifs des magasins de The Pantry, en lien avec le remplacement et la modernisation prévus de certains équipements existants de ces magasins.

Débutant au troisième trimestre de l'exercice 2016, nous nous attendons aussi à une augmentation de la dépense d'amortissement trimestrielle en lien avec notre projet de marque mondiale.

Frais de financement nets

Le deuxième trimestre de l'exercice 2016 affiche des frais de financement nets de 25,2 millions \$, une augmentation de 6,6 millions \$ comparativement au deuxième trimestre de l'exercice 2015. Abstraction faite des pertes de change nettes de 1,9 million \$ et de 0,9 million \$ enregistrées au deuxième trimestre de l'exercice 2016 et au deuxième trimestre de l'exercice 2015, respectivement, l'augmentation des frais de financement nets est de 5,6 millions \$. Cette augmentation provient principalement de la hausse de notre dette à long terme découlant du financement de l'acquisition de The Pantry et de la prise en charge de ses obligations en vertu de contrats de location financement, partiellement contrebalancée par la diminution du solde moyen de notre dette suite aux remboursements effectués sur notre crédit d'exploitation et notre facilité d'acquisition au cours des exercices 2015 et 2016. La perte de change nette de 1,9 million \$ provient essentiellement de l'impact de variation de change sur certains soldes bancaires.

Le premier semestre de l'exercice 2016 affiche des frais de financement nets de 42,3 millions \$, une diminution de 6,3 millions \$ comparativement au premier semestre de l'exercice 2015. Abstraction faite du gain de change net de 4,9 millions \$ du premier semestre de l'exercice 2016 et de la perte de change nette de 9,6 millions \$ du premier semestre de l'exercice 2015, les frais de financement nets ont augmenté de 8,2 millions \$. Cette augmentation est principalement expliquée par des raisons similaires à celles du deuxième trimestre. Le gain de change net de 4,9 millions \$ provient essentiellement de l'impact de variation de change sur certains soldes bancaires.

Impôts sur les bénéfices

Le deuxième trimestre de l'exercice 2016 affiche un taux d'impôt de 21,7 %. Le taux d'impôt du trimestre a été affecté à la baisse par le gain net préliminaire sur la cession des activités de vente de lubrifiants puisqu'une portion importante du gain n'est pas imposable. En excluant l'effet de cette transaction, nous estimons que le taux d'impôt du deuxième trimestre aurait été d'approximativement 24,2 %. Pour le premier semestre de l'exercice 2016, le taux d'impôt a été de 22,6 % alors qu'il aurait été de 24,1 % en excluant l'impact de la transaction de cession des activités de vente de lubrifiants.

Bénéfice net

Nous avons clôturé le deuxième trimestre de l'exercice 2016 avec un bénéfice net de 415,7 millions \$, comparativement à 286,4 millions \$ pour le deuxième trimestre de l'exercice précédent. Le bénéfice par action sur une base diluée s'est quant à lui chiffré à 0,73 \$ contre 0,50 \$ pour le deuxième trimestre de l'exercice précédent. L'effet net négatif découlant de la conversion en dollars américains des revenus et dépenses de nos opérations canadiennes et européennes s'est élevé à approximativement 22,0 millions \$ au deuxième trimestre de l'exercice 2016.

En excluant des résultats du deuxième trimestre de l'exercice 2016 la perte de change nette, le gain net préliminaire sur la cession des activités de vente de lubrifiants, les dépenses non-récurrentes d'intégration et d'implantation de notre nouvelle marque mondiale ainsi que les frais d'acquisition, et en excluant des résultats du deuxième trimestre de l'exercice 2015 la dépense d'impôt non-récurrente, la perte de change nette ainsi que les frais d'acquisitions, le bénéfice net de ce trimestre aurait été d'approximativement 375,0 millions \$, contre 313,0 millions \$ pour le trimestre comparable de l'exercice précédent, une augmentation de 62,0 millions \$ ou 19,8 %. Les résultats ajustés par action sur une base diluée auraient été de 0,66 \$ pour le deuxième trimestre de l'exercice 2016, comparativement à 0,55 \$ pour le trimestre comparatif de l'exercice 2015, une augmentation de 20,0 %.

Le premier semestre de l'exercice 2016 affiche un bénéfice net de 713,5 millions \$, comparativement à 555,9 millions \$ pour le semestre correspondant de l'exercice précédent, en hausse de 157,6 millions \$, ou 28,4 %. Le bénéfice par action sur une base diluée s'est quant à lui chiffré à 1,25 \$ contre 0,98 \$ l'an dernier, soit une augmentation de 27,6 %.

En excluant des résultats du premier semestre de l'exercice 2016 le gain de change net, le gain net préliminaire sur la cession des activités de vente de lubrifiants, les dépenses non-récurrentes d'intégration et d'implantation de notre nouvelle marque mondiale ainsi que les frais d'acquisition et en excluant des résultats du premier semestre de l'exercice 2015 la charge d'impôts non-récurrente, le goodwill négatif, la perte de change nette ainsi que les frais d'acquisition, le bénéfice net pour le premier semestre de 2016 aurait été d'approximativement 667,0 millions \$, une augmentation de 78,0 millions \$, ou 13,2 %, tandis que le bénéfice par action sur une base diluée se serait chiffré à environ 1,17 \$ contre 1,04 \$ l'année précédente, une augmentation de 12,5 %.

Le tableau suivant concilie le bénéfice net publié au bénéfice net ajusté :

(en millions de dollars américains)	Période de 12 semaines terminée le		Période de 24 semaines terminée le	
	11 octobre 2015	12 octobre 2014	11 octobre 2015	12 octobre 2014
Bénéfice net, tel que publié	415,7	286,4	713,5	555,9
Soustraire:				
Gain (perte) de change net(te)	(1,9)	(0,9)	4,9	(9,6)
Frais d'acquisition	(0,8)	(1,0)	(1,4)	(1,2)
Goodwill négatif	-	-	-	0,5
Gain net préliminaire sur la cession des activités de vente de lubrifiants	47,4	-	47,4	-
Dépenses non-récurrentes d'intégration et dépenses d'implantation de la nouvelle marque mondiale	(8,6)	-	(8,6)	-
Dépense d'impôt non-récurrente	-	(25,7)	-	(25,7)
Impôt relatif aux items ci-dessus et arrondissements	4,6	1,0	4,2	2,9
Bénéfice net ajusté	375,0	313,0	667,0	589,0

Situation financière au 11 octobre 2015

Tels que le démontrent nos ratios d'endettement inclus à la section « Analyse sommaire des résultats consolidés pour le deuxième trimestre et premier semestre de l'exercice 2016 » ainsi que nos rentrées de fonds nettes liées à nos activités d'exploitation, nous disposons d'une excellente santé financière.

Notre actif total consolidé totalisait 11,0 milliards \$ au 11 octobre 2015, une augmentation de 38,5 millions \$ par rapport au solde en date du 26 avril 2015. Il n'y a eu aucune variation significative de notre bilan comparativement à l'exercice terminé le 26 avril 2015. Il importe de souligner que nous avons ajusté le bilan consolidé au 26 avril 2015 afin de refléter les ajustements effectués à l'allocation du prix d'achat de l'acquisition de The Pantry.

Au cours de la période de 52 semaines terminée le 11 octobre 2015, nous avons enregistré un rendement des capitaux employés de 17,5 %¹.

Capitaux propres

Les capitaux propres se sont établis à 4,7 milliards \$ au 11 octobre 2015, une augmentation de 803,6 millions \$ par rapport au solde en date du 26 avril 2015, en grande partie attribuable au bénéfice net et aux autres éléments du résultat global du deuxième trimestre de l'exercice 2016 contrebalancés, en partie, par les dividendes déclarés. Durant la période de 52 semaines terminée le 11 octobre 2015, nous avons enregistré un rendement sur les capitaux propres de 24,6 %².

Situation de trésorerie et sources de financement

Nos sources de liquidités demeurent inchangées par rapport à l'exercice terminé le 26 avril 2015. Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter notre rapport annuel 2015. Pour ce qui est de nos dépenses en immobilisations, des acquisitions et des dividendes payés au cours du deuxième trimestre de l'exercice 2016, ils ont été financés à même notre trésorerie disponible. Nous prévoyons que nos rentrées de fonds nettes liées aux activités d'exploitation et nos emprunts disponibles en vertu de nos facilités de crédit renouvelables non garanties couvriront nos besoins en liquidités dans un avenir prévisible.

Nos facilités de crédits renouvelables se détaillent comme suit :

¹ Ce ratio est présenté à titre d'information seulement et représente une mesure de la performance surtout utilisée par les milieux financiers. Il représente le calcul suivant : le bénéfice avant impôt et intérêts divisé par les capitaux employés moyens. Les capitaux employés représentent l'actif total moins le passif à court terme ne portant pas intérêts. Il n'a pas de sens normalisé prescrit par les IFRS et ne pourrait donc être comparé à des mesures du même type présentées par d'autres sociétés publiques. Ce ratio est présenté sur une base pro forma et inclut les résultats de Couche-Tard pour le premier semestre de l'exercice 2016 et les deux derniers trimestres de l'exercice 2015 et les résultats de The Pantry pour la période de 52 semaines terminée le 11 octobre 2015, ajustées afin de répondre aux exigences des conventions comptables de la société. Considérant la date de clôture ainsi que la taille de la transaction, la société n'a pas terminé son appréciation de la juste valeur des actifs acquis, des passifs pris en charge et du goodwill. Ainsi, le ratio pro forma n'a pas été ajusté pour tenir compte des ajustements de justes valeurs.

² Ce ratio est présenté à titre d'information seulement et représente une mesure de la performance surtout utilisée par les milieux financiers. Il représente le calcul suivant : le bénéfice net divisé par l'avoir des actionnaires moyen. Il n'a pas de sens normalisé prescrit par les IFRS et ne pourrait donc être comparé à des mesures du même type présentées par d'autres sociétés publiques. Ce ratio est présenté sur une base pro forma et inclut les résultats de Couche-Tard pour le premier semestre de l'exercice 2016 et les deux derniers trimestres de l'exercice 2015 et les résultats de The Pantry pour la période de 52 semaines terminée le 11 octobre 2015, ajustées afin de répondre aux exigences des conventions comptables de la société. Considérant la date de clôture ainsi que la taille de la transaction, la société n'a pas terminé son appréciation de la juste valeur des actifs acquis, des passifs pris en charge et du goodwill. Ainsi, le ratio pro forma n'a pas été ajusté pour tenir compte des ajustements de justes valeurs.

Crédit d'exploitation D à terme renouvelable non garanti en dollars américains, échéant en décembre 2019 (« crédit d'exploitation D »)

Entente de crédit consistant en une facilité de crédit renouvelable non garantie d'un montant maximal de 2 525,0 millions \$. Le 20 novembre 2015, subséquemment à la fin du trimestre, nous avons amendé notre crédit d'exploitation D pour en prolonger l'échéance jusqu'en décembre 2019. Aucune autre condition n'a changé significativement. En date du 11 octobre 2015, notre crédit d'exploitation D était utilisé à hauteur de 484,5 millions \$. À cette même date, le taux d'intérêt effectif était de 1,25 % et des lettres de garantie de 3,0 millions \$ CA et de 54,6 millions \$ étaient en circulation.

Crédit d'exploitation E à terme renouvelable non garanti, échéant en décembre 2016 (« crédit d'exploitation E »)

Entente de crédit d'un montant initial maximal de 50,0 millions \$ et d'une durée initiale de 50 mois. La facilité de crédit est disponible sous la forme d'un crédit d'exploitation renouvelable non garanti, disponible en dollars américains. Les sommes empruntées, s'il y en a, portent intérêt à des taux variables fondés sur le taux de base bancaire américain ou le taux LIBOR plus une marge variable. Au 11 octobre 2015, le crédit d'exploitation E était inutilisé.

Situation de trésorerie

Au 11 octobre 2015, un montant d'approximativement 2,0 milliards \$ était disponible en vertu de nos facilités de crédit et, à cette même date, nous étions en conformité avec les clauses restrictives et les ratios imposés par les conventions de crédit. À pareille date, nous avons donc accès à plus de 2,5 milliards \$ en vertu de notre encaisse et de nos facilités de crédit d'exploitation renouvelables non garanties disponibles.

Données choisies sur les flux de trésorerie consolidés

	Période de 12 semaines terminée le			Période de 24 semaines terminée le		
	11 octobre 2015	12 octobre 2014	Variation	11 octobre 2015	12 octobre 2014	Variation
(en millions de dollars US)						
Activités d'exploitation						
Rentrées de fonds nettes liées aux activités d'exploitation	611,1	541,4	69,7	1 011,2	892,7	118,5
Activités d'investissement						
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles et d'autres actifs, déduction faite des produits de cessions d'immobilisations corporelles et d'autres actifs	(165,3)	(101,8)	(63,5)	(231,1)	(156,1)	(75,0)
Produit tiré de la cession des activités de vente de lubrifiants	81,0	-	81,0	81,0	-	81,0
Acquisitions d'entreprises	(23,1)	(123,9)	100,8	(110,1)	(155,7)	45,6
Autres	1,2	-	1,2	0,6	(0,3)	0,9
Sorties de fonds nettes liées aux activités d'investissement	(106,2)	(225,7)	119,5	(259,6)	(312,1)	52,5
Activités de financement						
(Diminution) augmentation nette du crédit d'exploitation à terme renouvelable non garanti libellé en dollars américains	(765,6)	(65,0)	(700,6)	(1 352,7)	115,0	(1 467,7)
Émission de billets de premier rang non garantis libellés en dollars canadiens déduction faite des frais de financement	-	-	-	568,6	-	568,6
Remboursement d'emprunts en vertu de la facilité de crédit non renouvelable non garantie d'acquisition	-	(195,0)	195,0	-	(555,0)	555,0
Diminution nette des autres emprunts	(3,1)	(4,6)	1,5	(7,9)	(9,6)	1,7
Dividendes versés en trésorerie	(47,1)	(44,1)	(3,0)	(47,1)	(44,1)	(3,0)
Rachat de la part des actionnaires sans contrôle	(11,8)	-	(11,8)	(11,8)	-	(11,8)
Émission d'actions résultant de la levée d'options d'achat d'actions	0,2	-	0,2	0,2	-	0,2
Sorties de fonds nettes liées aux activités de financement	(827,4)	(308,7)	(518,7)	(850,7)	(493,7)	(357,0)
Cote de crédit						
Standard and Poor's – Cote de crédit corporative				BBB	BBB-	
Moody's – Cote de crédit pour les billets de premier rang non garantis				Baa2	Baa2	

Activités d'exploitation

Au cours du deuxième trimestre de l'exercice 2016, nos opérations ont généré des rentrées de fonds nettes de 611,1 millions \$, une augmentation de 69,7 millions \$ comparativement au deuxième trimestre de l'exercice 2015, alors qu'au cours du premier semestre de l'exercice 2016, nos opérations ont généré des rentrées de fonds nettes de 1 011,2 millions \$, une augmentation de 118,5 millions \$ comparativement au premier semestre de l'exercice 2015. Dans les deux cas, l'augmentation est principalement due au bénéfice net plus élevé.

Activités d'investissement

Au cours du deuxième trimestre de l'exercice 2016, les activités d'investissement sont principalement reliées aux acquisitions nettes d'immobilisations corporelles et incorporelles et autres actifs pour un montant de 165,3 millions \$ ainsi qu'aux

acquisitions pour un montant de 23,1 millions \$. Ces éléments ont été contrebalancés en partie par le produit de disposition net tiré de la cession des activités de vente de lubrifiants, pour un montant de 81,0 millions \$.

Depuis le début de l'exercice 2016, les activités d'investissement sont principalement reliées aux dépenses nettes en immobilisations corporelles et incorporelles et autres actifs pour un montant de 231,1 millions \$ ainsi qu'aux acquisitions pour un montant de 110,1 millions \$. Ces éléments ont été contrebalancés en partie par le produit de disposition net tiré de la cession des activités de vente de lubrifiants, pour un montant de 81,0 millions \$.

Nos dépenses nettes en immobilisations corporelles et incorporelles et autres actifs ont principalement résulté du remplacement d'équipements dans certains magasins afin d'améliorer l'offre de produits et services, de l'ajout de nouveaux magasins, de l'amélioration continue de notre réseau ainsi que de nos investissements pour les technologies de l'information.

Activités de financement

Au cours du deuxième trimestre de l'exercice 2016, nous avons remboursé un montant de 765,6 millions \$ sur notre crédit d'exploitation D par le biais de notre encaisse disponible. Nous avons aussi versé un dividende de 47,1 millions \$ et racheté la part des actionnaires sans contrôle dans Circle K Asia pour une contrepartie en argent de 11,8 millions \$.

Au cours du premier semestre de l'exercice 2016, nous avons remboursé un montant total de 1,4 milliard \$ sur notre crédit d'exploitation D en utilisant le produit net de 568,6 millions \$ résultant de l'émission de billets de premier rang non garantis libellés en dollars canadiens et de notre encaisse disponible. Nous avons aussi versé un dividende de 47,1 millions \$ et racheté la part des actionnaires sans contrôle dans Circle K Asia pour une contrepartie en argent de 11,8 millions \$.

Engagements contractuels et commerciaux

Il n'est survenu aucun changement majeur au niveau de nos engagements contractuels et commerciaux au cours de la période de 24 semaines terminée le 11 octobre 2015. Pour plus d'informations, veuillez consulter notre rapport annuel 2015.

Contrôle interne à l'égard de l'information financière

Aucun changement n'a été apporté à nos contrôles internes à l'égard de l'information financière durant la période de 24 semaines terminée le 11 octobre 2015 qui a eu ou dont on peut raisonnablement penser qu'il aura une incidence importante sur le contrôle interne à l'égard de l'information financière.

Tel que mentionné dans le rapport annuel 2015, nous avons exclu de notre évaluation de l'efficacité du contrôle interne à l'égard de l'information financière les contrôles internes de The Pantry. La contrainte est principalement due au temps requis afin d'évaluer les contrôles internes à l'égard de l'information financière de The Pantry, acquis le 16 mars 2015, et afin de s'assurer qu'ils sont cohérents avec les nôtres, tel que permis par le règlement 52-109 des Autorités canadiennes en valeurs mobilières, pour une période de 365 jours suivant une acquisition. Nous nous attendons à finaliser notre évaluation d'ici la fin de l'exercice 2016.

Les résultats de The Pantry depuis la date d'acquisition sont inclus dans nos états financiers consolidés et représentent environ 18,0 % du total des actifs consolidés au 11 octobre 2015, environ 18,0 % du chiffre d'affaires consolidé et 6,0 % du bénéfice net consolidé pour la période de 24 semaines terminée à cette date.

Principales informations financières trimestrielles

Notre cycle de présentation de l'information de 52 semaines se divise en trimestres de 12 semaines chacun, à l'exception du troisième trimestre qui comporte 16 semaines. Lorsqu'un exercice comme celui de 2017 comprend 53 semaines, le quatrième trimestre compte 13 semaines. Les principales informations financières consolidées tirées de nos états financiers consolidés intermédiaires pour chacun des huit derniers trimestres figurent dans le tableau ci-après.

(En millions de dollars US, sauf les montants par action)	Période de 24 semaines terminée le 11 octobre 2015		Période de 52 semaines terminée le 26 avril 2015				Extrait de la période de 52 semaines terminée le 27 avril 2014	
	2 ^e	1 ^{er}	4 ^e	3 ^e	2 ^e	1 ^{er}	4 ^e	3 ^e
	12 semaines	12 semaines	12 semaines	16 semaines	12 semaines	12 semaines	12 semaines	16 semaines
	12 semaines	12 semaines	12 semaines	16 semaines	12 semaines	12 semaines	12 semaines	16 semaines
Chiffre d'affaires	8 436,8	8 979,6	7 285,5	9 107,8	8 946,3	9 190,3	8 954,1	11 094,6
Bénéfice d'exploitation avant amortissement et perte de valeur des immobilisations corporelles et incorporelles et des autres actifs	685,8	541,5	314,7	536,8	510,0	492,0	296,3	420,5
Amortissement et perte de valeur des immobilisations corporelles et incorporelles et des autres actifs	137,6	140,0	128,6	152,4	122,7	126,7	142,0	186,0
Bénéfice d'exploitation	548,2	401,5	186,1	384,4	387,3	365,3	154,3	234,5
Quote-part des résultats de coentreprises et d'entreprises associées comptabilisées selon la méthode de la mise en équivalence	8,2	6,5	4,4	7,7	5,1	4,7	3,9	4,6
Frais de financement nets	25,2	17,1	15,6	41,2	18,6	30,0	26,9	21,8
Bénéfice net	415,7	297,8	129,5	248,1	286,4	269,5	145,1	182,3
Bénéfice net par action								
De base	0,73 \$	0,52 \$	0,23 \$	0,44 \$	0,51 \$	0,48 \$	0,26 \$	0,32 \$
Dilué	0,73 \$	0,52 \$	0,23 \$	0,44 \$	0,50 \$	0,47 \$	0,25 \$	0,32 \$

La volatilité des marges brutes sur le carburant, principalement aux États-Unis, ainsi que la saisonnalité ont un effet sur les variations du bénéfice net trimestriel. Ceci étant dit, notre bénéfice d'exploitation provient en majeure partie de la vente de marchandises et services.

Perspectives

D'ici la fin de l'exercice 2016, nous comptons poursuivre l'intégration des magasins de The Pantry dans notre réseau et nos efforts visant la matérialisation des synergies qui s'y rattachent tout en poursuivant notre travail de création de valeur en Europe. Nous allons aussi continuer à travailler à l'amélioration et à l'élargissement de notre réseau, incluant la construction de nouveaux magasins et la relocalisation et la reconstruction de magasins existants. De plus, nous avons l'intention de continuer à porter une attention continue à nos ventes, à nos conditions d'approvisionnement ainsi qu'à nos frais d'exploitation tout en gardant un œil attentif sur les occasions de croissance qui pourraient s'offrir.

Nous travaillerons aussi à l'intégration de Circle K^{MD}, notre nouvelle marque mondiale d'accommodation, à travers l'Amérique du Nord, l'Europe ainsi que dans l'ensemble de notre réseau international de magasins licenciés. Nous entreprenons un périple visant à rendre simple, pour nos clients actuels et futurs, le choix de Circle K comme marque préférée pour l'achat de carburant et de marchandises dans plus de pays que jamais, avec une nouvelle identité visuelle, une nouvelle expérience client et des produits encore mieux adaptés pour les gens pressés, toujours combinés à un service rapide et chaleureux en tout temps.

Enfin, comme par le passé, nous porterons une attention toute particulière à la diminution de notre niveau d'endettement afin de continuer à améliorer notre flexibilité financière et la qualité de notre cote de crédit, nous permettant ainsi d'être adéquatement positionnés afin de profiter des opportunités d'acquisition qui pourraient survenir.

Le 24 novembre 2015