



Présentation de la direction

Juin 2021

La présente présentation est datée du 11 juin 2021. Une version modifiée du prospectus provisoire de base – RFPV datée du 10 juin 2021 (le « prospectus provisoire ») contenant de l'information importante au sujet des titres décrits dans la présente présentation a été déposé auprès de l'autorité en valeurs mobilières de chacune des provinces et de chacun des territoires du Canada. Un exemplaire du prospectus provisoire et de ses modifications doit être transmis avec le présent document. Le prospectus provisoire est susceptible d'être complété. Aucune souscription ou offre d'achat de titres ne peut être acceptée avant le visa du prospectus définitif de base – RFPV. Le présent document ne révèle pas de façon complète tous les faits importants relatifs aux titres offerts. Il est recommandé aux investisseurs de lire le prospectus provisoire, le prospectus définitif de base – RFPV, le prospectus avec supplément – RFPV et toutes leurs modifications pour obtenir l'information relative à ces faits, particulièrement les facteurs de risque liés aux titres offerts, avant de prendre une décision d'investissement.

Les investisseurs éventuels ne devraient se fier qu'aux renseignements contenus dans la version modifiée du prospectus provisoire. La présente présentation est donnée entièrement sous réserve, et doit être lue à la lumière, des renseignements figurant dans la version modifiée du prospectus provisoire. Ni Pet Valu Holdings Ltd. (la « Société », « Pet Valu », « notre », « nos » ou « nous ») ni les preneurs fermes dans le cadre du placement (collectivement, les « preneurs fermes ») n'ont autorisé quiconque à fournir aux investisseurs éventuels des renseignements différents ou d'autres renseignements que ceux qui figurent dans la version modifiée du prospectus provisoire. Les renseignements figurant au www.petvalu.ca ne sont pas censés être inclus dans la présente présentation, et les investisseurs éventuels ne devraient pas se fier à ces renseignements lorsqu'ils décident d'investir ou non dans les titres. Les graphiques, les tableaux ou les autres renseignements concernant notre rendement historique, ou le rendement d'autres entités, qui figurent dans la présente présentation ne visent qu'à illustrer le rendement antérieur et ne sont pas nécessairement une indication de notre rendement futur ou de celui de ces entités. La Société et les preneurs fermes n'assument aucune responsabilité quant aux autres renseignements que d'autres personnes pourraient vous fournir et ne donnent aucune garantie quant à la fiabilité de ceux-ci. Aucune autorité en valeurs mobilières ne s'est prononcée sur la qualité des titres décrits dans les présentes. Quiconque donne à entendre le contraire commet une infraction.

Certains termes utilisés dans les présentes qui ne sont pas par ailleurs définis ont le sens qui leur est donné dans la version modifiée du prospectus provisoire.

Les titres décrits dans la version modifiée du prospectus provisoire ne sont offerts que là où l'autorité compétente a accordé son visa; ils ne peuvent être proposés que par des personnes dûment inscrites. Les titres offerts par les présentes n'ont pas été et ne seront pas inscrits en vertu de la loi des États-Unis intitulée *Securities Act of 1933*, en sa version modifiée (la « Loi de 1933 ») ou des lois sur les valeurs mobilières d'un État des États-Unis (au sens attribué à l'expression « United States » dans le *Regulation S* pris en application de la Loi de 1933) (les « États-Unis »), et ils ne peuvent être offerts, vendus ni remis, directement ou indirectement, aux États-Unis, sauf en vertu d'une dispense des obligations d'inscription prévues par la Loi de 1933 et les lois éatiques sur les valeurs mobilières applicables. La présente présentation ne constitue pas une offre visant la vente ni la sollicitation d'une offre visant l'achat de ces titres aux États-Unis.

La présente présentation ne révèle pas de façon complète tous les faits importants relatifs à la Société, à ses titres ou au placement prévu ni ne donne ouverture aux sanctions civiles prévues par la législation en valeurs mobilières applicable pour information fausse ou trompeuse. Les investisseurs éventuels ne devraient pas supposer que les renseignements contenus dans la présente présentation sont exacts à une autre date que celle de la présente présentation ou, s'il est indiqué que les renseignements sont valables à une autre date que celle de la présente présentation, que cette autre date applicable.

À moins d'indication contraire ou sauf indication contraire du contexte, dans la présente présentation, les termes « Société », « Pet Valu », « nous », « notre » et « nos » désignent Pet Valu Holdings Ltd. et, selon le contexte, ses filiales. Toutes les mentions de montants en dollars et les symboles « \$ » et « \$ CA » désignent le dollar canadien, et le symbole « \$ US » désigne le dollar américain.

Mesures non conformes aux IFRS et mesures sectorielles

La présente présentation renvoie à certaines mesures non conformes aux Normes internationales d'information financière (les « IFRS »), soit le « BAIIA », le « BAIIA ajusté », la « marge du BAIIA ajusté », le « BAIIA individuel », la « marge du BAIIA individuel », les « flux de trésorerie disponibles », le « volume unitaire moyen » ou « VUM » et le « rendement en trésorerie ». Ces mesures ne sont pas reconnues par les IFRS et n'ont pas de significations normalisées prescrites par celles-ci; il est donc peu probable qu'elles soient comparables à des mesures semblables utilisées par d'autres entités. La présente présentation renvoie également à certaines mesures de l'exploitation utilisées couramment dans le secteur de la vente au détail, telles que les « magasins à l'échelle du réseau », les « ventes à l'échelle du réseau » et la « croissance des ventes des magasins comparables ». Ces mesures non conformes aux IFRS et ces mesures de l'exploitation du secteur de la vente au détail visent à fournir aux investisseurs d'autres mesures de notre performance opérationnelle et ainsi mettre en lumière les tendances de nos activités de base qui pourraient autrement être plus difficiles à cerner en se fiant uniquement aux mesures conformes aux IFRS. Nous sommes également d'avis que les analystes en valeurs mobilières, les investisseurs et d'autres parties intéressées ont souvent recours à des mesures non conformes aux IFRS et à des mesures du secteur de la vente au détail dans leur évaluation des émetteurs. Notre direction a recours à des mesures non conformes aux IFRS pour faciliter la comparaison de la performance opérationnelle d'une période à l'autre, pour établir les budgets d'exploitation annuels, ainsi que pour déterminer les composantes de la rémunération de la direction. Voir l'annexe de la présente présentation pour obtenir un rapprochement du BAIIA, du BAIIA ajusté et des flux de trésorerie disponibles présentés par la Société avec la mesure conforme aux IFRS la plus proche.

Information prospective

La présente présentation contient de l'« information prospective » et des « énoncés prospectifs » (collectivement, l'« information prospective ») au sens de la législation en valeurs mobilières applicable. L'information prospective peut se rapporter à nos perspectives financières et à nos événements ou résultats prévus et peut comprendre des énoncés relatifs à ce qui suit : notre situation financière, notre stratégie d'entreprise, nos stratégies de croissance, nos marchés potentiels, nos budgets, nos activités, nos résultats financiers, nos taxes et impôts, nos plans et nos objectifs. Notamment, les énoncés portant sur les attentes de la Société quant aux résultats, au rendement, aux réalisations, aux perspectives ou aux occasions futurs ou sur les marchés dans lesquels la Société exerce des activités constituent de l'information prospective. On repère parfois l'information prospective par l'utilisation d'une terminologie de nature prospective comme « planifier », « cibler », « s'attendre à », « ne pas s'attendre à », « devoir », « possibilité », « budget », « prévu », « estimer », « perspective », « prévision », « projection », « stratégie », « avoir l'intention de », « prévoir », « ne pas prévoir », « croire » ou de variations de ces mots ou expressions ou d'autres énoncés au conditionnel ou au futur concernant la prise de certaines mesures, la survenance de certains événements ou l'atteinte de certains résultats. De plus, les énoncés qui portent sur des attentes, des intentions, des projections ou d'autres interprétations de situations ou d'événements futurs contiennent de l'information prospective. Les énoncés qui contiennent de l'information prospective ne traitent pas de faits historiques, mais représentent plutôt les attentes, les estimations et les projections de la direction concernant des situations ou des événements futurs.

L'information prospective est fondée sur nos opinions, nos estimations et nos hypothèses à la lumière de l'expérience et de la perception de notre direction des tendances historiques, de la conjoncture actuelle et des faits nouveaux prévus, ainsi que d'autres facteurs que nous jugeons actuellement appropriés et raisonnables dans les circonstances, et elle est assujettie à des risques et à des incertitudes. Bien que nous soyons d'avis que les hypothèses sous-tendant ces énoncés sont raisonnables, ces hypothèses pourraient se révéler inexactes, et rien ne garantit que les résultats réels correspondront à l'information prospective. La question de savoir si les résultats, le rendement ou les réalisations réels seront conformes aux attentes et aux prévisions de la Société dépend d'un certain nombre d'incertitudes, d'hypothèses, de risques et d'autres facteurs, connus et inconnus.

Lorsque les lecteurs se fient à de l'information prospective pour prendre des décisions, nous leur recommandons de ne pas se fier indûment à l'information prospective, qui comporte des risques et des incertitudes importants et qui ne devrait pas être considérée comme une garantie des rendements ou des résultats futurs ni comme une indication fiable du moment où ces résultats ou ces rendements seront atteints, s'ils le sont. Différents facteurs pourraient faire en sorte que les résultats réels soient différents, possiblement sensiblement différents, des résultats indiqués dans l'information prospective.

Toute l'information prospective figurant dans la présente présentation est présentée expressément sous réserve des mises en garde qui précèdent.

Données sur le marché et le secteur

Les données sur le marché et le secteur présentées dans la présente présentation ont été obtenues de sources tierces, de publications et de rapports sectoriels, de sites Web et d'autres renseignements du domaine public, ainsi que de données sectorielles et autres établies par nous ou pour notre compte, selon la connaissance que la direction a des marchés où nous exerçons des activités, y compris de l'information fournie par des fournisseurs, des partenaires, des clients et d'autres intervenants du secteur.

Nous estimons que les données sur le marché et le secteur présentées dans la présente présentation sont exactes et, pour ce qui est des données établies par nous ou pour notre compte, que les estimations et les hypothèses de la direction sont appropriées et raisonnables à l'heure actuelle, mais rien ne garantit leur exactitude ou leur exhaustivité. L'exactitude et l'exhaustivité des données sur le marché et le secteur présentées dans la présente présentation ne sont pas garanties, et ni nous ni les preneurs fermes ne faisons de déclaration quant à l'exactitude de ces données. Les résultats réels pourraient différer sensiblement de ceux prévus dans ces rapports ou publications, et on peut s'attendre à ce que la possibilité d'écart important s'accroisse à mesure que la période de prévision s'allonge. Bien que nous estimions que ces renseignements sont fiables, ni nous ni les preneurs fermes n'avons vérifié de manière indépendante les données provenant de sources tierces mentionnées dans la présente présentation, n'avons analysé ou vérifié les études ou les enquêtes sur lesquelles ces sources se sont fondées ou auxquelles elles font référence, ni n'avons vérifié les hypothèses de marché, les hypothèses économiques et les autres hypothèses sous-jacentes sur lesquelles ces sources se sont appuyées.

Marques de commerce

Nous sommes propriétaires de diverses marques de commerce et marques de service et de divers noms commerciaux mentionnés dans le présent prospectus ou avons des droits d'utilisation de ceux-ci. Pour des raisons de commodité uniquement, les marques de commerce, les noms commerciaux et le matériel protégé par le droit d'auteur de la Société qui sont mentionnés dans la présente présentation pourraient ne pas être suivis des symboles ^{MC}, ^{MD} ou [®], mais l'absence de ces symboles ne signifie en aucune façon que nous ne revendiquons pas, dans toute la mesure permise par la législation applicable, nos droits à l'égard de ces marques de commerce, noms commerciaux et droits d'auteur. Toutes les autres marques de commerce utilisées dans la présente présentation appartiennent à leurs propriétaires respectifs.



Richard Maltsbarger
Président et chef de la direction



Jim Grady
Chef des finances



Survol de la Société et du secteur



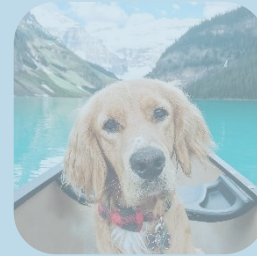
Nos atouts concurrentiels



Nos bilan et plan de croissance



Sommaire du placement



Survol de la Société et du secteur

Notre mission

Être le détaillant pour animaux de compagnie privilégié au Canada et offrir les produits, les soins, l'expertise et les moments mémorables souhaités par les amoureux des animaux de compagnie dévoués... *tant localement en magasin que partout en ligne*

A photograph of a Pet Valu store building. The building has a light-colored, textured facade and large glass windows. A large, dark, rectangular sign is mounted on the upper part of the building. The sign features the text 'pet' in white, 'your pet' in white, and 'valu' in blue. Below 'valu' is the text 'your store' in white. The sign is angled upwards to the right.

pet
your pet • valu
your store

Nos traits caractéristiques...



- 🐾🐾 **Détaillant spécialisé pour animaux de compagnie de premier plan⁽²⁾ le plus important au Canada⁽¹⁾** au sein du secteur des produits pour animaux de compagnie à croissance rapide et résistant à la récession
- 🐾🐾 Offrons des **expériences de quartier** locales assorties d'un **service à la clientèle personnalisé** et de capacités omnicanal
- 🐾🐾 Offrons des **services recherchés** et une **vaste sélection de produits**, dont des **marques du fabricant primées** propres à Pet Valu

1. Source : Google Maps. Packaged Facts, 2015

2. Source : Fusion Analytics, 2020 Canadian Pet Spend Market Share

...sont à l'origine de notre succès

Principal détaillant pour animaux de compagnie au Canada⁽¹⁾

Historique de
45 ans

609 magasins

Plus grand réseau de détaillants spécialisés pour animaux de compagnie⁽²⁾

62 %
de magasins franchisés

1,4 M

de membres actifs du programme de fidélisation⁽³⁾
Panier moyen supérieur de

72 %
au panier des clients non membres

Environ 1,4 M\$

Volume unitaire moyen⁽⁴⁾

+ de 390 \$ de ventes au pied carré⁽⁵⁾

+ de 35 à 70 %
Rendement en trésorerie⁽⁶⁾

Croissance moyenne des ventes des magasins comparables d'environ 10 %

Au cours des cinq dernières années

842 M\$
de ventes à l'échelle du réseau pour l'exercice 2020

648 M\$
de ventes et produits pour l'exercice 2020

144 M\$

BAIIA ajusté pour l'exercice 2020

Environ 9 %
TCAC du BAIIA ajusté sur 3 ans

29 M\$
Résultat net pour l'exercice 2020

1. Source : Fusion Analytics, 2020 Canadian Pet Spend Market Share

2. Source : Google Maps. Packaged Facts, 2015

3. Nombre de membres actifs du programme de fidélisation en fonction des transactions effectuées au cours des 12 derniers mois au 2 janvier 2021

4. Exercice 2020; s'entend des ventes à l'échelle du réseau divisées par le nombre de magasins à l'échelle du réseau ouverts au cours de la période visée

5. Exercice 2020; s'entend de la somme des ventes à l'échelle du réseau provenant des magasins de briques et de mortier identifiés divisée par la somme de la superficie en pieds carrés pour le même groupe de magasins

6. Calculé par la division du BAIIA individuel par la dépense d'investissement totale pour les magasins franchisés et les magasins d'entreprise

7. Le BAIIA ajusté, le volume unitaire moyen, le rendement en trésorerie et le BAIIA individuel sont des mesures non conformes aux IFRS. Se reporter à la diapositive 50 pour un rapprochement du BAIIA ajusté avec le résultat net

8. Les ventes à l'échelle du réseau et la croissance des ventes des magasins comparables sont des mesures de l'exploitation utilisées couramment dans le secteur de la vente au détail

Dépenses constantes liées au secteur des animaux de compagnie dans tous les contextes économiques



Nombre croissant de propriétaires d'animaux de compagnie; environ 64 % des ménages⁽¹⁾

La pandémie de COVID-19 a accentué cette tendance : un grand nombre de propriétaires d'animaux de compagnie au Canada ont adopté un nouvel animal de compagnie, comme en témoigne l'augmentation des dépenses liées aux soins pour animaux de compagnie au Canada de **+10 %** en 2020



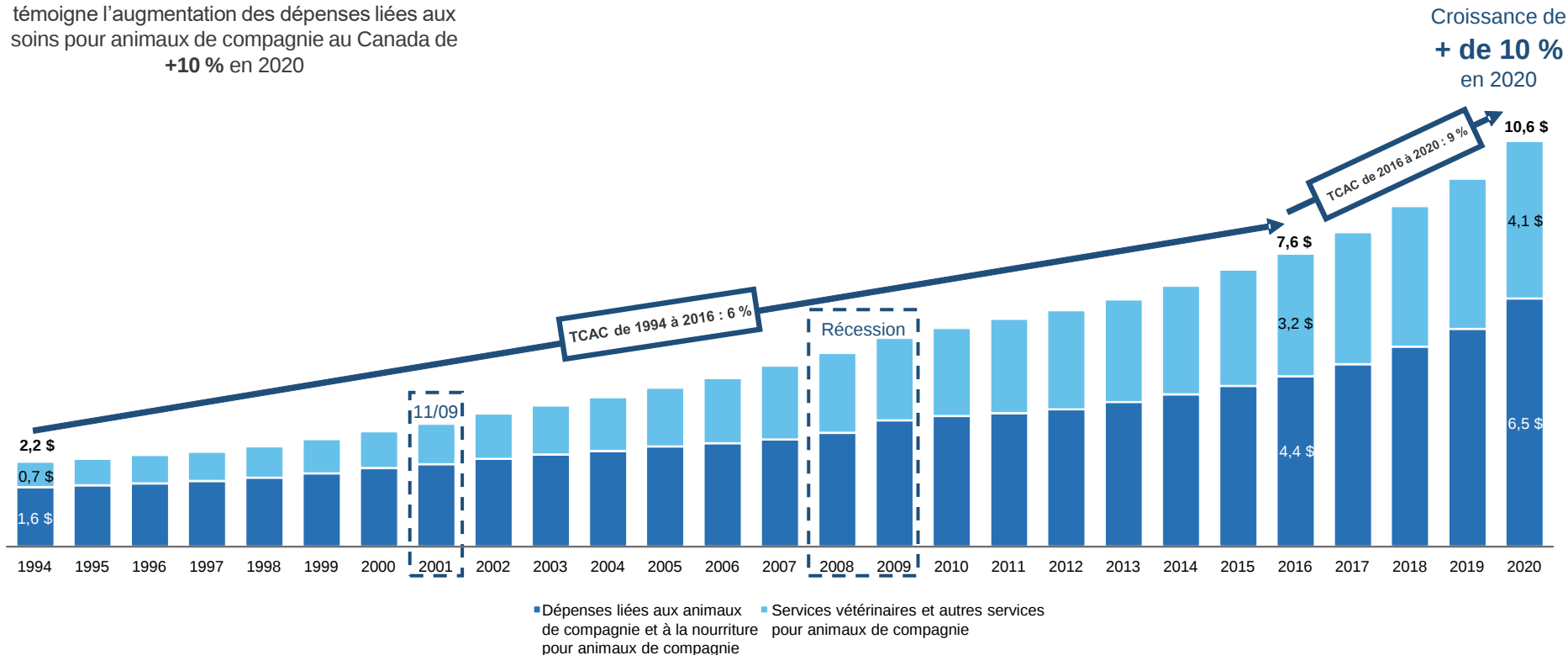
Segment de consommateurs de la plus grande valeur connaissant la croissance la plus rapide

Le segment des amoureux des animaux dévoués a crû et représentait **41 %** des ménages canadiens en 2020 (+6 % depuis 2019)⁽²⁾



Augmentation des dépenses attribuable à l'humanisation des animaux de compagnie

83 % des propriétaires d'animaux de compagnie canadiens considèrent leurs animaux de compagnie comme faisant partie de la famille⁽¹⁾



Note : Chiffres en G\$ CA.

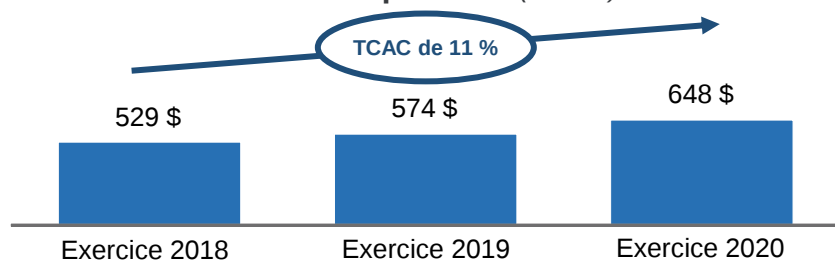
Source : Statistique Canada. Tableau 36-10-0225-01, Dépenses de consommation finale des ménages détaillées, provinciales et territoriales, annuel; dépenses liées au secteur canadien des animaux de compagnie (par catégorie)

1. Fusion Analytics – *State of Union 2020*; 64 % des ménages canadiens sont propriétaires d'au moins un chien ou un chat
2. roundpeg, Étude de consommation, janvier 2021 et étude de consommation, janvier 2019

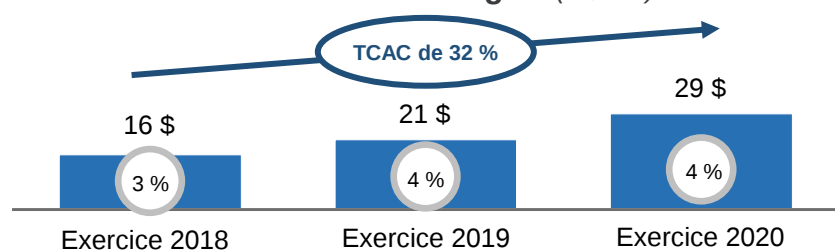
Caractère attrayant de notre profil financier



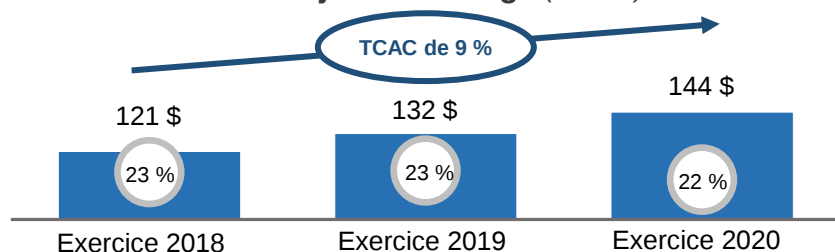
Ventes et produits (M\$ CA)



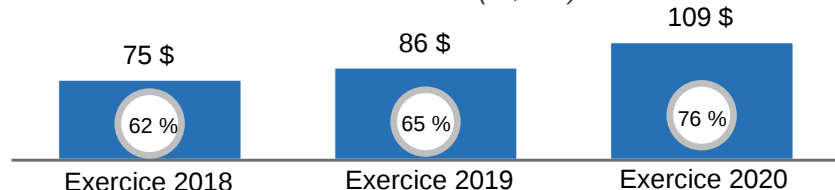
Résultat net et marge⁽¹⁾ (M\$ CA)



BAIIA ajusté et marge (M\$ CA)



Flux de trésorerie disponibles et conversion⁽²⁾ (M\$ CA)



Bilan solide

Croissance des ventes et des produits

Marges solides et stables

Profil des flux de trésorerie disponibles attrayant

Note : Le BAIIA ajusté, la marge du BAIIA ajusté et les flux de trésorerie disponibles sont des mesures non conformes aux IFRS. Se reporter à la diapositive 50 pour un rapprochement du BAIIA ajusté et de la marge du BAIIA ajusté avec le résultat net, mesure conforme aux IFRS. Se reporter à la diapositive 51 pour un rapprochement des flux de trésorerie disponibles

1. La marge du résultat net s'entend du résultat net divisé par le total des ventes et des produits

2. La conversion s'entend des flux de trésorerie disponibles divisés par le BAIIA ajusté pour la période applicable

Notre formule de croissance continue



La croissance future s'appuie sur un secteur des animaux de compagnie résilient et en pleine croissance

**Expansion continue de
notre réseau de magasins**



**Croissance continue des
ventes des magasins
comparables**



**Amélioration de la marge
d'exploitation au moyen
d'initiatives éprouvées**

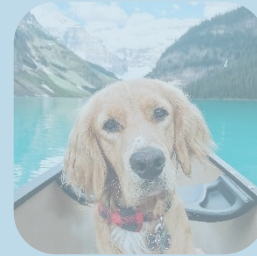
**Entre 25 et 35 nouveaux
magasins au cours de
l'exercice 2021**

**Tirer parti de tendances
à long terme qui ont
toujours été fortes**

**Tirer profit des investissements
récents dans la modernisation
des systèmes**

Note : La croissance des ventes des magasins comparables est une mesure de l'exploitation utilisée couramment dans le secteur de la vente au détail

petvalu
your pet • your store



Nos atouts concurrentiels

Atouts concurrentiels



Chef de file du secteur canadien des animaux de compagnie



Vaste rayonnement auprès des clients, y compris les propriétaires d'animaux de compagnie de la plus grande valeur au Canada



Expérience d'achat au détail locale et accueillante



Fidélisation solide et croissante des clients



Modèle d'exploitation très flexible dominé par les franchises



Référence locale en matière d'animaux de compagnie au Canada dotée d'une forte culture et d'une équipe de direction reconnue

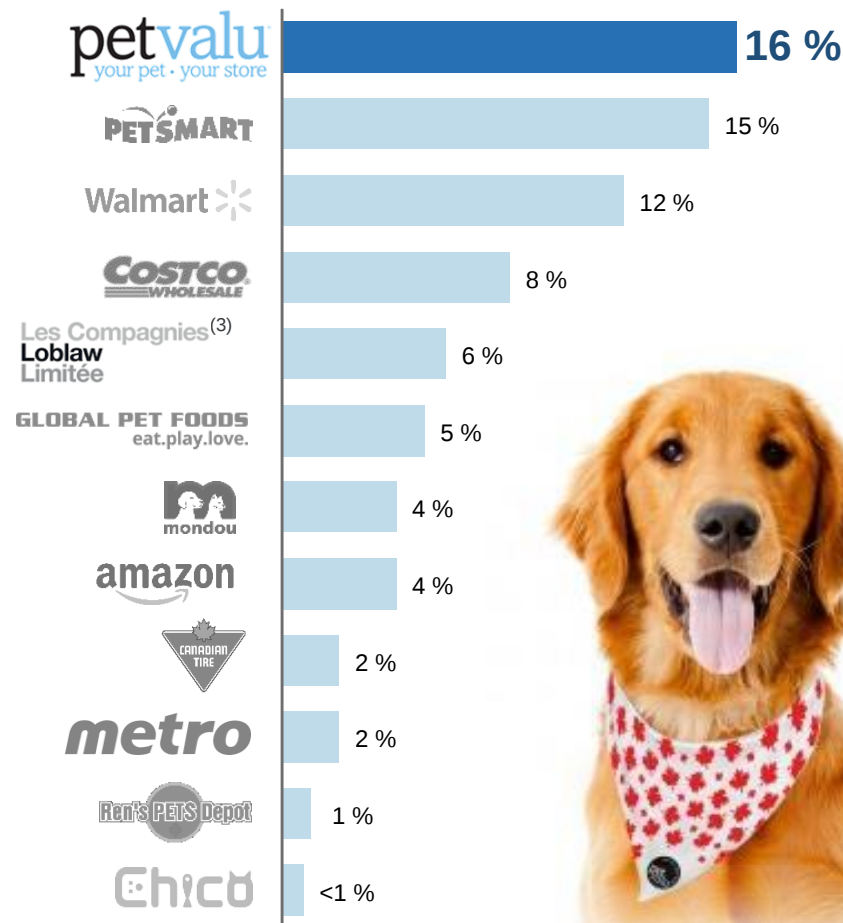


Chef de file du secteur canadien des animaux de compagnie

Premier choix le plus probable lors de l'adoption d'un nouvel animal

- ✓ 1^{re} part de marché
- ✓ Perçu comme un détaillant pour animaux de compagnie **attrayant, digne de confiance et fiable**⁽²⁾
- ✓ Plus du **quadruple** de magasins que le plus proche concurrent⁽⁴⁾
- ✓ **Croissance supérieure à la croissance sectorielle** depuis plus de 5 ans

Part du marché des dépenses liées aux animaux de compagnie au Canada⁽¹⁾

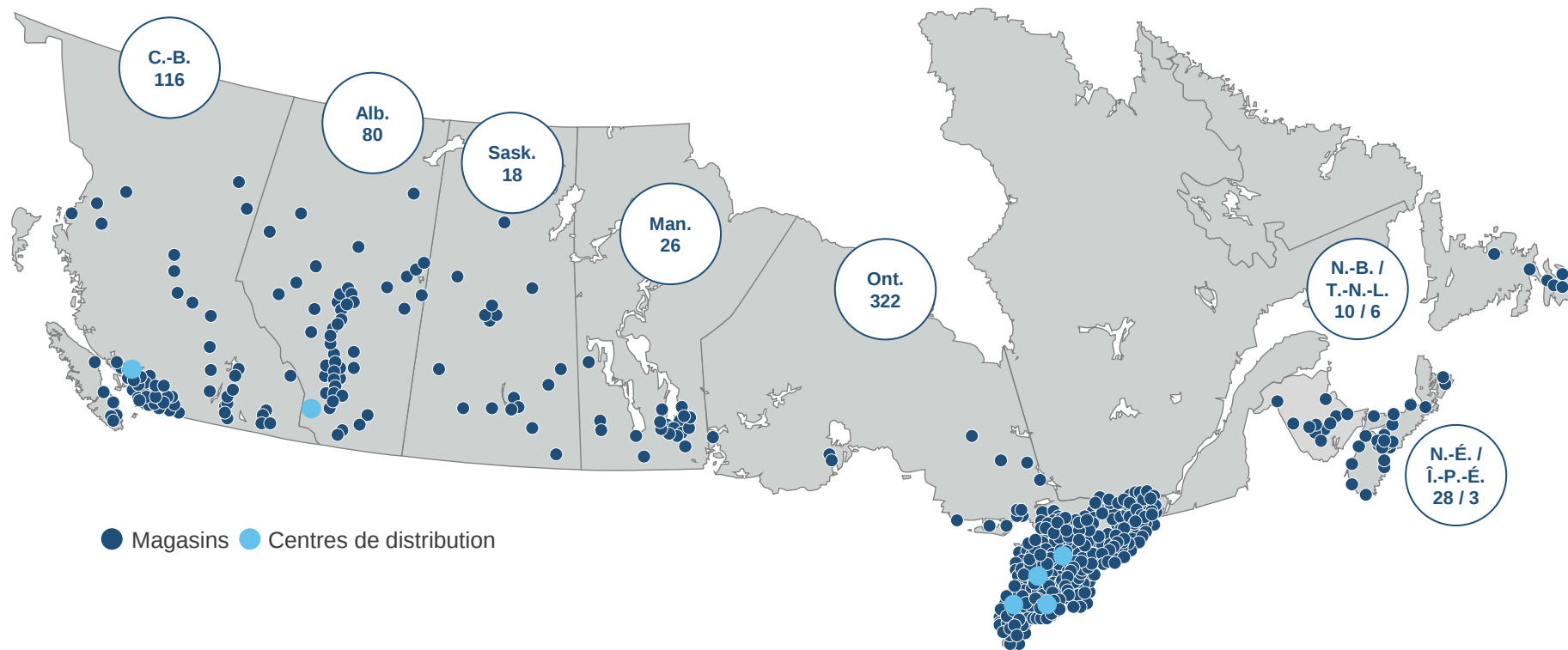


1. Source : Fusion Analytics, 2020 Canadian Pet Spend Market Share
 2. roundpeg, Étude réalisée à la demande de la Société, novembre 2020
 3. Les Compagnies Loblaw Limitée comprennent Loblaws, Great Canadian Superstore et NoFrills.
 4. Comme il est indiqué sur le site Web de PetSmart, en date du 29 mai 2021, PetSmart, le deuxième détaillant spécialisé pour animaux de compagnie en importance au Canada, exploite actuellement 148 magasins au Canada.



Vaste rayonnement auprès des clients, y compris les propriétaires d'animaux de compagnie de la plus grande valeur au Canada

Nos 609 magasins, avec leur rayon de 5 km chacun, rejoignent plus de 60 % de la population canadienne



Le fait de s'adresser aux amoureux des animaux dévoués, combiné à notre portée géographique et à nos produits de qualité, nous donne accès à environ 75 % des propriétaires d'animaux de compagnie canadiens



- 🎯 Mentalité axée sur les animaux
- 🎯 Décisions très éclairées
- 🎯 Segment de consommateurs le plus avisé
- 🎯 Perçoivent leur animal comme un membre de la famille



- 🕒 Plus sensibles aux prix
- 🎯 Recherchent la proximité avec le domicile
- 🎯 Plus susceptibles d'être situés en milieu rural
- 🐾 Perçoivent leur animal comme un animal de compagnie



- 🕒 Axés sur l'image et la perception du public
- 🎯 Désirent un animal en santé et joueur
- 🐾 Recherchent des offres spécialisées et nichées
- 🐾 Perçoivent leur animal comme un accessoire ou un « bébé à fourrure »

(% des propriétaires d'animaux)⁽¹⁾

**Adéquation
avec le
segment**



Part de marché

41 %



**Environ
25 %**



**Environ
10 %**

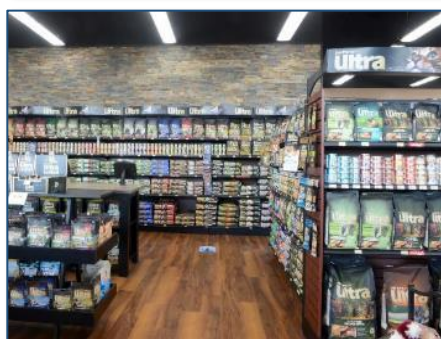
**Environ 75 %
des ménages canadiens
comptant un animal de
compagnie**

1. roundpeg, Étude de consommation, janvier 2021



Expérience d'achat au détail locale et accueillante

Environnements uniques, accueillants et actualisés en magasin qui favorisent les visites en magasin et l'interaction avec les clients

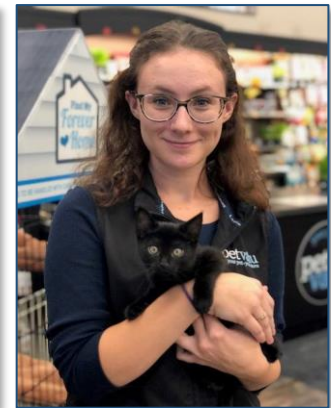


- ✓ *Vous êtes pressés?* Un environnement de magasinage plus petit **permet d'entrer et de sortir rapidement, ce qui facilite le magasinage et le ramassage**
- ✓ *Vous voulez faire le tour ou avez besoin d'aide?* Une ambiance agréable **met en valeur l'éventail de produits et permet l'interaction avec les clients dans les allées**
- ✓ **Améliorations constantes dans l'ensemble du réseau de magasins** par la rénovation, l'agrandissement ou la relocalisation d'établissements de plus de 10 ans

Conseils avisés et empreints de compassion qui favorisent la loyauté des clients



- ✓ Les spécialistes des soins aux animaux (les « SSA ») **avenants** trouvent un équilibre entre sécurité, compassion, expertise et efficacité
 - Nous embauchons des SSA **passionnés des animaux**
 - Nous donnons une **formation rigoureuse de plus de 18 heures aux SSA** sur la nutrition, les soins, le bien-être, le service à la clientèle et les aptitudes de vente
- ✓ La conformité et les attentes en matière de formation ont considérablement **augmenté pendant la pandémie de COVID-19, alors que le roulement a diminué!**



Offre axée sur les produits consommables générant un achalandage et des revenus récurrents



Éventail de
grande qualité
soutenant une variété
de besoins

Les produits
consommables
représentent
environ 70 %
des ventes de produits

Nourriture et gâteries pour animaux de compagnie

Fréquence d'achat hebdomadaire ou mensuelle



Gâteries



Nourriture
humide



Nourriture
sèche



Nourriture surgelée, crue
ou lyophilisée

Articles pour animaux de compagnie

Fréquence d'achat mensuelle ou trimestrielle



Litière



Élimination des
déchets



Suppléments



Colliers et laisses

Vaste sélection de marques nationales et de marques du fabricant qui stimule l'achalandage et la fidélisation des clients

Vaste gamme de marques nationales

- Sélection organisée retenant les **marques les plus recherchées** et **les nouveaux produits novateurs**
- Sélection essentiellement **exclusive** aux détaillants spécialisés pour animaux de compagnie
- Sélection favorite des *amoureux des animaux dévoués* et **attirant les segments de consommateurs axés sur la qualité**

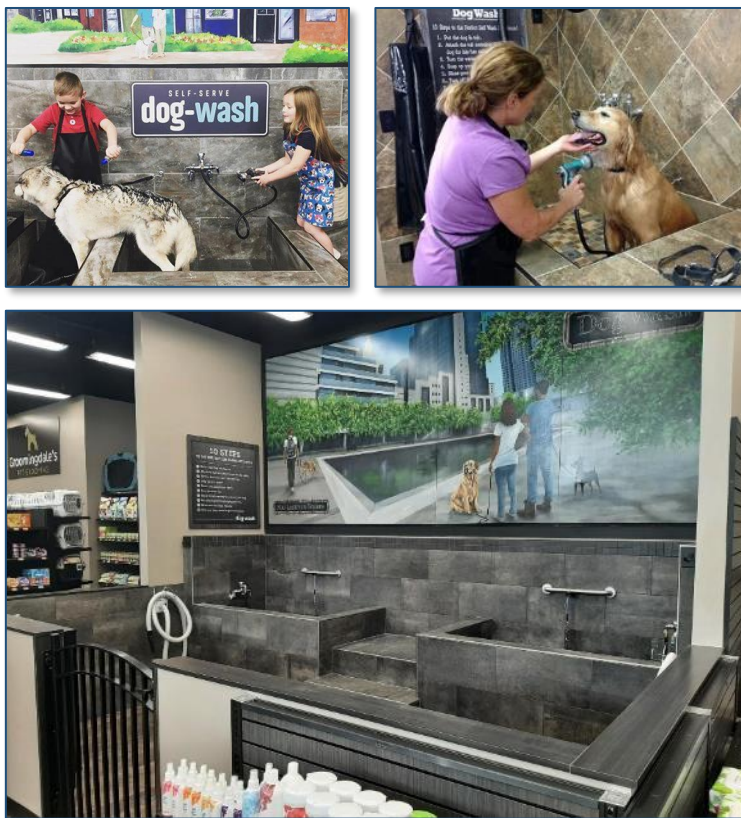


Marques du fabricant primées

- **> 1 500 articles** offerts **uniquement aux clients de Pet Valu**
- **Divers niveaux de prix** dans les catégories des produits consommables et des produits durables
- Représentent **+ de 30 %** des ventes à l'échelle du réseau pour l'exercice 2020 (+10 % depuis l'exercice 2012)
- Marges bénéficiaires sur les marchandises supérieures **de + de 1 200 points de base à celles affichées par les marques nationales**



Services en magasin invitants qui accroissent l'achalandage, les ventes de produits supplémentaires et la fidélisation de la clientèle

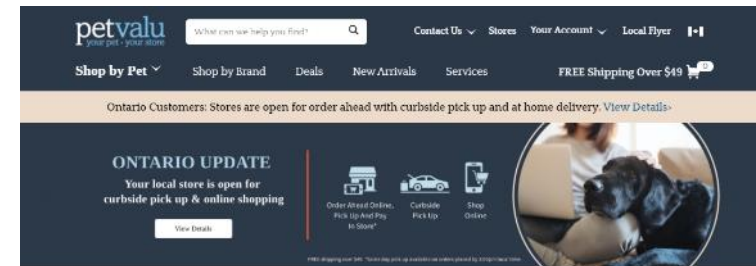


- ✓ **75 %** de nos magasins offrent un ou plusieurs services en magasin
 - **58 %** de nos magasins disposent d'installations de lavage des chiens en libre-service
 - **35 %** de nos magasins offrent des services de toilettage complets
- ✓ Importante occasion de croissance, car seulement **environ 20 %** de nos magasins offrent les deux services
- ✓ Les magasins qui offrent **les deux services génèrent un VUM qui est supérieur d'environ 18 %** à celui des magasins qui n'offrent aucun de ces services
- ✓ **Occasion d'ajouter de nouveaux services** en raison de l'augmentation de la demande de services d'entraînement et de santé et de bien-être

Capacités omnicanal qui améliorent encore notre expérience



- ✓ Nous avons **commencé à constituer** l'infrastructure, les données et le site Web pour le commerce électronique transactionnel en 2019
- ✓ Nous avons lancé en mai 2020 le **service Shop Ahead**
 - Permet de « commander à l'avance en ligne » ou de « commander à l'avance par téléphone »
 - Permet de payer et de ramasser les produits à l'établissement qui convient le mieux
- ✓ Nous avons lancé le site de commerce électronique en août 2020 et réalisé le déploiement à l'échelle nationale en février 2021
 - Environ 1 % du total des ventes au détail devrait s'effectuer au moyen d'une capacité omnicanal au cours de l'exercice 2021
- ✓ À l'automne 2020, nous avons commencé à tester **le système de point de vente et les réseaux des magasins** mis à niveau afin de permettre les achats en ligne avec ramassage en magasin
 - Le déploiement devrait être terminé au T3 2021



Top Brands [Shop All](#)





Fidélisation solide et croissante des clients

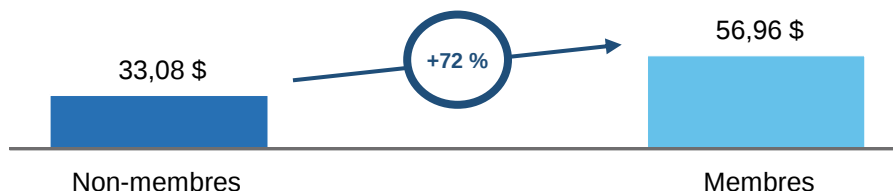
Clientèle loyale et à croissance rapide qui connaît ensuite une hausse continue



- ✓ **1,4 M** de membres actifs du programme de fidélisation⁽¹⁾
- ✓ **53 %** des ventes effectuées à des membres du programme de fidélisation au cours de l'exercice 2020 (+**10 %** depuis l'exercice 2018)
- ✓ **Nos membres les plus actifs⁽²⁾** nous visitent **plus de 11 fois** et **dépensent plus de 1 100 \$** par année
- ✓ Les améliorations récentes apportées au système de fidélisation et au système de point de vente **accroissent l'attrait et la facilité d'adhésion**

« J'ai l'impression d'être dans la sitcom Cheers, là où tout le monde connaît votre nom! **Vous avez vraiment un personnel extraordinaire** qui, même pendant cette pandémie, est toujours prêt à aider de toutes les façons possibles. »

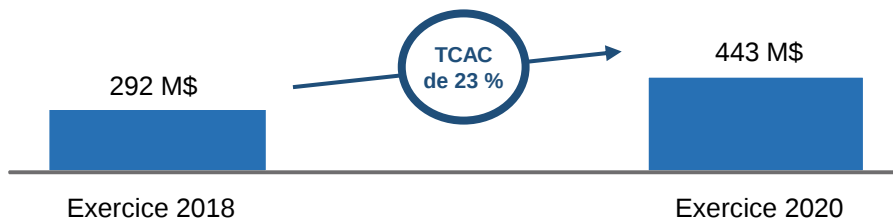
Panier moyen supérieur de 72 % au cours de l'exercice 2020



Nombre croissant de transactions effectuées par les membres du programme de fidélisation



Augmentation du panier et de la fréquence d'achat des membres du programme de fidélisation à l'origine du TCAC de 23 % des ventes effectuées à ces membres



1. Nombre de membres actifs du programme de fidélisation en fonction des transactions effectuées au cours des 12 derniers mois au 2 janvier 2021
2. Comprend les clients membres du programme de fidélisation ayant effectué au moins 11 transactions et dépensé plus de 450 \$ par année au 2 janvier 2021



Modèle d'exploitation très flexible dominé par les franchises

Le modèle hybride offre une combinaison gagnante alliant des activités solides et des liens profonds avec la collectivité locale



Réseau de franchisés détenus localement

266 franchisés exploitant
377 établissements

(Environ 62 %)

- ✓ Les franchisés **vivent et investissent dans leur collectivité**
- ✓ Les franchisés demeurent au sein du réseau **pendant environ neuf ans** en moyenne et le **roulement annuel est de moins de 5 %**
- ✓ Modèle de propriétaire-exploitant assorti d'une faible concentration
 - **66 % et 23 %** des franchisés sont propriétaires de seulement 1 ou 2 magasins, respectivement
- ✓ **Paramètres économiques par magasin franchisé attrayants**
 - BAIIA individuel moyen d'**environ 155 000 \$ par magasin ou marge de 10,4 %**⁽¹⁾
 - Faible dépense d'investissement; ratio ventes-investissement d'**environ 3,7x**⁽²⁾



Note: Le BAIIA individuel est une mesure non conforme aux IFRS

1. Représente le rendement pour l'exercice 2020 des 305 magasins franchisés ouverts depuis au moins 12 mois; la marge du BAIIA individuel s'entend du BAIIA individuel pour un magasin d'entreprise ou un magasin franchisé divisé par les ventes au détail du magasin d'entreprise ou du magasin franchisé
2. Calculé par la division du VUM en 2020 de 1,46 M\$ par la dépense d'investissement moyenne de 400 000 \$

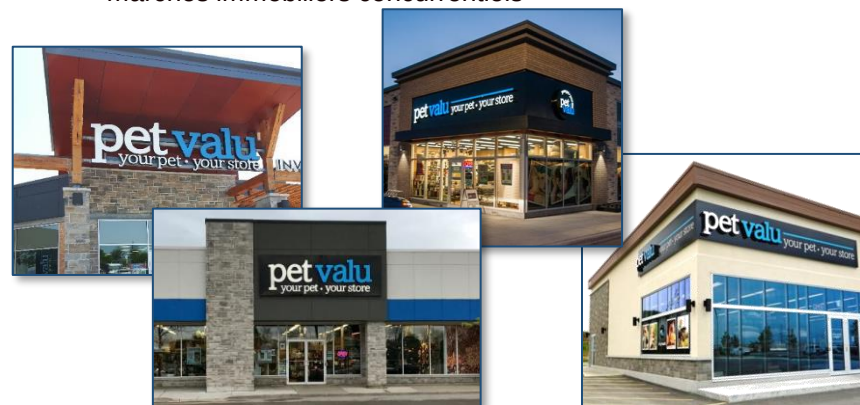


Noyau de magasins d'entreprise

232 établissements d'entreprise

(Environ 38 %)

- ✓ **Permet de mettre rapidement en œuvre les innovations** relatives à notre offre de produits et de services
- ✓ **Élabore et normalise** les pratiques exemplaires
- ✓ **Permet d'accélérer** la mise en place des changements critiques sur le plan de l'exploitation au sein des magasins franchisés
- ✓ Peut compter sur des directeurs de magasins d'entreprise dévoués qui sont en poste depuis **cinq ans en moyenne et qui entretiennent des liens avec la collectivité**
- ✓ **Offre la souplesse nécessaire pour investir** dans les marchés immobiliers concurrentiels



Formats flexibles qui s'adaptent aux conditions des marchés locaux



- ✓ Format de petit magasin **adaptable** permettant de saisir les **occasions sur le marché local de l'immobilier**
- ✓ Adaptation de **la disposition générale des magasins, de la taille des emballages et de la sélection de produits** aux goûts du marché local
- ✓ **Paramètres économiques par magasin exceptionnels dans tous les types de marché**, y compris les marches urbains, de banlieue et ruraux
- ✓ Exploitation de **quatre autres bannières** qui sont **profondément ancrées** dans leurs collectivités respectives

Croissance des ventes des magasins comparables moyenne sur cinq ans par type de marché⁽¹⁾

Environ 13 %

Milieu rural/périphérique

Environ 9 %

Banlieues

Environ 7 %

Milieu urbain/métropolitain

Nos bannières

À l'échelle canadienne⁽²⁾



Empreinte d'environ 81 %, 491 établissements

Colombie-Britannique



Empreinte d'environ 17 %, 101 établissements

Ontario

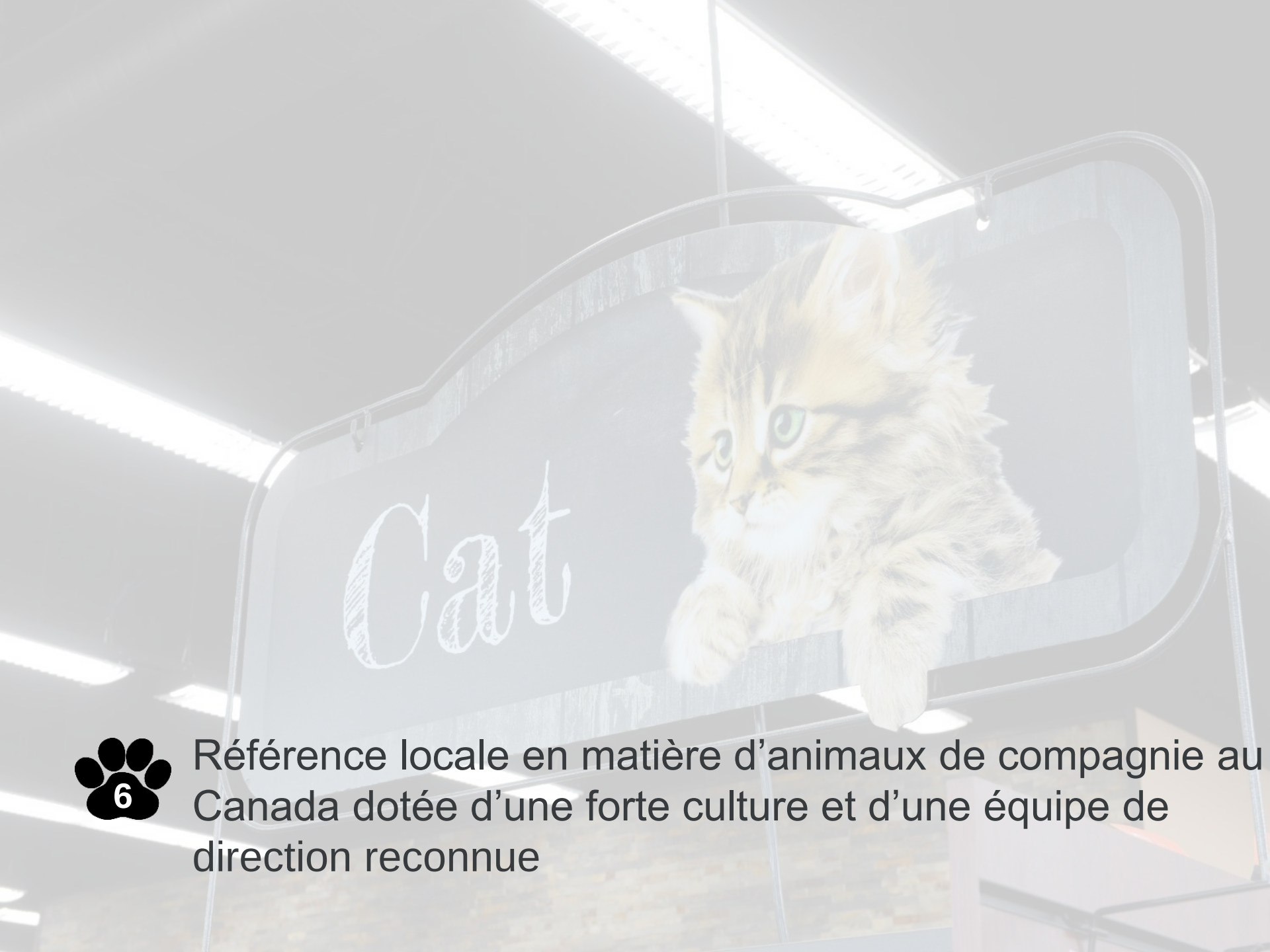


Empreinte d'environ 3 %, 17 établissements

Note : La croissance des ventes des magasins comparables est une mesure de l'exploitation utilisée couramment dans le secteur de la vente au détail

1. De l'exercice 2015 à l'exercice 2020; comprend uniquement les magasins ouverts depuis au moins 24 mois

2. À l'exclusion des Territoires du Nord-Ouest, du Yukon, du Nunavut et du Québec



Référence locale en matière d'animaux de compagnie au Canada dotée d'une forte culture et d'une équipe de direction reconnue

Notre motivation est de mettre en œuvre notre modèle « à quatre pattes » afin de créer des « moments mémorables » et de soutenir les animaux de compagnie à l'échelle canadienne



✓ Les SSA **adorent notre marque et notre culture**

- Nous les embauchons en raison de la leur capacité à faire preuve de **compassion** et développons leurs **aptitudes** et leur **expertise**
- Notre combinaison **de produits, de soins, d'expertise et de « moments mémorables »** fait de nous la référence locale

✓ **Nous avons à cœur de soutenir les animaux de compagnie** à l'échelle canadienne

- **Nous avons donné 19 M\$** à des refuges pour animaux et à des organismes de sauvetage des animaux locaux au cours des 10 dernières années
- **Nous avons aidé 37 000 animaux de compagnie sans abri** à trouver leur foyer pour la vie
- **Commanditaire national pour ce qui est de la nourriture** pour le programme de chiens-guides de la Fondation des Lions du Canada

SÉCURITÉ
COMPASSION
EXPERTISE
EFFICACITÉ



Nos
**QUATRE
PATTES**



Équipe de direction reconnue guidée par une culture d'excellence



Richard Maltsbarger
Président et chef de la direction

*S'est joint à Pet Valu en 2018
25 ans d'expérience dans le secteur*



Jim Grady
Chef des finances

*S'est joint à Pet Valu en 2017
26 ans d'expérience dans le secteur*



Kendalee MacKay
Chef du merchandising

*S'est jointe à Pet Valu en 2020
25 ans d'expérience dans le secteur*



Christine Bevilacqua
Chef de l'administration

*S'est jointe à Pet Valu en 2002
28 ans d'expérience dans le secteur*



Tanbir Grover
Chef du numérique et de la commercialisation

*S'est joint à Pet Valu en 2020
16 ans d'expérience dans le secteur*



Brian McIntosh
Vice-président, Gestion des commandes et livraison

*S'est joint à Pet Valu en 2019
26 ans d'expérience dans le secteur*



Adam Woodward
Vice-président, Exploitation des magasins franchisés

*S'est joint à Pet Valu en 2011
25 ans d'expérience dans le secteur*



Gaylyn Craig
Vice-présidente, Exploitation des magasins d'entreprise

*S'est jointe à Pet Valu en 2014
25 ans d'expérience dans le secteur*



Chris Schultz
Chef de l'information

*S'est jointe à Pet Valu en 2017
35 ans d'expérience dans le secteur*



Catherine Johnston
Chef des services juridiques et chef du contentieux

*S'est jointe à Pet Valu en 2021
21 ans d'expérience dans le secteur*

Expérience antérieure



Atouts concurrentiels



Chef de file du secteur canadien des animaux de compagnie



Vaste rayonnement auprès des clients, y compris les propriétaires d'animaux de compagnie de la plus grande valeur au Canada



Expérience d'achat au détail locale et accueillante



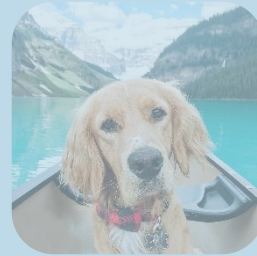
Fidélisation solide et croissante des clients



Modèle d'exploitation très flexible dominé par les franchises



Référence locale en matière d'animaux de compagnie au Canada dotée d'une forte culture et d'une équipe de direction reconnue

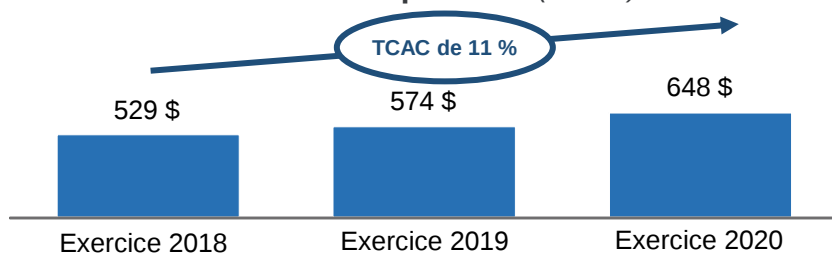


Nos bilan et plan de croissance

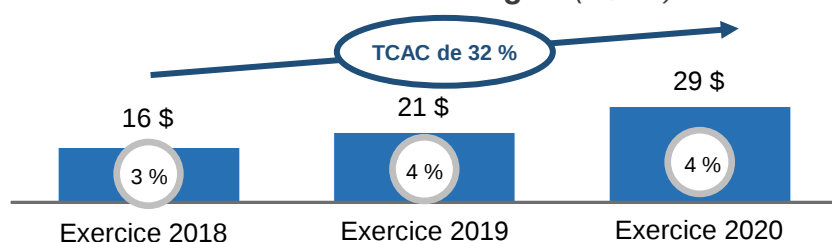
Caractère attrayant de notre profil financier



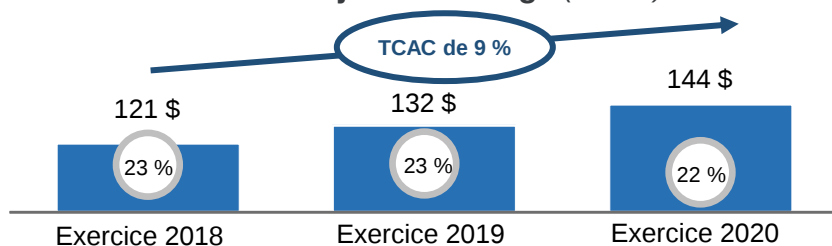
Ventes et produits (M\$ CA)



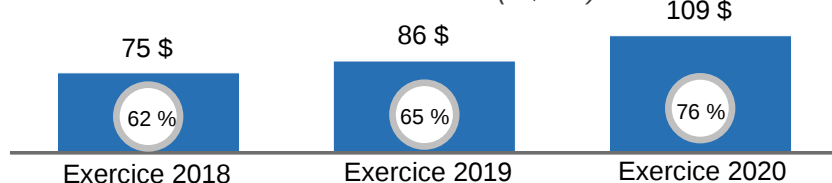
Résultat net et marge⁽¹⁾ (M\$ CA)



BAIIA ajusté et marge (M\$ CA)



Flux de trésorerie disponibles et conversion⁽²⁾ (M\$ CA)



Note : Le BAIIA ajusté, la marge du BAIIA ajusté et les flux de trésorerie disponibles sont des mesures non conformes aux IFRS. Se reporter à la diapositive 50 pour un rapprochement du BAIIA ajusté et de la marge du BAIIA ajusté avec le résultat net, mesure conforme aux IFRS. Se reporter à la diapositive 51 pour un rapprochement des flux de trésorerie disponibles

1. La marge du résultat net s'entend du résultat net divisé par le total des ventes et des produits

2. La conversion s'entend des flux de trésorerie disponibles divisés par le BAIIA ajusté pour la période applicable

Bilan solide

Croissance des ventes et des produits

Marges solides et stables

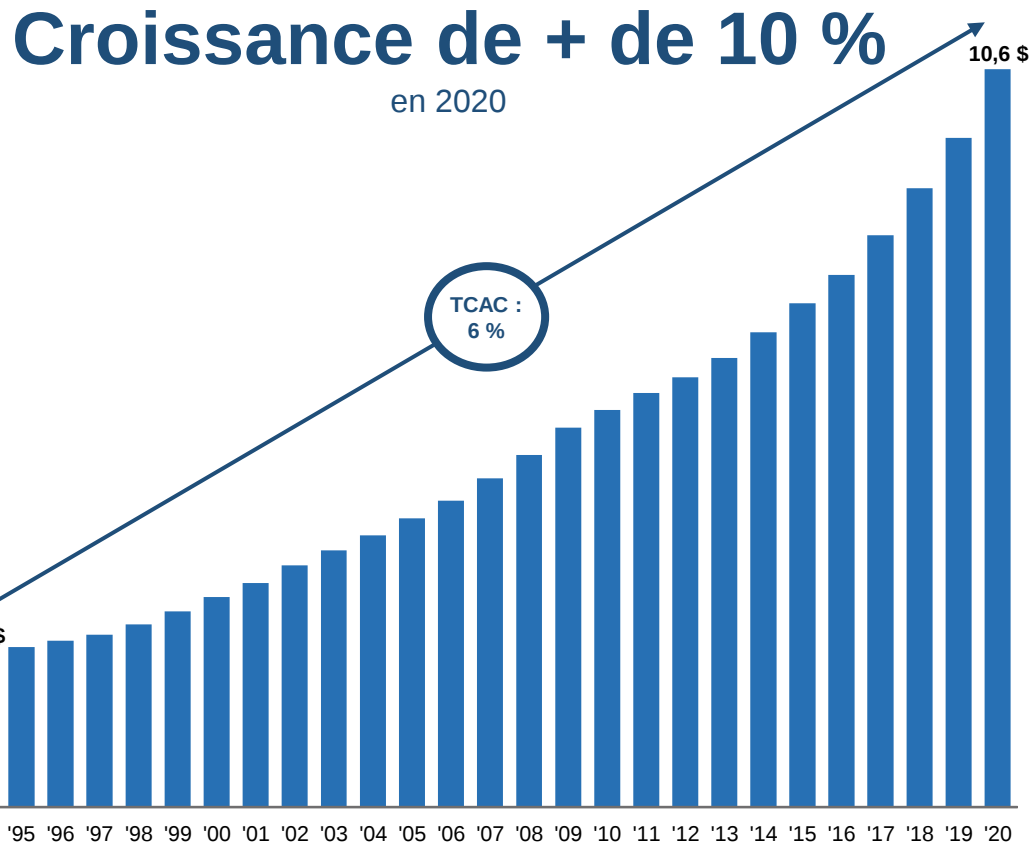
Profil des flux de trésorerie disponibles attrayant

Notre croissance s'appuie sur un secteur solide et en croissance



Le secteur canadien des animaux de compagnie est important, en croissance et résistant à la récession⁽¹⁾

Solides tendances du secteur



Nombre croissant de propriétaires d'animaux de compagnie et de ménages comptant plusieurs animaux

Humanisation des animaux de compagnie

Croissance continue du segment des clients de grande valeur

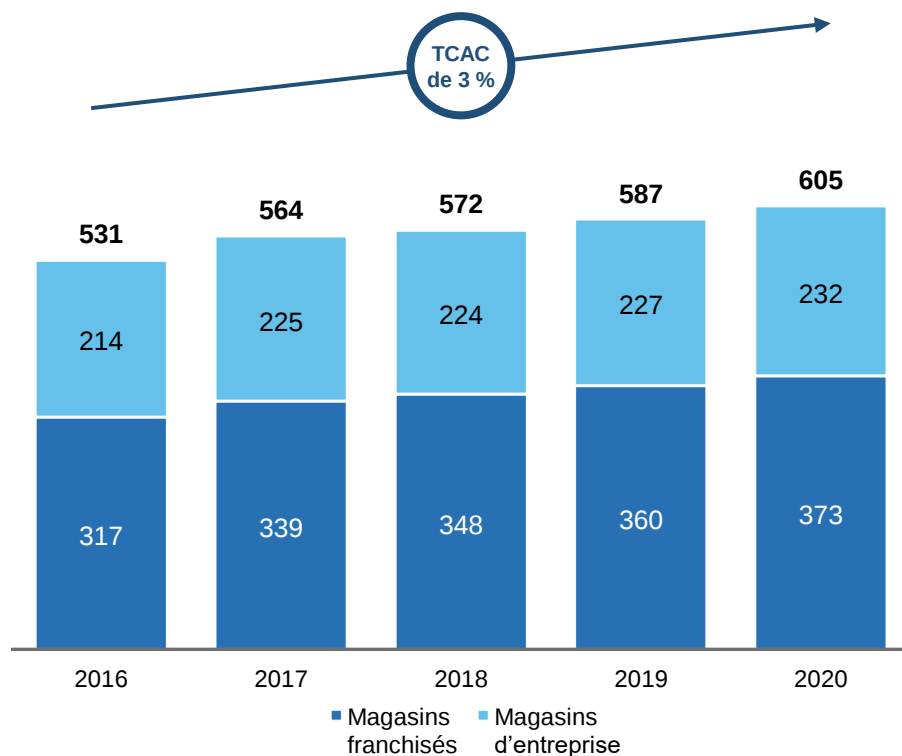
Note : Les chiffres sont en G\$ CA

1. Source : Statistique Canada. Tableau 36-10-0225-01, Dépenses de consommation finale des ménages détaillées, provinciales et territoriales, annuel; dépenses liées au secteur canadien des animaux de compagnie (par catégorie)

Expansion continue de notre réseau de magasins



Forte croissance nette du nombre de magasins...



...et repérage d'importantes occasions disponibles...

Possibilité de doubler le nombre de magasins⁽¹⁾

+ de 800 demandes de renseignements officielles sur le franchisage au cours de l'exercice 2020

...et solides paramètres économiques par magasin...

+ de 99 % des magasins ont généré une marge du BAIIA individuel positive⁽²⁾

Période de récupération⁽³⁾ s'établissant entre 2 et 4 ans et rendement en trésorerie dépassant 35 à 70 %⁽⁴⁾

Note : Le BAIIA ajusté et le rendement en trésorerie sont des mesures non conformes aux IFRS. Se reporter à la diapositive 50 pour un rapprochement du BAIIA ajusté avec le résultat net, mesure conforme aux IFRS

1. Évaluation des occasions disponibles s'appuyant sur les caractéristiques démographiques locales, les taux de croissance de la population, l'analyse des zones commerciales, les tendances projetées de l'aménagement immobilier commercial et les données historiques sur le rendement des ventes.
2. Exercice 2020; comprend les magasins d'entreprise ouverts depuis au moins 24 mois. La direction estime que le pourcentage de magasins d'entreprise qui sont rentables constitue un bon indicateur de la rentabilité des magasins franchisés qui ont dépassé leur seuil de rentabilité initial, compte tenu de la capacité de la direction de formuler des hypothèses raisonnablement exactes sur la rentabilité moyenne de tous les magasins franchisés au moyen du BAIIA individuel, combiné au faible taux de roulement des franchises et aux taux élevés de renouvellement des franchises.
3. La période de récupération s'entend du délai requis pour que le BAIIA individuel cumulé soit égal à la dépense d'investissement totale, soit environ 400 000 \$ pour les magasins franchisés et 360 000 \$ pour les magasins d'entreprise.
4. Calculé par la division du BAIIA individuel moyen pour l'exercice 2020 par la dépense d'investissement actuelle moyenne, qui s'établit à environ 400 000 \$ pour les magasins franchisés et à 360 000 \$ pour les magasins d'entreprise.

Paramètres économiques par magasin à titre illustratif



Paramètres économiques attrayants pour les nouveaux magasins :

- BAIIA individuel pour les magasins franchisés de 155 000 \$
- Marges du BAIIA individuel pour les magasins d'entreprise supérieures à environ 20 %⁽³⁾
- Ratio ventes-investissement d'environ 3,7x pour les magasins franchisés⁽⁵⁾
- Faible dépense d'investissement totale permettant une période de récupération intéressante de 2 à 4 ans⁽⁴⁾

Flux provenant des franchises :

- Distribution de plus de 90 % des produits à tous les magasins Pet Valu
- Revenu tiré de la redevance de franchisage correspondant à environ 6 % des ventes à l'échelle du réseau
- Revenu tiré des loyers proportionnels correspondant à environ 2,5 % du total des ventes des magasins franchisés⁽⁶⁾
- Autres retombées des franchises :
 - Contribution au fonds de promotion d'environ 2,5 %
 - Versement de frais pour les services technologiques

Paramètres économiques pour les nouveaux magasins

<i>milliers de \$ CA</i>	Magasins franchisés	Magasins d'entreprise
Dépense d'investissement totale⁽¹⁾	Environ 400 \$	Environ 360 \$
VUM en 2020⁽²⁾	Environ 1 490 \$	Environ 1 300 \$
BAIIA individuel^(2, 3)	Environ 155 \$	+ 20 %
<i>Pourcentage de marge</i>	Environ 10 %	
Période de récupération⁽⁴⁾	2 à 4 ans	



Note : Le volume unitaire moyen, ou VUM, le BAIIA individuel et la marge du BAIIA individuel sont des mesures non conformes aux IFRS; les ventes à l'échelle du réseau sont une mesure de l'exploitation utilisée couramment dans le secteur de la vente au détail

1. Comprend les coûts de mise sur pied et de constitution des stocks initiaux. Les magasins franchisés doivent également verser une redevance de franchisage initiale de 40 000 \$

2. Représente le volume unitaire des ventes au détail et le BAIIA individuel moyens pour l'exercice 2020 des 305 magasins franchisés bien établis et des 220 magasins d'entreprise bien établis ouverts depuis au moins 12 mois

3. Marge du BAIIA individuel en fonction des ventes à l'échelle du réseau; BAIIA individuel pour les magasins franchisés présenté en fonction des pourcentages des marges de gros, auxquels s'applique une redevance de franchisage de 6 %, et réintégrant la rémunération moyenne des directeurs de magasins d'entreprise

4. La période de récupération s'entend du délai requis pour que le BAIIA individuel cumulé soit égal à la dépense d'investissement totale

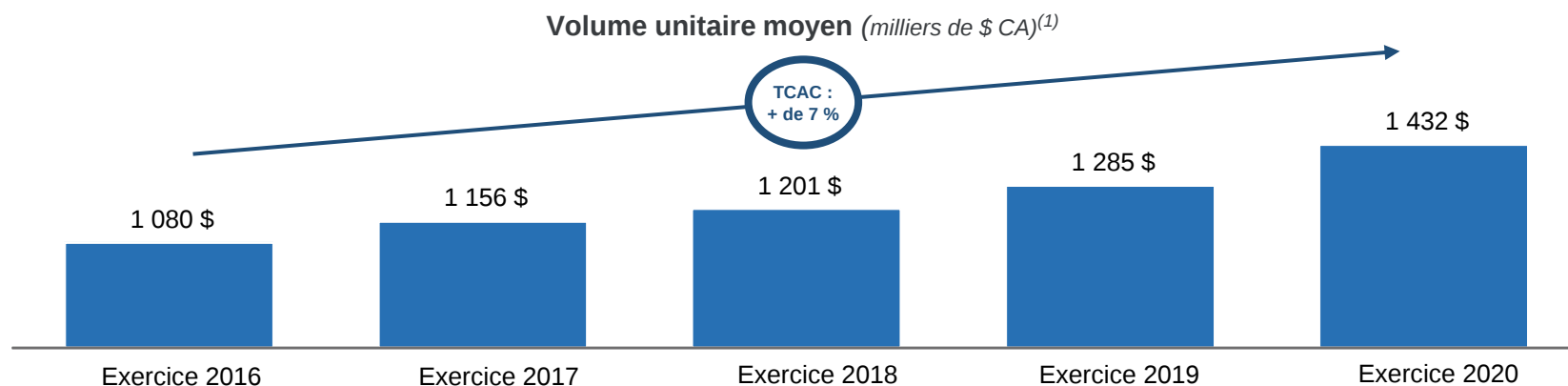
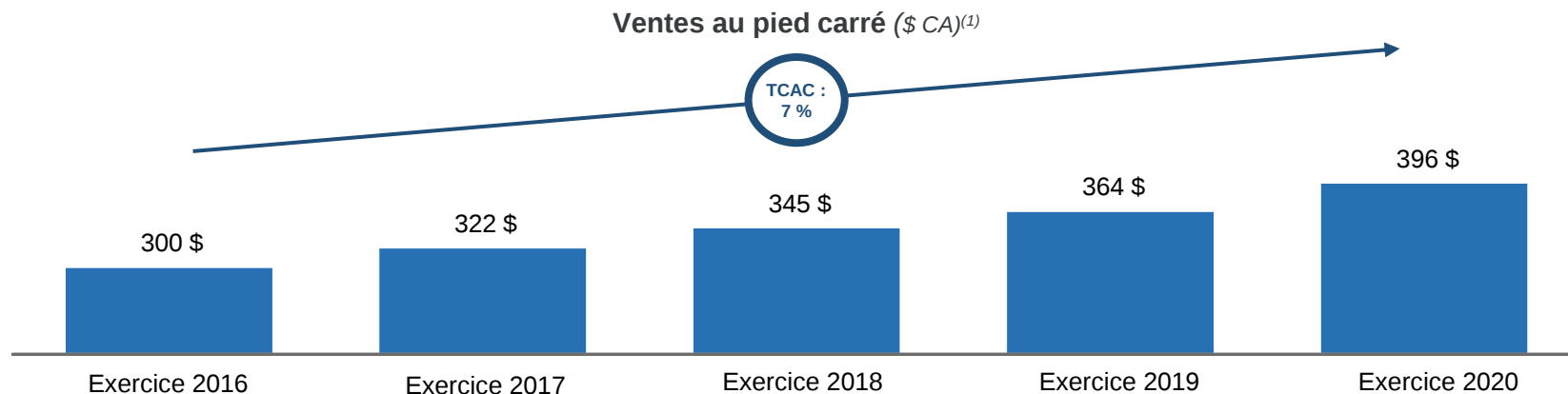
5. Calculé par la division du VUM en 2020 de 1,46 M\$ par la dépense d'investissement moyenne pour les magasins franchisés de 400 000 \$

6. Les franchisés paient la valeur la plus élevée entre 8 % des ventes et le loyer de base. Seule la partie supérieure au loyer de base est comptabilisée à titre de revenu. Plus de 80 % de nos franchisés paient un loyer proportionnel, qui correspond en moyenne à environ 2,5 % du total des ventes des magasins franchisés

Accroissement de la productivité des ventes au détail



Le modèle d'exploitation flexible axé sur **le service à la clientèle et la commodité** continuera d'**accroître la productivité des ventes au détail et les volumes unitaires moyens**



Note : Le volume unitaire moyen, ou VUM, est une mesure non conforme aux IFRS

1. Comprend tous les magasins d'entreprise et les magasins franchisés

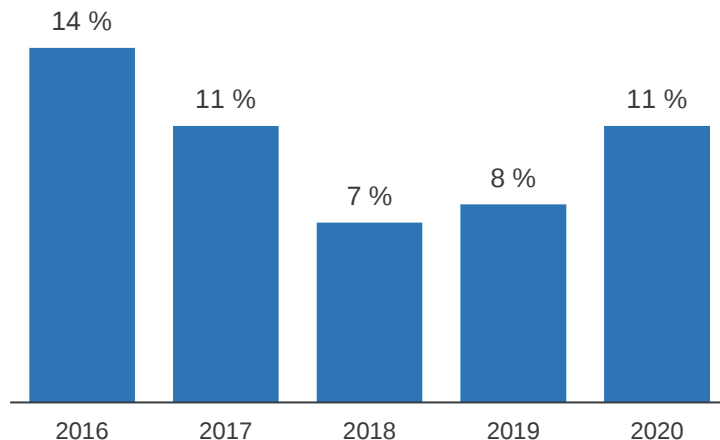
Croissance continue des ventes des magasins comparables



Longs antécédents de croissance attrayante des ventes des magasins comparables...

10 %

croissance moyenne des ventes des magasins comparables au cours des cinq dernières années et rendement constant dans l'ensemble des types de magasins



Ventes à l'échelle du réseau
(croissance annuelle)

~27 % ~15 % ~10 % ~9 % ~14 %

Secteur⁽¹⁾
(croissance annuelle)

~6 % ~7 % ~8 % ~8 % ~10 %

Δ +21 % +8 % +2 % +1 % +4 %

...et multiples stratégies éprouvées de croissance continue

Croissance intégrée provenant du développement des nouveaux magasins

Croissance continue de la **fidélisation** grâce aux investissements numériques

Poursuite de l'**excellence** en matière de merchandising

Croissance continue de la pénétration **omnicanal**

Élargissement de notre offre de services à un plus grand nombre de nos magasins

Rafraîchissement et rénovation de nos magasins existants – les magasins rénovés ont connu par le passé une **croissance des ventes de plus de 20 % au cours de la première année**

Note : Les ventes à l'échelle du réseau et la croissance des ventes des magasins comparables sont des mesures de l'exploitation utilisées couramment dans le secteur de la vente au détail.

1. Source : Statistique Canada. Tableau 36-10-0225-01, Dépenses de consommation finale des ménages détaillées, provinciales et territoriales, annuel; dépenses liées au secteur canadien des animaux de compagnie (par catégorie)



Pouvoir d'achat provenant de l'approvisionnement

- ✓ **Plus de 90 %** des produits pour les magasins Pet Valu distribués par notre propre infrastructure de distribution
- ✓ **Relations de longue date** avec une base diversifiée de fournisseurs



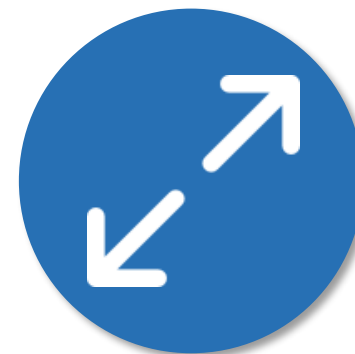
Pénétration accrue des marques du fabricant

- ✓ Marge de **plus de 1 200 points de base** par rapport aux marques nationales
- ✓ **Pénétration supérieure à 30 %**
- ✓ **Pénétration inférieure** des produits durables par rapport aux points de référence mondiaux



Amélioration du rendement de la main-d'œuvre

- ✓ **Amélioration** du modèle de service à la clientèle
- ✓ **Amélioration des processus** afin de réaffecter à la **vente** les minutes consacrées aux **tâches**



Augmentation de l'effet de levier des charges de vente et d'administration

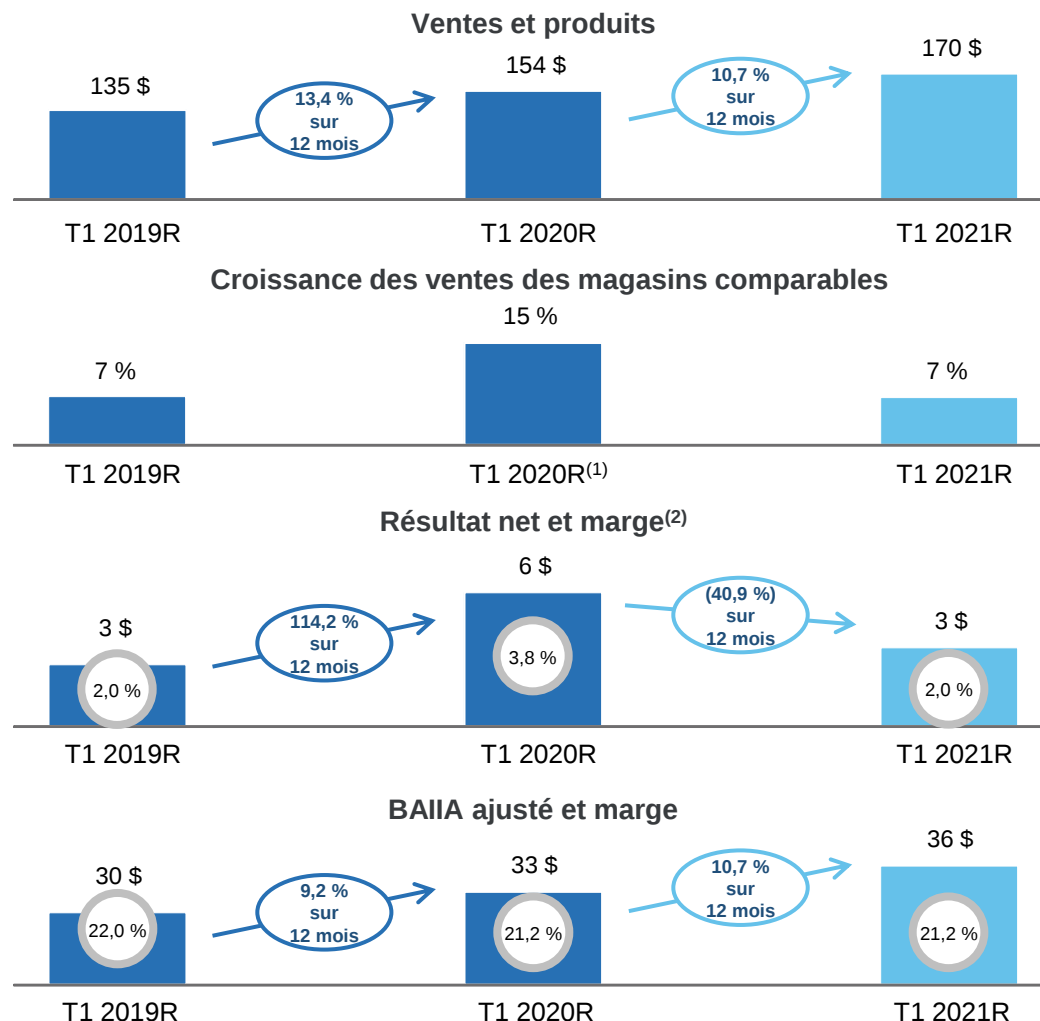
- ✓ Investissement de **plus de 25 M\$** dans la technologie depuis 2019
- ✓ Capacités **de TI et d'analyse de données**
- ✓ Outils de **gestion optimale des stocks**

- ✓ **Solide rendement** malgré les restrictions liées à la COVID à l'échelle nationale et les mesures de confinement en Ontario

- Croissance des ventes des magasins comparables : **~7 %**
- Augmentation annuelle des ventes, des produits et du BAIIA ajusté : **~10,7 %**

- ✓ **Croissance exceptionnelle** du nombre de membres actifs du programme de fidélisation

Rendement au premier trimestre d'un exercice à l'autre (M\$ CA)



Note : Le BAIIA ajusté et la marge du BAIIA ajusté sont des mesures non conformes aux IFRS. Se reporter à la diapositive 50 pour un rapprochement du BAIIA ajusté et de la marge du BAIIA ajusté avec le résultat net, mesure conforme aux IFRS

1. Le début de la pandémie de COVID a stimulé les ventes en incitant les consommateurs à constituer des réserves temporaires

2. La marge du résultat net s'entend du résultat net divisé par le total des ventes et des produits

Restructuration et séparation de l'entreprise américaine préalables au PAPE



- Les entreprises américaines sont gérées séparément de l'entreprise de la Société depuis juillet 2020
- La Société n'aura aucune participation financière dans Pet Retail Brands, Inc. ou ses filiales, y compris Pet Valu, Inc. et Pet Supermarket, Inc., et n'exercera aucune activité aux États-Unis à la clôture



- Pet Valu, Inc. est en voie de dissolution, ayant fermé tous ses magasins le 30 décembre 2020
- L'administration précédente a effectué trop d'ouvertures de nouveaux magasins de Pet Valu, Inc. sans investir suffisamment dans l'infrastructure de soutien



- La Société fournira certains services de technologie de l'information à Pet Supermarket, Inc.
- Pet Supermarket, Inc. continuera de se procurer les produits du fabricant de la Société

Structure du capital pro forma attendue



En millions de \$ CA

	Données pro forma illustratives en date du PAPE
Trésorerie et équivalents de trésorerie	~22 \$
Dette	
Total de la dette capitalisée	~435 \$
Obligations locatives	~217 \$
Moins : Créances locatives	~(122) \$
Total de la dette	~530 \$
Dette nette	~508 \$
BAlIA ajusté DDM T1 2021R¹	~148 \$
Dette nette / BAlIA ajusté DDM T1 2021R¹	~3,4x

Note : Le BAlIA ajusté est une mesure non conforme aux IFRS. Se reporter à la diapositive 50 pour un rapprochement du BAlIA ajusté avec le résultat net, mesure conforme aux IFRS

Note : Valeurs présentées conformément à IFRS 16; la structure du capital illustrative pro forma suppose que le produit net du PAPE (du placement de base de 275 M\$ CA) sera utilisé pour rembourser une tranche de l'encours en vertu des facilités de crédit en vigueur de la Société et certains billets liés aux opérations de séparation préalables à la clôture.

1. Le total de la dette capitalisée pro forma est fondé sur un solde de la facilité d'emprunt à terme préalable au PAPE de 557,7 M\$ US, converti au taux de change de la Banque du Canada pour la conversion de dollars américains en dollars canadiens à raison de 1,00 \$ US étant égal à 1,2095 \$ CA au 9 juin 2021
2. Compte tenu d'environ 23 M\$ CA au titre de l'amortissement et des charges d'intérêts nettes liés aux locaux loués.

Notre formule de croissance continue



La croissance future s'appuie sur un secteur des animaux de compagnie résilient et en pleine croissance

**Expansion continue de
notre réseau de magasins**



**Croissance continue des
ventes des magasins
comparables**



**Amélioration de la marge
d'exploitation au moyen
d'initiatives éprouvées**

**Entre 25 et 35 nouveaux
magasins au cours de
l'exercice 2021**

**Tirer parti de tendances
à long terme qui ont
toujours été fortes**

**Tirer profit des investissements
récents dans la modernisation
des systèmes**

Note : La croissance des ventes des magasins comparables est une mesure de l'exploitation utilisée couramment dans le secteur de la vente au détail

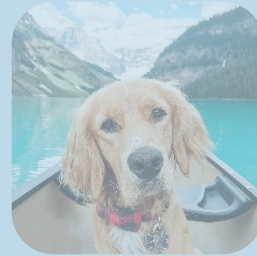
petvalu
your pet • your store

Notre mission

Être le détaillant pour animaux de compagnie privilégié au Canada et offrir les produits, les soins, l'expertise et les moments mémorables souhaités par les amoureux des animaux de compagnie dévoués... *tant localement en magasin que partout en ligne*

The image shows a low-angle shot of a Pet Valu store building. The building has a light-colored, textured facade and large glass windows. A large, dark, rectangular sign is mounted on the upper part of the facade. The sign features the Pet Valu logo in white and blue, with the tagline 'your pet • your store' in white below it. The sky is clear and blue.

pet valu
your pet • your store



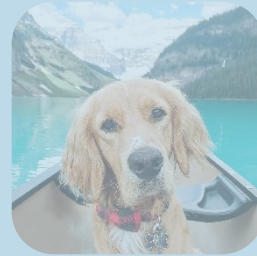
Sommaire du placement

Sommaire du placement



Montant	 Environ 275 M\$, compte non tenu de l'option de surallocation
Prix d'offre	 Entre 15,00 \$ et 19,00 \$ l'action ordinaire
Placement	 Environ entre 14 473 000 et 18 333 000 actions ordinaires (16 643 950 et 21 082 950 si l'option de surallocation est exercée intégralement)
Emploi du produit	 Rembourser une partie de la dette aux termes des facilités de crédit existantes de la Société et certains billets dans le cadre des opérations de séparation préalables à la clôture
Politique en matière de dividendes	 La Société prévoit actuellement verser des dividendes en espèces trimestriels d'environ 0,04 \$ par action ordinaire annuellement.
Participation conservée	 Pet Retail Brands LP : entre 74 % et 78 %
Admissibilité	 REER, REEE, FERR, REEI, CELI et RPDB
Mode de placement	 Premier appel public à l'épargne dans l'ensemble des provinces et des territoires du Canada au moyen d'un prospectus ordinaire de base – RFPV; placement privé aux États-Unis auprès d'« acheteurs institutionnels admissibles » (<i>qualified institutional buyers</i>) conformément à la Rule 144A de la loi des États-Unis intitulée <i>Securities Act of 1933</i> , et à l'échelle internationale dans la mesure permise
Inscription boursière	 La Société a demandé l'inscription des actions ordinaires à la cote de la TSX sous le symbole « PET »
Fixation du prix prévue	 Semaine du 21 juin 2021
Clôture prévue	 Semaine du 28 juin 2021

Conformément au paragraphe 4 de l'article 13.7 du *Règlement 41-101 sur les obligations générales relatives au prospectus*, toute l'information comparative concernant la Société et toute information connexe figurant dans la présentation qui sera fournie aux investisseurs éventuels ont été retirées du présent modèle de présentation aux fins de son dépôt sur le Système électronique de données, d'analyse et de recherche (SEDAR).



Annexe

Rapprochement entre le résultat net et le BAIIA ajusté



En millions \$ CA	Trimestres clos le		Exercices clos le		
	3 avril 2021	28 mars 2020	2 janv. 2021	29 déc. 2019	29 déc. 2018
	13 semaines	13 semaines	53 semaines	52 semaines	52 semaines
Résultat net	3,4 \$	5,8 \$	28,6 \$	20,8 \$	16,4 \$
Amortissements	8,1 \$	7,8 \$	32,1 \$	33,6 \$	34,8 \$
Charges d'intérêts nettes	18,0 \$	16,9 \$	64,0 \$	70,2 \$	67,2 \$
Charge d'impôt nette	1,3 \$	2,3 \$	11,4 \$	8,5 \$	6,3 \$
BAIIA	30,8 \$	32,7 \$	136,1 \$	133,2 \$	124,7 \$
Ajustements au BAIIA					
Frais de gestion	0,2 \$	0,2 \$	1,1 \$	1,1 \$	0,9 \$
Coûts de liés à la transformation des TI	1,3 \$	1,5 \$	8,5 \$	5,9 \$	2,7 \$
Coûts – préparation au PAPE / séparation	1,3 \$	1,1 \$	7,7 \$	-	-
Coûts de la transformation des activités	0,6 \$	0,2 \$	1,6 \$	1,2 \$	2,9 \$
Pandémie de COVID-19	-	0,1 \$	1,8 \$	-	-
Autres honoraires professionnels	1,2 \$	0,0 \$	0,7 \$	0,0 \$	0,0 \$
Rémunération à base d'actions	0,7 \$	0,4 \$	2,0 \$	1,9 \$	0,5 \$
Dépréciation d'actifs	-	-	-	0,3 \$	0,4 \$
(Profit) perte de change	(0,1) \$	(0,5) \$	(1,4) \$	0,4 \$	0,2 \$
Coûts pro forma	-	(3,2) \$	(13,7) \$	(12,1) \$	(11,2) \$
BAIIA ajusté	36,0 \$	32,5 \$	144,4 \$	131,9 \$	121,0 \$
Marge	21,2 %	21,2 %	22,3 %	23,0 %	22,9 %

Notes :

Les mesures non conformes aux IFRS n'ont pas de signification normalisée prescrite par les IFRS et ne sont donc pas comparables à des mesures similaires présentées par d'autres sociétés. Ces mesures sont plutôt présentées à titre de complément des mesures conformes aux IFRS afin de favoriser une meilleure compréhension des résultats d'exploitation de la Société du point de vue de la direction.

Le BAIIA ajusté est une mesure supplémentaire utilisée par la direction pour faciliter une comparaison uniforme de sa performance opérationnelle d'une période à l'autre et pour permettre une meilleure compréhension des facteurs et des tendances qui ont une incidence sur nos activités.

Rapprochement des flux de trésorerie disponibles



En millions \$ CA	Trimestres clos le		Exercices clos le		
	3 avril 2021	28 mars 2020	2 janv. 2021	29 déc. 2019	29 déc. 2018
	13 semaines	13 semaines	53 semaines	52 semaines	52 semaines
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	(3,0) \$	55,3 \$	152,1 \$	119,0 \$	102,9 \$
Flux de trésorerie liés activités d'investissement	3,6 \$	5,1 \$	11,5 \$	16,5 \$	18,7 \$
Remboursement du capital au titre des obligations locatives	(12,2) \$	(10,2) \$	(42,4) \$	(39,0) \$	(36,9) \$
Intérêts payés sur les obligations locatives	(2,9) \$	(2,7) \$	(11,3) \$	(10,7) \$	(10,5) \$
Billets à recevoir	(0,1) \$	(0,0) \$	(0,5) \$	0,2 \$	0,5 \$
Flux de trésorerie disponibles	(14,6) \$	47,5 \$	109,4 \$	86,1 \$	74,7 \$

Notes :

Les mesures non conformes aux IFRS n'ont pas de signification normalisée prescrite par les IFRS et ne sont donc pas comparables à des mesures similaires présentées par d'autres sociétés. Ces mesures sont plutôt présentées à titre de complément des mesures conformes aux IFRS afin de favoriser une meilleure compréhension des résultats d'exploitation de la Société du point de vue de la direction.

Les flux de trésorerie disponibles sont une mesure clé qui indiquent la trésorerie disponible pour le remboursement des emprunts, le rachat d'actions, le réinvestissement dans la Société et d'autres activités de financement

petvalu your pet • your store

