

Notice annuelle

Le Château Inc.

Pour l'exercice terminé le 27 janvier 2007

Le 26 avril 2007

Table des matières

1. Constitution	2
1.1 La Société	2
2. Activités de la Société	3
2.1 Développement général de l'activité	3
2.2 Description	4
2.2.1 Profil	4
2.2.2 Réseau de distribution	5
2.2.3 Confection et distribution	8
2.2.4 Sources d'approvisionnement	10
2.2.5 Ressources humaines et matérielles.....	11
2.2.6 Stratégie marketing.....	11
2.2.7 Droits incorporels.....	11
2.2.8 Concurrence	12
2.2.9 Variations saisonnières.....	12
2.3 Facteurs de risque.....	13
3. Dividendes	17
4. Description de la structure du capital	18
5. Marché pour la négociation des titres	20
6. Administrateurs et membres de la haute direction	21
7. Agent des transferts et agent chargé de la tenue des registres.....	23
8. Poursuites.....	23
9. Membres de la direction et autres personnes intéressés dans des opérations importantes	23
10. Intérêts des experts	24
11. Comité de vérification	24
11.1 Règles du comité de vérification	24
11.2 Composition du comité de vérification.....	24
11.3 Formation et expérience pertinentes	24
11.4 Honoraires pour les services du vérificateur externe	25
11.4.1 Honoraires de vérification	25
11.4.2 Honoraires pour services liés à la vérification	25
11.4.3 Honoraires pour services fiscaux	26
11.4.4 Autres honoraires	26
12. Information supplémentaire	26

1. Constitution

1.1 La Société

Château Stores Ltd. a été constituée sous le régime de la *Loi sur les compagnies* (Québec) le 17 novembre 1959. Le 9 juin 1969, une société membre du même groupe que Château Stores Ltd., Le Château Design Ltd., a été constituée en société sous le régime de la *Loi sur les corporations canadiennes*. Le 17 avril 1973, au moyen de lettres patentes supplémentaires, Le Château Design Ltd. changeait sa dénomination sociale pour Les Magasins Château du Canada Ltée, et, parallèlement, acquérait auprès de M. Herschel H. Segal et d'un actionnaire minoritaire toutes les actions en circulation de Château Stores Ltd. Les activités de Château Stores Ltd. ont alors été progressivement transférées à la société mère, Les Magasins Château du Canada Ltée. Le 27 janvier 1977, Les Magasins Château du Canada Ltée a été prorogée sous le régime de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions*.

Le 3 décembre 1983, la Société faisait son premier appel public à l'épargne en émettant 922 300 actions de catégorie A avec droit de vote subalterne.

Le 6 juillet 2000, la société Les Magasins Château du Canada Ltée changeait sa dénomination sociale et adoptait la désignation Le Château Inc.

Le siège et principal établissement de la société Le Château Inc. se trouve au 5695, rue Ferrier, Ville Mont-Royal (Québec) H4P 1N1, téléphone : 514-738-7000.

Le Château Inc. est propriétaire de toutes les actions ordinaires de sa filiale américaine, Château Stores Inc., elle-même constituée en société sous le régime de la législation de l'État du Delaware.

Dans la présente notice annuelle, « Société » et « Le Château » renvoient collectivement à la société Le Château Inc. et à sa filiale.

2. Activités de la Société

2.1 Développement général de l'activité

2004

- Le bénéfice net a augmenté de 49 % pour s'établir à 15,9 millions de dollars ou 2,96 \$ l'action pour la période de 52 semaines terminée le 29 janvier 2005, comparativement à 10,6 millions de dollars ou 2,07 \$ par action pour la période de 53 semaines terminée le 31 janvier 2004.
- Le chiffre d'affaires a progressé de 6,3 %, passant de 226,8 millions de dollars à 241,1 millions de dollars, tandis que les ventes des magasins comparables étaient en hausse de 4,9 %.

2005

- Le bénéfice net de l'exercice 2005-2006 a enregistré une hausse de 48 % pour se chiffrer à 23,5 millions de dollars ou 3,95 \$ par action, comparativement à 15,9 millions de dollars ou 2,96 \$ par action pour l'exercice précédent.
- Le chiffre d'affaires a connu une croissance de 15,7 %, passant de 241,1 millions de dollars à 279,1 millions de dollars, tandis que les ventes des magasins comparables étaient en hausse de 11,2 %.

2006

- Le bénéfice net de l'exercice 2006-2007 s'est amélioré de 5,3 % pour s'établir à 24,8 millions de dollars ou 4,09 \$ par action, comparativement à 23,5 millions de dollars ou 3,95 \$ par action pour l'exercice précédent.
- Le chiffre d'affaires s'est accru de 8,9 %, passant de 279,1 millions de dollars à 303,9 millions de dollars, tandis que les ventes des magasins comparables étaient en hausse de 3,8 %.

Au cours du troisième trimestre de l'exercice 2005-2006, la Société a adhéré à un projet pilote de contrat de licence avec un promoteur spécialisé dans les commerces de détail au Moyen-Orient concernant l'ouverture de magasins de marque Le Château dans cette région. Au 27 janvier 2007, on y comptait quatre magasins licenciés.

2. Activités de la Société (suite)

Le 14 mars 2006, la Société a annoncé qu'elle évaluait divers moyens stratégiques d'accroître la valeur pour les actionnaires. Parmi ces options figuraient notamment la vente potentielle de la Société, un regroupement d'entreprises et la restructuration du capital. La Société a retenu les services de la maison Marchés des capitaux Genuity, à titre de conseiller financier exclusif, pour qu'elle l'aide dans le cadre de ces démarches. Le 5 janvier 2007, la Société a fait savoir que l'examen complet de ses opérations, de son positionnement et de ses options stratégiques était terminé. Le conseil a établi qu'il serait plus profitable pour les actionnaires que la Société maintienne le cap.

2.2 Description

2.2.1 Profil

Chef de file au Canada, Le Château est un détaillant spécialisé offrant des vêtements, des accessoires et des chaussures modernes aux femmes et aux hommes soucieux de la mode. Le succès de la marque Le Château repose sur la capacité de la Société de repérer rapidement les dernières tendances de la mode et d'y réagir immédiatement grâce à ses ressources en conception et en développement de produits ainsi qu'à son intégration verticale.

Les vêtements de marque Le Château sont en grande partie conçus et mis au point au sein de cette entreprise intégrée verticalement. Les articles de marque Le Château sont vendus exclusivement dans ses 195 magasins, qui sont tous situés au Canada, sauf cinq qui se trouvent dans la région de New York.

Le Château, qui accorde une grande importance à la recherche, à la conception et au développement des produits, fabrique environ 40 % de ses produits dans ses propres installations au Canada.

2. Activités de la Société (suite)

2.2.2 Réseau de distribution

La Société loue des magasins aussi bien dans des centres commerciaux que dans des centres-villes où la circulation piétonnière est intense. Le tableau qui suit résume la répartition géographique des magasins Le Château, au 27 janvier 2007.

Province	Nombre de magasins	Superficie (en pi ²)
Québec	61	288 923
Ontario	61	261 616
Colombie-Britannique	24	101 222
Alberta	20	89 466
Manitoba	7	30 351
Nouvelle-Écosse	6	19 898
Saskatchewan	4	14 803
Nouveau-Brunswick	4	14 092
Terre-Neuve-et-Labrador	2	9 203
Île-du-Prince-Édouard	1	3 480
Total au Canada	190	833 054
Total aux États-Unis	5	20 713
Total des magasins Le Château	195	853 767

Sur un chiffre d'affaires totalisant 303,9 millions de dollars à l'exercice terminé le 27 janvier 2007, 295,6 millions de dollars provenaient des magasins du Canada, soit 97,3 % du chiffre d'affaires consolidé, et 8,3 millions de dollars ou 2,7 %, des magasins des États-Unis. L'Ontario comptait pour 34 % du total, et le Québec, 27 %.

Si on exclut les options de renouvellement, 19 baux arrivent à échéance en 2007, tandis que les autres prennent fin entre 2008 et 2018. Par ailleurs, la Société est propriétaire de l'immeuble abritant le magasin de la rue Saint-Jean à Québec.

Dans le cours normal de ses affaires, la Société est toujours à l'affût de nouveaux emplacements prometteurs qui lui permettraient d'accroître sa pénétration du marché. La performance de chacun de ses magasins est régulièrement passée en revue. Lorsqu'un magasin n'atteint pas les objectifs de croissance de la Société et que les mesures de redressement ne donnent pas les résultats attendus, le magasin est fermé, généralement à l'échéance du bail.

2. Activités de la Société (suite)

Le tableau qui suit donne un aperçu de la répartition des ouvertures et des fermetures de magasins au cours des trois derniers exercices :

	Exercice 2006-2007	Exercice 2005-2006	Exercice 2004-2005
Canada			
Ouvertures	10	12	10
Fermetures	0	- 2	- 1
Variation nette	+10	+10	+9
Nombre de magasins au Canada	190	180	170
États-Unis			
Ouvertures	0	1	0
Fermetures	0	0	0
Variation nette	+0	+1	+0
Nombre de magasins aux États-Unis	5	5	4
Nombre total de magasins	195	185	174

Le Château considère que ses magasins constituent un lien direct avec le consommateur. C'est pourquoi il est essentiel que l'atmosphère des lieux reflète le dynamisme, l'énergie et le style caractéristiques de la marque Le Château. Les clients ne font pas qu'acheter des vêtements, ils adoptent l'image Le Château. La Société essaie de donner à chaque point de vente le cachet d'une boutique exclusive, traduisant son caractère particulier et celui de ses vêtements. En effet, le décor du magasin est une façon de mettre la marchandise en valeur, de donner confiance dans le produit et de créer un lien entre le consommateur et la marque. Le personnel, partie intégrante de l'ambiance générale d'une boutique, vient renforcer l'image Le Château; c'est pourquoi la Société continue à privilégier du personnel informé, compétent et, surtout, dynamique.

Pendant l'exercice terminé le 27 janvier 2007, la Société a investi environ 27,7 millions de dollars dans des immobilisations, notamment 23,9 millions de dollars dans l'ouverture de 10 magasins et la rénovation de 32 magasins existants. À l'exercice précédent, les dépenses en immobilisations avaient totalisé 27,7 millions de dollars, dont 22,7 millions de dollars pour l'ouverture de 13 magasins et pour la rénovation de 27 magasins existants, le reste ayant été investi principalement dans la technologie de l'information.

2. Activités de la Société (suite)

Lorsque la chose est possible et rentable, la rénovation comporte une expansion sur des espaces adjacents, ce qui permet d'augmenter encore plus les ventes. Le rythme du programme de rénovation est fonction des résultats financiers de la Société. Les dépenses en immobilisations prévues à l'exercice 2007-2008 sont approximativement de 26 millions de dollars; environ 22 millions de dollars devraient servir à l'ouverture de 15 à 18 magasins et à la rénovation de 20 à 25 magasins existants et la tranche restante de 4 millions de dollars devrait être affectée aux technologies de l'information et à l'infrastructure. La direction prévoit être en mesure de continuer à financer les activités de la Société et l'essentiel de ses dépenses en immobilisations par prélèvement sur ses flux de trésorerie provenant de l'exploitation; au besoin, elle pourrait également puiser dans ses ressources financières qui, à la fin de l'exercice, consistaient en une trésorerie et des équivalents de trésorerie (comprenant des placements à court terme) d'environ 61,6 millions de dollars et une ligne de crédit renouvelable de 16 millions de dollars qu'elle détient auprès d'une banque canadienne de l'annexe I. Une partie des dépenses en immobilisations prévues pourraient également être financées au moyen d'une facilité de crédit à long terme totalisant 25 millions de dollars, dont une tranche de 4,3 millions de dollars avait été utilisée au 27 janvier 2007. Une autre somme de 16,3 millions de dollars a été prélevée sur cette facilité de crédit en février 2007.

Le chiffre d'affaires par pied carré est un indicateur parmi d'autres du rendement d'un magasin et reste tributaire du volume de ventes, de même que des démarquages nécessaires pour écouler les produits.

	Exercice 2006-2007 \$	Exercice 2005-2006 \$	Exercice 2004-2005 \$
Chiffre d'affaires/pied carré	374	385	367
Chiffre d'affaires/pied carré*	407	416	394

* En excluant les magasins-entrepôts Le Château.

2. Activités de la Société (suite)

Ventilation du chiffre d'affaires selon le type de marchandise (en pourcentage des ventes au détail totales) :

	Exercice 2006-2007 %	Exercice 2005-2006 %	Exercice 2004-2005 %
Vêtements pour femmes	56	55	58
Vêtements pour hommes	15	14	13
Vêtements <i>JUNIOR GIRL</i>	1	4	6
Chaussures	12	9	7
Accessoires	16	18	16
	100	100	100

Au premier semestre, la Société a terminé l'abandon graduel de la division *JUNIOR GIRL* qu'elle avait entrepris deux ans auparavant.

2.2.3 Confection et distribution

CRÉATION ET DÉVELOPPEMENT DES PRODUITS

Le dessin de mode a toujours été l'un des points forts de la société Le Château, et la direction est consciente qu'elle doit maintenir cet avantage et l'exploiter pleinement. Visant une clientèle dynamique et à la mode, la Société se doit de rester à l'avant-garde.

Aussi, pour contenter les goûts précis de sa clientèle, la Société crée et développe ses propres collections de vêtements, de chaussures et d'accessoires, qu'elle vend sous la marque « Le Château ». Les services de dessin, de création et de confection possèdent tous les ingrédients de recherche et développement essentiels au succès d'une marque. Le Château se tient constamment au fait de l'évolution de la mode, grâce à son programme de recherche approfondie des tendances mondiales. Le savoir-faire de la Société en matière de dessin de mode lui permet d'adapter les articles en vogue aux caractéristiques démographiques de son marché, et ce, dans de courts délais. C'est ainsi que la Société peut offrir des vêtements, des chaussures et des accessoires avant-gardistes. L'intérêt soutenu manifesté à l'endroit de la marque Le Château est le fruit de liens étroits entre le dessin, l'approvisionnement, la confection et la vente — bref, d'une réaction rapide aux exigences du marché.

2. Activités de la Société (suite)

CONFECTION

L'intégration verticale de la société Le Château lui procure un atout unique au Canada : non seulement figure-t-elle parmi les détaillants d'importance du pays, mais en plus elle dessine et développe sa propre marque de vêtements, et la produit elle-même. Ses installations ultramodernes, comprenant entre autres des systèmes CAO/FAO et trois coupeuses robotisées, lui procurent depuis longtemps plusieurs avantages concurrentiels : courts délais de production et grande souplesse; maîtrise accrue des coûts; capacité de fournir aux consommateurs sur-le-champ ce qu'ils réclament; possibilité de rester branchée sur le marché au fil du temps.

Le Château confectionne ses vêtements de coupe exclusive dans ses installations louées, dont la superficie atteint 92 896 pieds carrés, ou confie ce travail à d'autres fournisseurs au Canada et à l'étranger. Les articles qu'elle produit sont d'abord taillés aux installations montréalaises, puis assemblés et cousus par des entrepreneurs indépendants de la province de Québec.

Un contrôle de la qualité est effectué à toutes les étapes de la confection. Les articles sont ensuite acheminés au centre de distribution de la Société pour un dernier contrôle, avant d'être expédiés aux magasins.

Le processus interne de confection de la société Le Château comprend les étapes suivantes :

- dessin;
- choix et achat des tissus et des passementeries;
- préparation des échantillons;
- réalisation du patron, marquage et gradation;
- coupe du tissu;
- inspection finale (contrôle de la qualité).

À l'instar de bon nombre de fabricants de vêtements, Le Château fait appel à divers sous-traitants pour ses travaux de couture. Montréal est l'un des grands centres nord-américains de l'industrie du vêtement. Grâce à son accès à cette grande capacité productive et à une main-d'œuvre spécialisée, la Société peut produire sur place, à profit. Des quelque 30 sous-traitants auxquels Le Château confie de la couture, aucun ne compte pour plus de 15 % de sa production.

2. Activités de la Société (suite)

Les procédés de confection de la Société font appel à du matériel informatique à la fine pointe pour :

- tracer les patrons à l'aide de la technologie de conception assistée par ordinateur (« CAO »);
- grader les patrons à l'aide de la technologie de fabrication assistée par ordinateur (« FAO »);
- optimiser l'emploi des matières premières;
- broder des motifs sur les tissus;
- étendre les tissus à couper;
- couper les tissus d'une façon robotisée.

2.2.4 Sources d'approvisionnement

En plus de fabriquer des produits dans ses propres installations, Le Château en achète chez d'autres producteurs canadiens, en importe directement et en achète également chez d'autres importateurs canadiens. En faisant jouer ces quatre sources d'approvisionnement selon la conjoncture des marchés, la Société maximise sa souplesse d'exploitation. La Société s'approvisionne auprès de plus de 300 entreprises du Canada, des États-Unis, d'Europe et d'Extrême-Orient. Son réseau de fournisseurs est très étendu, et aucun d'entre eux ne compte pour plus de 10 % de ses achats annuels.

Le tableau qui suit donne la ventilation des vêtements Le Château selon leur provenance :

	Exercice 2006-2007 %	Exercice 2005-2006 %	Exercice 2004-2005 %
Production	37	42	45
Importations	59	54	51
Fournisseurs canadiens	4	4	4
	100	100	100

Le Château a toujours préféré confectionner ses vêtements dans ses propres installations, car cela lui donne un degré optimal de maîtrise, de souplesse et de rapidité de réaction à l'évolution du marché. Toutefois, la Société recourt davantage à d'autres fabricants canadiens lorsque la demande bondit inopinément ou que les coûts d'une telle mesure sont avantageux. De façon générale, Le Château privilégie la confection au Canada, parce que cela lui permet de tester ses produits et de les lancer rapidement sur le marché par la suite.

2. Activités de la Société (suite)

2.2.5 Ressources humaines et matérielles

Au 27 janvier 2007, Le Château comptait 3 348 salariés, dont 1 746 travaillaient à temps plein et 1 602, à temps partiel.

La Société considère très satisfaisantes les relations de travail au sein de l'entreprise.

2.2.6 Stratégie marketing

La stratégie marketing de la société Le Château repose sur un choix judicieux de la marchandise, offerte en quantité appropriée et à un prix optimal pour en maximiser la rentabilité. Pour ce faire, Le Château effectue continuellement des tests de marché exhaustifs. La Société tire aussi le maximum de son système de terminaux de point de vente, qui rassemble l'information concernant les ventes pour chaque magasin et chacun des produits, incluant la taille, la couleur et le style. Les gestionnaires se servent quotidiennement de ces renseignements pour arrêter les commandes et décider, en fonction de la conjoncture des marchés, de fabriquer les articles sur place, de les importer ou de les acheter sur le marché intérieur.

La qualité de la marchandise constitue également un élément important de la stratégie marketing de la Société. En effet, des mesures de contrôle de la qualité garantissent que le rapport qualité-prix saura satisfaire la clientèle.

Le système d'information de gestion de la société Le Château regroupe en réseau les systèmes de marchandisage, de terminaux de point de vente et de production ainsi que les systèmes financiers. L'approche verticalement intégrée de la Société s'appuie sur l'utilisation de ces systèmes pour maîtriser les coûts et pour réagir efficacement aussi bien aux fluctuations du marché qu'aux exigences accrues des consommateurs. Le Château investit continuellement dans les technologies de l'information, ce qui est un facteur clé pour maintenir sa position de chef de file dans le domaine de la mode.

2.2.7 Droits incorporels

La Société est propriétaire inscrit de marques de commerce actives réparties comme suit : environ 73 au Canada, 15 aux États-Unis, 6 aux Émirats arabes unis et 4 en Arabie Saoudite. La Société a également entrepris des démarches en vue de déposer 4 marques de commerce en Chine, 3 dans l'Union européenne, 2 en Inde et 2 autres en Arabie Saoudite. Elle est d'avis que certaines de ses marques déposées constituent un atout important dans la commercialisation de ses produits.

2. Activités de la Société (suite)

2.2.8 Concurrence

Dans son domaine principal, les vêtements avant-gardistes, la Société concurrence les boutiques spécialisées indépendantes, de même que des chaînes de magasins spécialisés.

Comparativement aux boutiques indépendantes, la société Le Château est d'avis qu'elle peut offrir une gamme de produits plus étendue et meilleur marché, grâce à ses propres installations de confection et à ses ressources supérieures en matière de recherche des nouvelles tendances. Le Château bénéficie également d'une marque de commerce prestigieuse et d'un aménagement intérieur bien pensé qui met les vêtements en valeur et permet aux clients de trouver facilement ce qu'ils cherchent.

Par rapport aux autres chaînes de magasins, y compris les nouveaux venus internationaux, Le Château offre une sélection exclusive de vêtements d'avant-garde et un excellent rapport qualité-prix.

Somme toute, la direction estime que Le Château dispose des atouts nécessaires pour maintenir son créneau dans le marché canadien du prêt-à-porter. Parmi ces atouts, mentionnons les systèmes et le savoir-faire organisationnel nécessaires pour réagir promptement aux nouvelles tendances, un concept de vente au détail distinct et bien défini, une marque de commerce réputée, des installations de production souples et un nouvel aménagement des magasins qui plaît aux consommateurs d'aujourd'hui.

2.2.9 Variations saisonnières

Le chiffre d'affaires de la Société suit un cycle saisonnier puisque, traditionnellement, les ventes au détail sont plus élevées au troisième et au quatrième trimestres, en raison de la rentrée scolaire et de la période de Noël. En général, le chiffre d'affaires réalisé pendant le premier semestre représente 44 % de tout le volume annuel de la Société, tandis que celui réalisé au deuxième semestre représente 56 % de ce volume. En outre, les résultats du quatrième trimestre sont généralement plus faibles en raison des promotions d'après-Noël.

2. Activités de la Société (suite)

2.3 Facteurs de risque

Les facteurs de risque présentés ci-dessous ne sont pas exhaustifs et s'ajoutent aux autres facteurs mentionnés dans les présentes ou dans les documents que Le Château a déposés auprès d'organismes publics. Le Château exerce ses activités dans un secteur concurrentiel en rapide évolution. De nouveaux facteurs de risque pourraient se présenter; il est impossible pour la direction de les prévoir tous ou de déterminer leur incidence sur l'entreprise de la Société.

CONCURRENCE ET CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

La mode est une industrie hautement concurrentielle et d'envergure internationale qui se doit de suivre l'évolution rapide de la demande des consommateurs. De plus, plusieurs facteurs extérieurs, indépendants de la volonté de la Société, influencent le climat économique et la confiance des consommateurs.

Cet environnement accentue l'importance d'une différenciation en magasin, d'un service à la clientèle de qualité et du dépassement continu des attentes des clients, afin de leur offrir une expérience globale exceptionnelle en magasin. Dans cette optique, Le Château tente d'endiguer ce risque en misant sur son caractère distinctif en matière de mode, la mise en marché et le design novateurs de ses magasins, sa situation financière solide, ainsi que son équipe gagnante d'employés dynamiques se consacrant à offrir la meilleure expérience en magasin qui soit.

VARIATION DES DÉPENSES DE CONSOMMATION

La Société doit être à l'affût des nouveaux goûts des consommateurs et des nouvelles techniques marchandes et s'y adapter rapidement. Même si la Société tente de garder le contact avec les nouveaux modes de vie et goûts des consommateurs ayant une incidence sur sa marchandise, l'omission de sa part de repérer ces tendances et de s'y adapter pourrait avoir une incidence importante sur ses activités. L'évolution des habitudes de consommation pourrait également avoir une incidence sur les ventes. La majorité des magasins de la Société sont situés dans des centres commerciaux couverts. La capacité de maintenir ou de faire croître le volume de ventes repose en partie sur la popularité continue des centres commerciaux comme destination de choix des consommateurs et sur la capacité des centres commerciaux, des locataires et d'autres services de générer un achalandage élevé. De nombreux facteurs indépendants de la volonté de la Société pourraient réduire l'achalandage, notamment le ralentissement de l'économie, la fermeture de grands magasins à rayons, les conditions climatiques, les préoccupations au sujet d'attentats terroristes, les travaux de construction et l'accès, les modes de magasinage non traditionnels comme le commerce électronique, les magasins de vente au rabais et les centres commerciaux à ciel ouvert. Tout changement dans les habitudes des consommateurs pourrait avoir une incidence défavorable sur la situation financière et les résultats d'exploitation de la Société.

2. Activités de la Société (suite)

CONJONCTURE ÉCONOMIQUE ET INCERTITUDE NORMALE ENTOURANT LE MONDE DES AFFAIRES

La détérioration de la santé économique du milieu dans lequel la Société évolue (que ce soit, par exemple, le taux de croissance économique, le taux d'inflation, les taux de change et les taux d'imposition) peut avoir un impact sur la confiance des consommateurs et leurs dépenses ainsi que sur la capacité de la Société d'acheter des produits à un prix concurrentiel. Certains autres facteurs externes qui échappent à la volonté de la Société, comme les taux d'intérêt, les taux d'endettement des particuliers, les taux de chômage et le revenu disponible des particuliers, entre autres, peuvent également avoir une incidence sur des variables économiques et la confiance des consommateurs. La Société surveille l'évolution des facteurs économiques se rapportant aux marchés sur lesquels elle est présente et, dans le cadre de l'évaluation de sa stratégie et de ses activités d'exploitation, elle se sert de ces données pour rajuster ses projets et renouveler continuellement ses magasins, ses techniques marchandes et ses produits.

SAISONNALITÉ ET AUTRES FACTEURS

L'entreprise de la Société est de nature saisonnière, comme la plupart des entreprises de vente au détail. Les résultats d'exploitation de la Société dépendent dans une large mesure des ventes réalisées durant certaines périodes précises. Toute diminution importante des ventes durant ces périodes pourrait avoir un effet défavorable important sur la rentabilité de la Société. Les résultats d'exploitation de la Société peuvent également varier en conséquence de nombreux autres facteurs, notamment le choix du moment de l'ouverture de nouveaux magasins et les ventes nettes réalisées par les nouveaux magasins, l'effet des nouveaux magasins sur les magasins existants dans le même secteur commercial, la composition de la gamme de produits, les réductions et soldes offerts par nos concurrents et le choix du moment de ces soldes, ainsi que les habitudes d'achat et les préférences des consommateurs.

CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES

Les variations extrêmes des conditions météorologiques peuvent avoir une incidence sur le moment des dépenses de consommation et peuvent avoir un effet défavorable sur les résultats d'exploitation de la Société.

2. Activités de la Société (suite)

CHANGEMENTS DANS LES RELATIONS DE LA SOCIÉTÉ AVEC SES FOURNISSEURS

La Société est dans une certaine mesure dépendante du soutien qu'apportent les fournisseurs à ses activités. La Société n'a pas d'entente d'approvisionnement garanti avec ses principales sources d'approvisionnement. Par conséquent, rien ne garantit que ces fournisseurs continueront de remplir les exigences de la Société en matière de qualité, de style et de volume. En outre, si les fournisseurs refusent ou sont incapables d'accorder le crédit habituel dans un délai raisonnable, refusent d'expédier des produits fabriqués ou refusent d'acheter des produits pour remplir les commandes passées par la Société, les stocks de la Société seraient insuffisants pour les saisons à venir. L'incapacité de la Société à obtenir une marchandise de qualité et à la mode au moment opportun pourrait avoir un effet défavorable important sur les activités et les résultats d'exploitation de la Société.

RISQUE DE CHANGE

Le risque de change auquel la Société est exposée se limite aux fluctuations du cours entre le dollar canadien et le dollar américain. La Société a recours à des contrats à terme pour fixer le taux de change sur ses besoins prévus en dollars américains.

La Société est partie à des contrats de change utilisés pour gérer le risque de change. Les gains et les pertes matérialisés sur les contrats de change conclus afin de couvrir des opérations futures sont inclus dans l'évaluation de l'opération de change connexe.

La Société conclut des contrats de change à terme qui l'obligent à acheter des montants précis de devises à des dates futures fixes et à des taux de change à terme fixés d'avance. Les contrats sont appariés aux achats prévus en devises. La Société conclut des contrats de change à terme pour se protéger contre les risques de pertes découlant d'une baisse éventuelle de la valeur du dollar canadien par rapport aux devises. Afin de réduire les risques au minimum, la Société ne conclut des contrats de change à terme qu'avec des banques canadiennes.

BAUX

Tous les magasins de la Société sont assujettis à des baux à long terme, à l'exception du magasin de la rue Saint-Jean, à Québec, dont la Société est propriétaire. Toute augmentation des loyers pourrait avoir un effet défavorable sur la Société.

2. Activités de la Société (suite)

ÉVOLUTION DE LA LÉGISLATION ET DE LA RÉGLEMENTATION APPLICABLES À LA SOCIÉTÉ

Dans l'exploitation de son entreprise, la Société doit se conformer à diverses lois et à divers règlements afin de s'acquitter de ses responsabilités sociales et sociétales et d'éviter le risque de responsabilité criminelle ou civile de ses membres de la direction et de ses administrateurs ou le risque que ces derniers fassent l'objet de sanctions pécuniaires. La Société doit observer la législation et la réglementation notamment en matière d'environnement, de santé et de sécurité, de concurrence et de douanes et d'accise. La réglementation sur les salaires a également un impact sur les activités de la Société. Toute hausse appréciable du salaire minimum prévu par la loi entraînerait une augmentation du coût de la main-d'œuvre pour la Société, et cette augmentation ou les sanctions imposées pour le non-respect du minimum prévu par la loi pourraient avoir une incidence défavorable sur les activités, la situation financière et les résultats d'exploitation de la Société. Toute modification de la législation ou de la réglementation applicable à l'entreprise de la Société et qui est défavorable à cette dernière et à ses biens pourrait avoir une incidence sur l'exploitation et sur la situation financière de la Société. En outre, l'adoption de projets de règlements pourrait avoir un effet défavorable important sur les résultats d'exploitation et la situation financière de la Société.

3. Dividendes

Au cours de l'exercice 2006-2007, Le Château a poursuivi, pour la treizième année sans interruption, sa politique de versement de dividendes trimestriels sur ses actions de catégorie A avec droit de vote subalterne et ses actions de catégorie B avec droit de vote. Le tableau qui suit présente les dividendes en espèces déclarés par action de catégorie A et par action de catégorie B au cours des trois derniers exercices.

	Exercice 2006-2007 \$	Exercice 2005-2006 \$	Exercice 2004-2005 \$
Ordinaire	1,125	0,80	0,625
Spécial	3,00	---	---

Le 30 novembre 2006, le conseil d'administration a approuvé une modification à la politique de dividendes de la Société pour augmenter le dividende trimestriel de 50 %, celui-ci passant de 0,250 \$ à 0,375 \$ par action. En outre, le conseil d'administration a déclaré un dividende exceptionnel de 3,00 \$ par action, payable le 13 février 2007 aux actionnaires inscrits à la fermeture des bureaux le 30 janvier 2007.

Le 12 avril 2007, le conseil d'administration a approuvé une autre modification à la politique de dividendes pour augmenter le dividende trimestriel de 33 %, celui-ci passant de 0,375 \$ à 0,50 \$ par action.

Les porteurs d'actions de catégorie A ont droit à un dividende privilégié non cumulatif de 0,05 \$ par action, après quoi les porteurs d'actions de catégorie B ont droit à un dividende non cumulatif de 0,05 \$ par action; tous les autres dividendes déclarés au cours d'un exercice doivent être déclarés et versés en sommes égales par action, sur toutes les actions de catégorie A et toutes les actions de catégorie B alors en circulation, sans priorité ni distinction.

4. Description de la structure du capital

Le capital-actions autorisé de la Société consiste en un nombre illimité d'actions de catégorie A avec droit de vote subalterne (les « actions de catégorie A »), un nombre illimité d'actions de catégorie B avec droit de vote (les « actions de catégorie B »), un nombre illimité d'actions privilégiées de premier rang pouvant être émises en séries (les « actions privilégiées de premier rang »), un nombre illimité d'actions privilégiées de deuxième rang pouvant être émises en séries (les « actions privilégiées de deuxième rang ») et un nombre illimité d'actions privilégiées de troisième rang pouvant être émises en séries (les « actions privilégiées de troisième rang »). En date du 23 avril 2007, 4 187 141 actions de catégorie A et 2 040 000 actions de catégorie B étaient émises et en circulation et aucune action privilégiée de premier rang, action privilégiée de deuxième rang ou action privilégiée de troisième rang n'était émise et en circulation.

Actions de catégorie A. Chaque action de catégorie A confère à son porteur le droit d'exercer un vote, sauf si la Société propose de vendre, de louer ou d'échanger la totalité ou la quasi-totalité de ses actifs ou de distribuer ses actifs aux fins de liquidation de ses affaires, auquel cas les actions de catégorie A confèrent à leur porteur 10 voix par action. Sous réserve des droits prioritaires des porteurs des actions privilégiées, les porteurs d'actions de catégorie A auront droit, s'il est déclaré et au moment où il est déclaré par les administrateurs, à un dividende privilégié non cumulatif de 0,05 \$ par action au cours de chaque exercice. Sous réserve des droits prioritaires des porteurs d'actions privilégiées, en cas de liquidation ou de dissolution de la Société, les porteurs des actions de catégorie A ont droit, avant que soit distribuée toute partie des actifs de la Société aux porteurs d'autres actions, à une somme égale à la totalité des dividendes privilégiés déclarés sur leurs actions et non versés. Chaque action de catégorie A sera convertie en une action de catégorie B si à un moment donné M. Herschel H. Segal ou une société qu'il contrôle directement ou indirectement cesse d'être le propriétaire véritable, directement ou indirectement, avec plein pouvoir d'exercer en toutes circonstances les droits de vote rattachés à ces actions, d'actions de la Société conférant plus de 50 % des droits de vote rattachés à la totalité des actions en circulation de la Société. Si une offre visant plus de 20 % des actions de catégorie B est acceptée ou menée à terme ou si une offre est acceptée ou menée à terme à plus de 14 porteurs de ces actions à un prix excédant 115 % de leur valeur de marché (au sens attribué à ce terme dans les statuts de la Société), chaque action de catégorie A sera, au gré du porteur, convertie en une action de catégorie B aux fins d'accepter l'offre, à moins qu'au même moment une offre ne soit faite à tous les porteurs d'actions de catégorie A visant un pourcentage de ces actions au moins égal au pourcentage d'actions de catégorie B visées par l'offre et, par ailleurs, selon des modalités et des conditions au moins aussi avantageuses.

4. Description de la structure du capital (suite)

Actions de catégorie B. Chaque action de catégorie B confère à son porteur le droit d'exercer 10 votes. Après le versement du dividende privilégié non cumulatif aux porteurs d'actions de catégorie A, les porteurs d'actions de catégorie B ont droit, s'il est déclaré et au moment où il est déclaré par les administrateurs, à un dividende privilégié non cumulatif de 0,05 \$ par action au cours de cet exercice. Tous les autres dividendes déclarés après le versement des dividendes privilégiés non cumulatifs aux porteurs d'actions de catégorie B sont versés en sommes égales par action sur toutes les actions de catégorie A et les actions de catégorie B, sans priorité ni distinction. En cas de liquidation ou de dissolution de la Société, après que tous les dividendes privilégiés déclarés et non versés auront été versés aux porteurs d'actions de catégorie A, les porteurs d'actions de catégorie B auront droit, avant que soit distribuée toute partie des actifs de la Société aux porteurs d'autres actions, à une somme égale à tous les dividendes privilégiés déclarés et non encore versés sur leurs actions. Par la suite, les porteurs d'actions de catégorie A et les porteurs d'actions de catégorie B participent à parité, action pour action, à toute autre distribution d'actifs de la Société. Les porteurs d'actions de catégorie B ont le droit à tout moment de convertir leurs actions de catégorie B en actions de catégorie A à raison d'une action de catégorie A par action de catégorie B convertie. À l'exception de l'émission d'actions de catégorie B à la conversion d'actions de catégorie A, aucune action de catégorie B ne peut être émise par la Société sans l'approbation préalable des porteurs des actions de catégorie A donnée à la majorité des voix exprimées à une assemblée de ces porteurs.

S'il y a fractionnement ou regroupement des actions de catégorie A ou des actions de catégorie B, les actions de l'autre catégorie seront fractionnées ou regroupées de la même manière et leurs caractéristiques demeureront les mêmes.

Actions privilégiées de premier, de deuxième et de troisième rang. Les actions de chacune des catégories d'actions privilégiées peuvent être émises de temps à autre en une ou plusieurs séries, les modalités de chaque série, y compris le nombre d'actions, la désignation, les droits, les privilèges, les restrictions et les conditions, devant être déterminées par le conseil d'administration de la Société par voie de résolution. En ce qui a trait au versement de dividendes et au remboursement du capital, les actions privilégiées de premier rang ont priorité de rang sur les actions privilégiées de deuxième et de troisième rang, les actions de catégorie A et les actions de catégorie B, les actions privilégiées de deuxième rang ont priorité de rang sur les actions privilégiées de troisième rang, les actions de catégorie A et les actions de catégorie B, et les actions privilégiées de troisième rang ont priorité de rang sur les actions de catégorie A et les actions de catégorie B. Les actions privilégiées ne sont assorties d'aucun droit de vote.

La modification des dispositions rattachées à chaque catégorie d'actions privilégiées en tant que catégorie ou à toute série de ces actions en tant que série, aux actions de catégorie A en tant que catégorie ou aux actions de catégorie B en tant que catégorie exige les deux tiers des voix exprimées à une assemblée des porteurs des actions de la ou des catégories ou séries concernées.

4. Description de la structure du capital (suite)

Le 12 avril 2007, le conseil d'administration a approuvé le fractionnement, à raison de quatre pour une, des actions de catégorie A et des actions de catégorie B, sous réserve de l'approbation des actionnaires de la Société à la prochaine assemblée des actionnaires, qui doit se tenir le 27 juin 2007. Les renseignements sur les actions ainsi que les données par action présentés dans la présente notice annuelle ne tiennent pas compte du fractionnement d'actions.

5. Marché pour la négociation des titres

Les actions de catégorie A de la société Le Château Inc. sont inscrites à la cote de la Bourse de Toronto sous le symbole « CTU.A ».

Le tableau qui suit présente les cours extrêmes et le volume des opérations sur les actions de catégorie A de la société Le Château Inc. à la Bourse de Toronto pour chaque mois, de février 2006 au 27 janvier 2007 inclusivement.

<u>Mois</u>	<u>Haut</u>	<u>Bas</u>	<u>Volume des opérations</u>
27 janvier 2007	61,89	58,00	204 330
Décembre 2006.....	61,42	55,96	236 518
Novembre 2006	50,52	41,16	86 650
Octobre 2006	44,48	41,55	42 435
Septembre 2006	42,75	38,20	422 655
Août 2006	39,70	37,00	74 926
Juillet 2006	44,48	36,00	256 728
Juin 2006	55,00	39,05	330 613
Mai 2006.....	57,50	54,00	132 031
Avril 2006.....	59,40	56,05	167 954
Mars 2006.....	56,75	46,50	245 296
Février 2006	48,01	43,55	115 922

6. Administrateurs et membres de la haute direction

Le tableau qui suit présente le nom, la province ou l'État et le pays de résidence et les fonctions principales des administrateurs et des membres de la haute direction de la Société.

Nom	Poste au sein de la Société	Fonctions principales	Date d'entrée en fonction à titre d'administrateur
Richard Cherney ^{1) 2) 3)} (Québec, Canada)	Président du conseil non membre de la direction et administrateur	Coassocié directeur de Davies Ward Philips & Vineberg S.E.N.C.R.L., s.r.l., avocats	2005
Jane Silverstone Segal ^{2) 4)} (Québec, Canada)	Vice-présidente du conseil, chef de la direction et administratrice	Vice-présidente du conseil et chef de la direction de la Société	1983
Emilia Di Raddo ²⁾ (Québec, Canada)	Présidente, secrétaire générale et administratrice	Présidente et secrétaire générale de la Société	2000
Herschel H. Segal ^{2) 5) 6)} (Québec, Canada)	Administrateur	Chef de la direction jusqu'au 7 septembre 2006 et président du conseil de la Société jusqu'au 19 février 2007	1969
A.H.A. Osborn (Londres, Angleterre)	Administrateur	Chef de la direction, Alexon Group plc (vente au détail de vêtements)	1999
Herbert E. Siblin ^{2) 3) 7) 8)} (Québec, Canada)	Administrateur	Président, Siblin & Associés Ltée et président, Consultation Siblin Ltée (consultants en gestion)	2000
David Martz ^{2) 3) 7) 8)} (Québec, Canada)	Administrateur	Directeur, Martz Management Inc. (consultants en gestion)	2002
Maurice Tousson ^{2) 3) 7) 8)} (Ontario, Canada)	Administrateur	Président et chef de la direction, Groupe CDREM Inc. (chaîne de magasins de détail connus sous les noms de <i>Centre du Rasoir</i> et de <i>Personal Edge</i>)	2005

6. Administrateurs et membres de la direction (suite)

Nom	Poste au sein de la Société	Fonctions principales	Date d'entrée en fonction à titre d'administrateur
Betty Berliner (Québec, Canada)	Vice-présidente principale, Achats et mise en marché	Vice-présidente principale, Achats et mise en marché de la Société	—
Franco Rocchi (Québec, Canada)	Vice-président principal, Ventes et opérations	Vice-président principal, Ventes et opérations de la Société	—
Franco Niro (Québec, Canada)	Vice-président principal, Chaussures	Vice-président principal, Chaussures de la Société	—
Johnny Del Ciancio (Québec, Canada)	Vice-président, Finances	Vice-président, Finances de la Société	—
Enza Allegro (Québec, Canada)	Vice-présidente, Fabrication	Vice-présidente, Fabrication de la Société	—

- 1) M. Cherney a été nommé président du conseil non membre de la direction le 19 février 2007.
- 2) Membre du comité de direction du conseil (M. Maurice Tousson est membre de ce comité depuis le 6 avril 2006).
- 3) Membre du comité de gouvernance du conseil (M. Maurice Tousson est membre de ce comité depuis le 6 avril 2006).
- 4) M^{me} Silverstone Segal a été nommée chef de la direction le 7 septembre 2006.
- 5) M. Segal a été chef de la direction jusqu'au 7 septembre 2006 et président du conseil jusqu'au 19 février 2007.
- 6) Placements Mauvais Jours Ltée est propriétaire de 19 000 actions de catégorie B et est le seul actionnaire de 125387 Canada Inc., qui est propriétaire de 1 981 000 actions de catégorie B. Ces actions de catégorie B représentent 98 % des actions de catégorie B émises et en circulation. M. Segal est propriétaire de la totalité des actions comportant droit de vote émises et en circulation de Placements Mauvais Jours Ltée.
- 7) Membre du comité de vérification du conseil.
- 8) Membre du comité de la rémunération du conseil (M. Maurice Tousson est membre de ce comité depuis le 6 avril 2006).

Chacune des personnes mentionnées ci-dessus a occupé le poste présenté en regard de son nom au cours des cinq dernières années, à l'exception de M. Franco Niro, qui, de 1976 au 31 janvier 2003, a travaillé au sein du Groupe Aldo où il exerçait les fonctions d'administrateur et de vice-président directeur et qui, de février 2003 à décembre 2005, a travaillé comme consultant auprès de divers détaillants dans le domaine des chaussures et de la vente au détail, notamment auprès de la Société de mai à décembre 2005.

Le mandat de chaque administrateur en poste se termine à la levée de l'assemblée annuelle des actionnaires, à moins que l'administrateur ne soit réélu à cette assemblée. M. A.H.A. Osborn ne sera pas candidat à l'élection.

6. Administrateurs et membres de la direction (suite)

En tant que groupe, les administrateurs et les membres de la haute direction de la Société sont les véritables propriétaires, directement ou indirectement, d'environ 15 % des actions de catégorie A et de 100 % des actions de catégorie B, ou exercent un contrôle ou une emprise sur ces pourcentages d'actions. Les renseignements sur les actions détenues en propriété véritable ou sur lesquelles un contrôle ou une emprise est exercé n'étaient pas connus de la Société et ont été fournis par chacun des administrateurs et des membres de la haute direction de manière individuelle.

7. Agent des transferts et agent chargé de la tenue des registres

La société Services aux investisseurs Computershare inc. est l'agent des transferts et agent chargé de la tenue des registres au Canada pour les actions de catégorie A et les actions de catégorie B de la Société. Les registres des transferts pour chaque catégorie de titres se trouvent à ses bureaux principaux à Montréal et à Toronto.

8. Poursuites

La Société ne fait l'objet d'aucune poursuite qui pourrait avoir un effet important sur ses activités ou sur sa situation financière.

9. Membres de la direction et autres personnes intéressés dans des opérations importantes

À la connaissance de la Société, aucun administrateur ou membre de la haute direction ni aucune personne qui a des liens avec eux ni aucun membre du même groupe qu'eux n'a d'intérêt important, direct ou indirect, dans une opération conclue au cours des trois années précédant la date de la présente notice annuelle, ou dans une opération proposée qui a eu ou aura une incidence importante sur la Société.

10. Intérêts des experts

Le cabinet Ernst & Young s.r.l./S.E.N.C.R.L. a vérifié les états financiers de la Société pour l'exercice terminé le 27 janvier 2007. En tant que groupe, les membres de Ernst & Young s.r.l./S.E.N.C.R.L. ne sont propriétaires véritables ou inscrits d'aucune action en circulation de la société.

11. Comité de vérification

11.1 Règles du comité de vérification

Les règles du comité de vérification sont jointes aux présentes à titre d'annexe A.

11.2 Composition du comité de vérification

Le comité de vérification est actuellement composé de MM. Herbert E. Siblin, Maurice Tousson et David Martz. Chacun des membres du comité de vérification (i) est indépendant et (ii) possède des compétences financières.

11.3 Formation et expérience pertinentes

M. Herbert E. Siblin est comptable agréé. Il était l'un des fondateurs, en 1953, du cabinet d'experts-comptables Zittler, Siblin & Co, dont il est devenu associé directeur en 1966. Il a hissé le cabinet parmi les 10 plus importants du Canada. À la fusion de Zittler Siblin et Ernst & Young en 1991, M. Siblin est devenu associé directeur principal puis associé principal d'Ernst & Young, postes qu'il a occupés jusqu'en 1999. Depuis, il est président de Siblin & Associés Ltée, société de services-conseils en gestion. M. Siblin a obtenu le titre de Fellow de l'Ordre des comptables agréés du Québec en 1984. Il a été nommé membre à vie de l'Institut des comptables agréés de l'Ontario en 1999 et de l'Ordre des comptables agréés du Québec en 2003. En 2001, il est devenu Membre de l'Ordre du Canada en reconnaissance de son apport au monde des affaires. Au cours de sa carrière, il a siégé au Conseil de l'Ordre des comptables agréés du Québec pendant deux ans et a agi à titre de président du comité de déontologie de l'Ordre des comptables agréés du Québec. Il a également occupé diverses fonctions à l'Université McGill, recevant le titre de trésorier honoraire de 1991 à 2004, de président du comité de vérification et des finances de 1993 à 1998 et de gouverneur émérite en 1997.

11. Comité de vérification (suite)

M. Maurice Tousson est titulaire d'une maîtrise en administration des affaires de l'Université de Long Island, dans l'État de New York. Il est actuellement président et chef de la direction de Groupe CDREM Inc., chaîne de magasins de détail connus sous les noms de *Centre du Rasoir* et de *Personal Edge*, poste qu'il occupe depuis janvier 2000. Il a occupé diverses fonctions au sein de détaillants spécialisés canadiens bien connus, notamment Les Magasins Château du Canada Ltée, Distribution aux consommateurs et Sports Experts, où il a été tour à tour chargé de l'exploitation, des finances, de la commercialisation et de l'expansion de l'entreprise. M. Tousson siège actuellement au conseil d'administration des Industries Dorel Inc. et de plusieurs sociétés fermées.

M. David Martz est titulaire d'une maîtrise en administration des affaires spécialisée en finances de l'Université McMaster. Il a occupé divers postes de finances et de direction chez Steinberg Inc. de 1971 à 1983. De 1983 à 2002, il a été au service du Groupe Aldo, multinationale de vente au détail de chaussures ayant son siège à Montréal, où il occupait les postes de vice-président et de secrétaire général au moment de son départ. Il a également été administrateur du Conseil canadien du commerce de détail de 1993 à 2002. Depuis, M. Martz est directeur de Gestion Martz Inc., où il a la responsabilité des mandats de consultation en gestion d'entreprise et du secteur des organismes sans but lucratif. Il siège au conseil consultatif de plusieurs sociétés fermées.

11.4 Honoraires pour les services du vérificateur externe

Au cours des deux derniers exercices, la Société a versé à Ernst & Young s.r.l./S.E.N.C.R.L., vérificateur externe de la société, les honoraires suivants.

11.4.1 Honoraires de vérification

Les honoraires facturés au cours de chacun des deux derniers exercices par le vérificateur externe de la Société pour la vérification annuelle et les examens trimestriels des états financiers de la société ont totalisé 180 922 \$ pour l'exercice 2006-2007 et 167 000 \$ pour l'exercice 2005-2006.

11.4.2 Honoraires pour services liés à la vérification

Les honoraires facturés au cours de chacun des deux derniers exercices par le vérificateur externe de la Société pour les services-conseils en comptabilité qui sont raisonnablement liés à l'exécution de la vérification annuelle ou de l'examen trimestriel des états financiers de la Société (qui ne sont pas compris dans les honoraires de vérification susmentionnés) ont totalisé 35 980 \$ pour l'exercice 2006-2007 et 28 500 \$ pour l'exercice 2005-2006.

11. Comité de vérification (suite)

11.4.3 Honoraires pour services fiscaux

Les honoraires facturés au cours de chacun des deux derniers exercices par le vérificateur externe de la Société pour les services de fiscalité canadienne et de fiscalité américaine qui ne sont pas compris dans les honoraires de vérification et les honoraires pour services liés à la vérification susmentionnés ont totalisé 17 652 \$ pour l'exercice 2006-2007 et 17 097 \$ pour l'exercice 2005-2006.

11.4.4 Autres honoraires

Le vérificateur externe de la société n'a facturé à celle-ci aucuns autres honoraires que les honoraires de vérification, les honoraires pour services liés à la vérification et les honoraires pour services fiscaux susmentionnés pour les exercices 2006-2007 et 2005-2006.

12. Information supplémentaire

On trouvera d'autres renseignements concernant la société sur le site de Sedar, au www.sedar.com.

La circulaire de sollicitation de procurations de la société pour l'assemblée annuelle de ses porteurs de titres la plus récente, à laquelle des administrateurs ont été élus, contient également des renseignements supplémentaires, dont la rémunération des administrateurs et des membres de la direction et les prêts qui leur ont été consentis, les principaux porteurs de titres de la société et les titres dont l'émission est autorisée aux termes des régimes de rémunération en actions, le cas échéant.

Des informations financières supplémentaires figurent dans les états financiers et le rapport de gestion de la société pour le dernier exercice.

ANNEXE A

LE CHÂTEAU INC.

RÈGLES DU COMITÉ DE VÉRIFICATION

1. LE COMITÉ

1.1 Le comité de vérification du conseil a l'objet, la composition et les responsabilités énoncés aux présentes.

1.2 Certaines définitions – Dans les présentes règles, il faut entendre par :

- a) « administrateur » : un membre du conseil;
- b) « comité » : le comité de vérification du conseil;
- c) « conseil » : le conseil d'administration de la société;
- d) « président » : le président du comité;
- e) « rapport de gestion » : le rapport de gestion prévu dans le règlement 51-102;
- f) « règles » : les présentes règles écrites du comité et toutes règles du comité que le conseil pourrait adopter à l'occasion à titre de règles du comité, dans leur version modifiée;
- g) « société » : Le Château Inc.;
- h) « vérificateur externe » : le vérificateur indépendant de la société.

1.3 Interprétation – Les dispositions des présentes règles sont assujetties aux dispositions du règlement administratif de la société et aux dispositions applicables de la législation applicable.

2. OBJET

2.1 Objet – Le comité a pour objet principal d'aider le conseil à surveiller ce qui suit :

- a) l'intégrité des états financiers de la société;
- b) la conformité de la société aux exigences légales et réglementaires;

- c) les compétences et l'indépendance du vérificateur externe;
- d) le rendement du vérificateur externe.

3. COMPOSITION ET FONCTIONNEMENT DU COMITÉ

3.1 Nombre de membres – Le comité est composé d'au moins trois membres, qui sont tous administrateurs.

3.2 Nomination et destitution des membres du comité

- a) *Nomination des membres par le conseil.* Le conseil nomme les membres du comité en tenant compte de la recommandation du comité des candidatures du conseil.
- b) *Nomination annuelle.* Les membres du comité sont nommés annuellement à la première réunion du conseil suivant une assemblée des actionnaires au cours de laquelle des administrateurs sont élus; toutefois, si les membres du comité ne sont pas ainsi nommés, les administrateurs qui sont alors membres du comité continuent d'exercer leurs fonctions à ce titre jusqu'à la nomination de leurs remplaçants.
- c) *Vacance.* Le conseil peut nommer un membre pour pourvoir un poste vacant au sein du comité entre les élections annuelles des administrateurs.
- d) *Destitution d'un membre.* Un membre du comité peut être démis de ses fonctions au comité par voie de résolution du conseil.

3.3 Indépendance des membres – Chaque membre du comité est indépendant pour les besoins de toutes les exigences réglementaires applicables, à moins qu'il ne puisse être dispensé de cette exigence d'indépendance et que le conseil ne soit d'avis que le fait de se prévaloir d'une telle dispense serait dans l'intérêt de la société et de ses actionnaires.

3.4 Compétences financières

- a) *Obligation relative aux compétences financières.* Chaque membre du comité doit posséder des compétences financières ou acquérir ces compétences dans un délai raisonnable après sa nomination au comité.
- b) *Définition de compétences financières.* Il faut entendre par « compétences financières » la capacité de lire et de comprendre un jeu d'états financiers qui présentent des questions comptables d'une ampleur et d'un degré de complexité comparables, dans l'ensemble, à celles dont on peut raisonnablement croire qu'elles seront soulevées à la lecture des états financiers de la société.

3.5 Expert financier du comité de vérification

- a) *Attributs de l'expert financier du comité de vérification.* Dans la mesure du possible, le conseil nomme au comité des administrateurs qui possèdent dans l'ensemble les attributs suivants :
- (i) la compréhension des principes comptables généralement reconnus du Canada et des états financiers;
 - (ii) la capacité d'évaluer de manière générale l'application de ces principes comptables reliés à la comptabilisation des estimations, des produits à recevoir, des charges à payer et des réserves;
 - (iii) de l'expérience dans l'établissement, la vérification, l'analyse ou l'évaluation d'états financiers qui présentent des questions comptables d'une ampleur et d'un degré de complexité comparables, dans l'ensemble, à celles dont on peut raisonnablement croire qu'elles seront soulevées à la lecture des états financiers de la société, ou une expérience de supervision active de personnes exerçant ces activités;
 - (iv) la compréhension du contrôle interne et des procédures de communication de l'information financière;
 - (v) la compréhension des fonctions d'un comité de vérification.
- b) *Expérience de l'expert financier du comité de vérification.* Dans la mesure du possible, le conseil nomme au comité au moins un administrateur qui a acquis les attributs énumérés à l'alinéa a) ci-dessus de l'une des façons suivantes :
- (i) formation et expérience en tant que membre principal de la direction des finances, membre principal de la direction de la comptabilité, contrôleur, expert-comptable ou vérificateur, ou expérience dans un ou plusieurs postes comportant l'exécution de fonctions semblables (ou toute autre compétence jugée pertinente par le conseil, selon son jugement professionnel);
 - (ii) expérience en surveillance active d'un membre principal de la direction des finances, d'un membre principal de la direction de la comptabilité, d'un contrôleur, d'un expert-comptable, d'un vérificateur ou d'une personne exerçant des fonctions semblables;
 - (iii) expérience en surveillance ou en évaluation du rendement de sociétés ou d'experts-comptables relativement à l'établissement, à la vérification ou à l'évaluation d'états financiers;
 - (iv) toute autre expérience pertinente.

4. PRÉSIDENTE DU COMITÉ

4.1 Nomination du président par le conseil – Le conseil nomme à titre de président l'un des administrateurs parmi les membres du comité (à défaut de quoi, les membres du comité nomment l'un d'entre eux à ce titre).

4.2 Nomination annuelle du président – Le président du comité est désigné annuellement à la première réunion du conseil qui suit une assemblée des actionnaires au cours de laquelle des administrateurs sont élus. Si le président n'est pas ainsi désigné, l'administrateur qui agit alors à titre de président continue d'exercer ses fonctions jusqu'à la nomination de son remplaçant.

5. RÉUNIONS DU COMITÉ

5.1 Quorum – Le quorum est constitué par la majorité des membres du comité.

5.2 Secrétaire – Sous réserve du règlement administratif de la société, le président désigne à l'occasion pour agir à titre de secrétaire du comité une personne qui n'est pas nécessairement membre du comité.

5.3 Date et lieu des réunions – Le comité détermine la date et le lieu de ses réunions ainsi que la convocation à celles-ci et la procédure à y suivre à tous égards, mais il se réunit au moins une fois par trimestre.

5.4 Réunions à huis clos – À toute réunion du comité à laquelle le comité recommande que le conseil approuve les états financiers vérifiés annuels ou à laquelle le comité approuve les états financiers trimestriels, le comité rencontre séparément :

- a) la direction;
- b) le vérificateur externe.

5.5 Droit de vote – Chaque membre du comité a le droit de voter sur les questions soumises au vote du comité.

5.6 Invités – Le comité peut inviter notamment des administrateurs, des membres de la direction et des employés de la société à participer à ses réunions pour l'aider à traiter et à examiner les questions à l'étude.

6. POUVOIRS DU COMITÉ

6.1 Services et rémunération de conseillers – Le comité a le pouvoir de retenir les services de conseillers juridiques et d'autres conseillers indépendants qu'il juge appropriés, à sa seule appréciation, ainsi que de fixer et de payer la rémunération de ces conseillers. Le comité n'est pas tenu d'obtenir l'approbation du conseil afin de retenir les services ou de rémunérer ces conseillers.

6.2 Recommandations au conseil – Le comité a le pouvoir de faire des recommandations au conseil, mais il n'a pas d'autres pouvoirs de prise de décision que ceux qui sont expressément prévus dans les présentes règles.

7. RÉMUNÉRATION DES MEMBRES DU COMITÉ

7.1 Rémunération des membres du comité – En contrepartie de leurs services au sein du comité, les membres et le président du comité reçoivent la rémunération que le conseil détermine à l'occasion.

7.2 Rémunération des administrateurs – Aucun membre du comité ne peut gagner au sein de la société ou de ses filiales de rémunération autre que la rémunération versée aux administrateurs (qui peut comprendre une somme en espèces et/ou des actions ou des options, ou une autre contrepartie en nature qui est normalement offerte aux administrateurs, ainsi que l'ensemble des avantages courants que les autres administrateurs reçoivent). Il est entendu qu'aucun membre du comité ne doit accepter, directement ou indirectement, de la part de la société ou de l'une de ses filiales, d'honoraires compensatoires, notamment à titre de consultant ou de conseiller.

8. FONCTIONS ET RESPONSABILITÉS DU COMITÉ

8.1 Examen et approbation de l'information financière

- a) *États financiers annuels.* Le comité examine les états financiers annuels vérifiés et le rapport de gestion connexe de la société ainsi que le rapport du vérificateur externe s'y rattachant, puis il en discute avec la direction et le vérificateur externe et, s'il y a lieu, il recommande au conseil d'approuver les états financiers annuels vérifiés.
- b) *États financiers intermédiaires.* Le comité examine les états financiers intermédiaires non vérifiés et le rapport de gestion connexe de la société, puis il en discute avec la direction et le vérificateur externe et, s'il y a lieu, il les approuve.
- c) *Communication de l'information financière importante au public.* Le comité discute avec la direction et le vérificateur externe de ce qui suit :
 - (i) le genre de renseignements devant être communiqués et le genre de présentation devant être faite dans les communiqués faisant état des résultats;
 - (ii) l'information financière et les indications relatives aux résultats (s'il y a lieu) fournies aux analystes et aux agences de notation;
 - (iii) les communiqués qui renferment de l'information financière importante.

- d) *Procédures d'examen.* Le comité doit s'assurer que des procédures adéquates sont en place pour l'examen de la communication, par la société, de l'information financière extraite ou tirée des états financiers de la société (autre que l'information présentée dans des états financiers, des rapports de gestion et des communiqués faisant état des résultats, dont il est question ailleurs dans les présentes règles) et il évalue périodiquement le caractère adéquat de ces procédures.
- e) *Traitement comptable.* Le comité examine ce qui suit et en discute avec la direction et le vérificateur externe :
- (i) les principales questions relatives aux principes comptables et à la présentation des états financiers, y compris toutes les modifications importantes apportées par la société au choix ou à l'application des principes comptables, et les principales questions concernant le caractère adéquat des contrôles internes de la société ainsi que toute mesure particulière en matière de vérification adoptée pour corriger les lacunes importantes des contrôles;
 - (ii) les analyses effectuées par la direction et/ou le vérificateur externe qui présentent des questions et des jugements importants en matière de communication d'information financière, qui sont réalisées dans le cadre de l'établissement des états financiers, notamment les analyses des effets de l'utilisation d'autres traitements comptables conformes aux PCGR dans les états financiers;
 - (iii) l'effet des projets réglementaires et comptables;
 - (iv) les attestations des états financiers par la direction prévues aux termes de la législation en valeurs mobilières applicable au Canada ou autrement.

8.2 Vérificateur externe

- a) *Pouvoirs relatifs au vérificateur externe.* Le comité a la responsabilité directe de la surveillance des travaux du vérificateur externe engagé pour établir ou livrer un rapport de vérification ou rendre d'autres services de vérification, d'examen ou d'attestation à la société. Le comité s'acquitte de cette responsabilité comme suit :
- (i) il recommande au conseil la personne ou le cabinet dont la candidature à la fonction de vérificateur externe pour les besoins indiqués ci-dessus est proposée aux actionnaires de la société ainsi que la rémunération à verser au vérificateur externe, et détermine si le conseil devrait recommander aux actionnaires de la société de destituer le vérificateur externe en fonction;

- (ii) il examine les modalités de la mission du vérificateur externe, discute des honoraires de vérification avec le vérificateur externe et approuve ces honoraires;
 - (iii) il exige que le vérificateur externe confirme tous les ans dans sa lettre de mission qu'il est tenu de rendre des comptes au conseil et au comité en tant que représentants des actionnaires.
- b) *Indépendance.* Le comité doit s'assurer de l'indépendance du vérificateur externe. À cette fin :
- (i) à moins et avant d'adopter des politiques et des procédures d'approbation préalable, et sous réserve de l'alinéa 8.2d)(ii), le comité approuve les services non liés à la vérification devant être rendus par le vérificateur externe;
 - (ii) il examine et approuve la politique qui prévoit les restrictions imposées à l'embauche par la société d'associés et d'employés actuels ou anciens du vérificateur externe actuel ou ancien de la société.
- c) *Difficultés entre le vérificateur externe et la direction.* Le comité s'acquitte de ce qui suit :
- (i) il examine les problèmes ou préoccupations auxquels se heurte le vérificateur externe au cours de sa mission de vérification, notamment les limitations imposées à l'étendue de ses activités ou à l'accès aux renseignements demandés;
 - (ii) il examine les désaccords importants avec la direction et, dans la mesure du possible, il règle tout désaccord entre la direction et le vérificateur externe;
 - (iii) il examine les points suivants avec le vérificateur externe :
 - (A) les redressements comptables qui ont été proposés par le vérificateur externe, mais que la direction n'a pas effectués;
 - (B) les communications entre l'équipe de vérification et le bureau national du cabinet de vérification en ce qui concerne les difficultés de vérification ou les difficultés comptables posées par la mission;
 - (C) la production ou le projet de production, par le vérificateur externe à l'intention de la société, d'une lettre de recommandations ou d'une lettre sur les contrôles internes.

- d) *Services non liés à la vérification.*
- (i) Selon le cas, le comité s'acquitte de ce qui suit :
 - (A) il approuve au préalable les services non liés à la vérification qui sont rendus à la société (y compris ses filiales) par le vérificateur externe de la société ou par celui d'une de ses filiales;
 - (B) il adopte des politiques et des procédures précises pour retenir des services non liés à la vérification, à condition que ces politiques et procédures d'approbation préalable soient détaillées quant aux services visés, que le comité de vérification soit informé de chaque service non lié à la vérification et que les procédures n'aient pas pour effet notamment de déléguer à la direction des responsabilités du comité de vérification.
 - (ii) Le comité peut déléguer à un ou à plusieurs de ses membres le pouvoir d'approbation préalable des services non liés à la vérification conformément à l'exigence prévue à l'alinéa qui précède, à condition que ce ou ces membres présentent les services non liés à la vérification ainsi approuvés à l'ensemble du comité à l'occasion de la réunion prévue au calendrier qui suit l'approbation préalable.
 - (iii) Le comité enjoint la direction de porter à son attention dans les meilleurs délais les services rendus par le vérificateur externe que la société n'a pas reconnus comme des services non liés à la vérification au moment où la mission a été confiée au vérificateur externe.
- e) *Évaluation du vérificateur externe.* Le comité évalue annuellement le vérificateur externe, et il présente ses conclusions au conseil. Dans le cadre de cette évaluation, le comité s'acquitte de ce qui suit :
- (i) il examine et évalue le rendement de l'associé responsable de la mission du vérificateur externe;
 - (ii) il obtient les avis de la direction concernant le rendement du vérificateur externe.
- f) *Examen de l'évaluation et des mesures correctives de la direction.* Le comité s'acquitte de ce qui suit :
- (i) il examine l'évaluation que fait la direction de la vérification effectuée par le vérificateur externe;

- (ii) il examine les recommandations du vérificateur externe et les mesures correctives prises par la direction à cet égard et le suivi des lacunes qui ont été signalées;
- (iii) il examine les mesures correctives prises par la direction à la suite des recommandations importantes touchant les contrôles internes qui ont été formulées par le vérificateur externe;
- (iv) il reçoit les rapports périodiques de la direction ainsi que toute observation du vérificateur externe sur les questions suivantes :
 - (A) les principaux risques financiers auxquels la société fait face;
 - (B) les systèmes mis en place pour contrôler ces risques;
 - (C) les stratégies (y compris les stratégies de couverture) appliquées pour gérer ces risques;
- (v) il recommande au conseil toute nouvelle stratégie importante présentée par la direction qui devrait être considérée appropriée et approuvée.

8.3 Opérations entre personnes apparentées – Le comité examine et approuve toutes les opérations entre personnes apparentées auxquelles la société est partie ou que la société se propose de conclure.

8.4 Dénonciation – Le comité établit des procédures en ce qui concerne :

- a) la réception, la conservation et le traitement des plaintes reçues par la société au sujet de la comptabilité, des contrôles comptables internes ou de la vérification;
- b) l'envoi confidentiel, sous le couvert de l'anonymat, par les employés de la société de préoccupations touchant des points discutables en matière de comptabilité ou de vérification.

8.5 Conseillers externes spéciaux – Le comité examine et, s'il le juge approprié, approuve les demandes des administrateurs ou des comités du conseil concernant l'engagement ponctuel de conseillers externes spéciaux (ces demandes s'ajoutant à tout droit d'engager des conseillers externes que confère à un administrateur ou à un comité du conseil la législation générale sur les sociétés).

9. SOUS-COMITÉS

9.1 Délégation à des sous-comités – Le comité peut, s'il le juge approprié, mettre sur pied des sous-comités et leur déléguer des pouvoirs.

10. RAPPORTS AU CONSEIL

10.1 Rapports courants – Le comité fait rapport au conseil après chacune de ses réunions et à tout autre moment que le président juge approprié.

11. ÉVALUATION DU RENDEMENT

11.1 Évaluation du rendement – Pour évaluer son rendement et son efficacité, le comité suit la procédure établie par le comité de gouvernance à l'intention de tous les comités du conseil.

12. EXAMEN DES RÈGLES

12.1 Examen des règles – Le comité examine et évalue périodiquement le caractère adéquat des présentes règles, et il recommande au conseil d'y apporter les changements qu'il juge appropriés.