

rapport annuel
2006

UNE ÉQUIPE UN RÉSEAU **UNE FORCE ÉCONOMIQUE**



mission

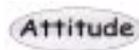
La mission d'Uni-Sélect est de créer de la valeur économique pour ses membres et actionnaires en construisant un solide réseau nord-américain

- de distribution de pièces de rechange pour véhicules moteurs et
- de services aux membres sur une base à la carte

afin de rencontrer le plus efficacement possible les besoins en constante évolution des marchands membres et des clients.

La priorité d'Uni-Sélect est d'assurer sa croissance et son développement, principalement par le biais de ses marchands indépendants.

Uni-Sélect procurera à ses marchands membres un avantage concurrentiel afin qu'ils détiennent une place dominante dans leur marché respectif.



Assemblée annuelle et spéciale des actionnaires

Le 10 mai 2007, à 13h30, Hôtel Ritz-Carlton, Salon or et gris, 1228, rue Sherbrooke Ouest, Montréal (Québec)

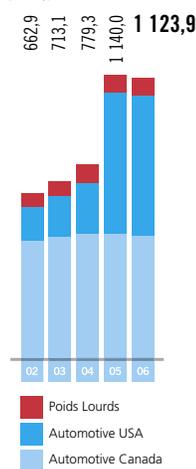
réalisations 2006 évolution • consolidation

EXPANSION :

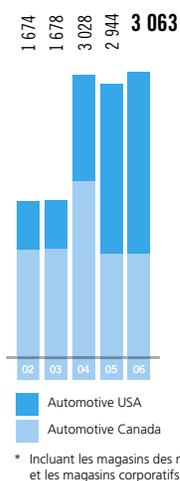
CONSOLIDATEUR / INTÉGRATEUR NORD-AMÉRICAIN

- 16 acquisitions en 2006, pour des ventes additionnelles de 86 M\$ sur une base annuelle
- Excluant la fluctuation du taux de change, croissance de 21,2 M\$ ou 1,9 % des ventes consolidées, à la faveur des acquisitions de 2005 et de 2006

Ventes (en M\$)



Nombre de magasins desservis dans le secteur automobile*



GRUPE AUTOMOTIVE USA :

- Hausse de 6,4 % des ventes à taux de change constant, grâce aux acquisitions de 2005 et 2006
- Intégration des acquisitions de 2005 et réalisation de 12 nouvelles acquisitions en 2006 :
 - Auto Craft Automotive Products en Pennsylvanie (1 centre de distribution, 5 entrepôts satellites et 7 magasins corporatifs)
 - Tier Parts Warehouse dans l'État de New York (1 centre de distribution et 16 magasins)
 - Grossistes regroupant 12 magasins dans divers états (en plus de l'ouverture de 8 nouvelles succursales)
- Intégration de MAWDI (année II) :
 - lignes de produits communes (complété) et plusieurs lignes non communes
 - systèmes informatiques opérationnels (terminé en février 2007)
 - systèmes financiers et comptables, ressources humaines, management et distribution
- Début de la synchronisation des modèles d'affaires canadien et américain
- Mise place d'un système de « benchmarking » pour les magasins corporatifs et les centres de distribution
- Introduction de l'image corporative d'Uni-Sélect aux États-Unis
- Mise à jour du plan stratégique 2006-2010

GRUPE AUTOMOTIVE CANADA :

- Acquisition de la part du partenaire dans USI-AGI Prairies Inc. (rebaptisée Uni-Sélect Prairies Inc.), apportant un BAIIA additionnel de 3,4 M\$ en 2006
- Trois autres acquisitions :
 - Albatross (trois magasins corporatifs dans la région de Toronto)
 - Participation au capital d'un exploitant de magasins en C.-B.
 - Plastique Royal au Québec (distributeur de produits de carrosserie et de peinture donnant l'accès à une nouvelle niche de marché)
- Stabilisation et optimisation de la distribution d'une nouvelle ligne de silencieux et de composantes pour systèmes d'échappement aux franchisés MIDAS
- Renforcement et décentralisation régionale des programmes de planification successorale et de partenariat à l'intention des marchands membres
- Mise à jour du plan stratégique 2007-2011

SERVICE :

PARTENAIRE DE CHOIX POUR LES GROSSISTES INDÉPENDANTS ET AUTRES CLIENTS

GRUPE AUTOMOTIVE CANADA :

- Atteinte d'un niveau inégalé de disponibilité des pièces au Québec, grâce à l'optimisation de la nouvelle structure de distribution (centre de distribution central à Boucherville et deux entrepôts satellites à Québec et à St-Léonard) et du Système de gestion d'entrepôts sans papier (SGE) à Boucherville
- Implantation réussie du SGE au centre d'Edmonton
- Nouvelles initiatives dans la gestion proactive des produits : pièces pour voitures importées, pièces d'entrée de gamme, produits de carrosserie
- Renforcement des programmes de partenariat et de succession pour les marchands membres (grossistes)
- Succès du nouveau programme de fidélisation SAX pour les installateurs
- Développement des programmes de formation technique hors Québec (sessions de perfectionnement technique offertes à 1 908 personnes à travers le Canada en 2006)
- Expansion de la *communauté virtuelle* intégrant tous les intervenants de la chaîne de distribution :
 - perfectionnement du portail VICTOR (Uni-Sélect – marchands grossistes) : 80 % des lignes-items maintenant transigées de façon électronique
 - démarrage de DAVE (marchands – installateurs) qui sera rodé en 2007
 - développement de MARC (manufacturiers – Uni-Sélect), qui permettra l'accès à de nouvelles sources rapides et fiables d'information de gestion



GRUPE AUTOMOTIVE USA :

- Synchronisation des stratégies de marketing et de gestion de produits avec celles du Groupe Automotive Canada :
 - introduction de la bannière Auto Plus® auprès des grossistes américains
 - élargissement de la sélection de produits, en particulier dans la catégorie des pièces pour voitures importées
 - introduction de la marque privée Auto Extra® d'Uni-Sélect pour les produits d'entrée de gamme
- Poursuite des plans de succession et de support à la croissance des marchands
- Optimisation du système de e-commerce

objectifs 2007-2010

Afin de maximiser la plus-value économique offerte à ses marchands indépendants, ses clients et ses actionnaires, Uni-Sélect misera sur la force de son RÉSEAU NORD-AMÉRICAIN...

- en poursuivant son rôle de consolidateur et d'intégrateur efficace de son industrie en Amérique de Nord,
- en renforçant et en faisant évoluer sans cesse son modèle d'affaires de façon à répondre aux nouveaux besoins du marché et à stimuler sa croissance organique, et
- en intégrant davantage ses stratégies et ses systèmes informatiques pour maximiser les synergies entre ses groupes et les opportunités de croissance à l'échelle nord-américaine.

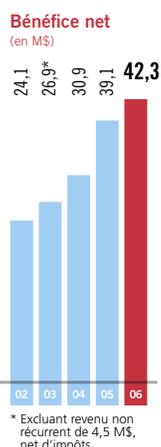
GRUPE AUTOMOTIVE USA :

- Compléter des transactions d'envergure de fusions, acquisitions, alliances stratégiques, affiliations et partenariats (« FAAAPs »)
- Finaliser l'intégration de MAWDI de façon à concrétiser la majorité des synergies à la fin de 2007
- Finir d'intégrer les acquisitions réalisées en 2006 et améliorer les processus d'intégration afin d'accélérer la réalisation
- Accélérer la croissance organique et augmenter les marges bénéficiaires ainsi que le retour sur actifs, par l'amélioration du modèle d'affaires, la synchronisation des stratégies avec le Groupe Automotive Canada et l'implantation de la culture d'entreprise Uni-Sélect
- Principales actions visées en 2007 :
 - recrutement de nouveaux marchands indépendants
 - renforcement des programmes de succession et de partenariat avec les grossistes
 - élargissement de la sélection de produits, principalement pour les voitures importées et les produits d'entrée de gamme

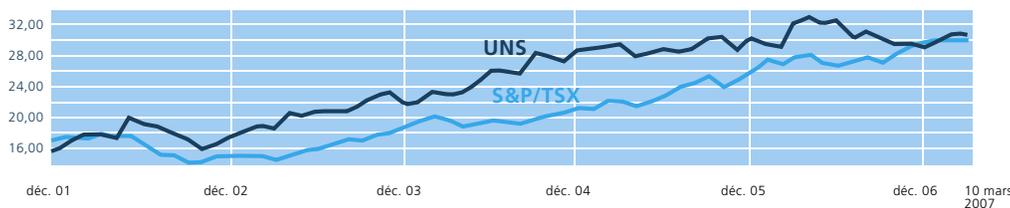
RENTABILITÉ :

CRÉATEUR DE VALEUR POUR NOS ACTIONNAIRES

- Bénéfice net de 42,3 M\$ ou 2,14 \$ dilué par action, en hausse de 8,2 % sur 2005 (malgré une incidence négative de 1,2 M\$ ou de 0,06 \$ par action attribuable à la fluctuation des devises)
- Rendement de 15,4 % sur l'actif moyen des actionnaires
- Dividende de 0,38 \$ par action
- Croissance de 10,3 % du BAIIA consolidé : 81,9 M\$
- Augmentation de 26,4 % du BAIIA du **Groupe Automotive Canada** (47,1 M\$) et hausse significative de sa marge bénéficiaire :
 - contribution de 100 % d'Uni-Sélect Prairies Inc. pendant les 7 derniers mois de l'année
 - amélioration des conditions d'achat
 - baisse des coûts d'exploitation et de la base d'actifs au Québec résultant de la nouvelle stratégie de distribution, selon la formule de centres de distribution centraux complétés par des entrepôts satellites régionaux
 - poursuite du déploiement du SGE et modernisation des infrastructures technologiques
 - compétence accrue en gestion de magasins corporatifs



Cours de l'action UNS
(en comparaison avec le S&P/TSX)



Pour l'exercice 2007, Uni-Sélect prévoit une croissance de ses ventes et de son bénéfice en raison des principaux facteurs suivants :

- une amélioration de la demande dans le secteur automobile en Amérique du Nord,
- le renforcement des modèles d'affaires des trois groupes,
- la pleine contribution de Uni-Sélect Prairies Inc.,
- le redressement anticipé de la performance du Groupe Poids Lourds,
- une légère inflation prévue des prix des produits du Groupe Automotive Canada, à la faveur de la baisse récente du dollar canadien, et
- la réalisation d'acquisitions.

- implantation de magasins corporatifs en milieux urbains et amélioration de leur performance
- développement de comptes nationaux (ex. : propriétaires de flottes)
- poursuite du « benchmarking »
- amélioration des contrôles
- déploiement de l'identification du groupe Uni-Sélect

GRUPE AUTOMOTIVE CANADA :

- Intégrer les acquisitions complétées en 2006 pour en maximiser les synergies, réaliser d'autres FAAAPs et stimuler la croissance organique. Actions prévues en 2007 :
 - recrutement de nouveaux membres, fidélisation de la clientèle actuelle et renforcement des plans de succession et de partenariat à l'intention des grossistes
 - renforcement des stratégies d'approvisionnement et de mise en marché dans les catégories stratégiques de produits (pièces pour véhicules importés, produits d'entrée de gamme, outillage, produits de carrosserie et systèmes de contrôle de la température)
 - modernisation des bannières pour installateurs et développement des programmes de marketing et de formation offerts à ces derniers
 - développement de nouvelles niches de marché complémentaires au marché traditionnel, incluant l'optimisation des ententes avec les comptes nationaux existants et la signature de nouvelles ententes
- Continuer d'augmenter la productivité, la qualité du service et la rentabilité. Actions prévues en 2007 :
 - déploiement de la stratégie de distribution en Ontario (Toronto et London)
 - optimisation du SGE à Edmonton et implantation à Burnaby (Colombie-Britannique)
 - développement des stratégies d'approvisionnement international
 - structuration en cours et amélioration de la gestion des magasins corporatifs
 - déploiement de la *communauté virtuelle*

- Malgré la fluctuation des devises, augmentation de 2,8 % du BAIIA (36,8 M\$) et amélioration de la marge bénéficiaire du **Groupe Automotive USA** :
 - acquisitions de 2005 et 2006
 - synergies additionnelles résultant de l'intégration de MAWDI
 - Benchmarking et meilleure performance dans la gestion des magasins corporatifs
 - fermeture de 10 succursales non rentables
 - amélioration du retour sur actifs
- BAIIA négatif de (2,0 M\$) pour le **Groupe Poids Lourds** en raison d'un ralentissement de la demande, de retours importants de roues, de la hausse du stock et du coût élevé du transport
- Principaux **développements corporatifs** :
 - réalisation de 16 acquisitions (12 aux États-Unis, 4 au Canada)
 - harmonisation des programmes de marketing entre le Canada et les États-Unis
 - développement des processus de gestion des risques
 - nomination d'un chef de l'exploitation et embauche d'un nouveau chef de la direction financière
 - nomination d'un nouveau vice-président exécutif pour le Groupe Poids Lourds chargé du redressement et du développement de ce groupe
 - renforcement de l'équipe de gestion, en particulier dans le Groupe Automotive Canada et le Groupe Poids Lourds
 - maintien d'une structure de capital flexible et d'un niveau d'endettement raisonnable (ratio d'endettement total net sur capital investi de 23,4 % au 31 décembre 2006)

- Poursuivre la modernisation et l'uniformisation de la plateforme technologique ainsi que la communication à l'intérieur du réseau :
 - mise à jour du plan directeur informatique
 - consultation et conseil auprès des marchands membres en vue d'intégrer davantage les plateformes informatiques utilisées

GRUPE POIDS LOURDS :

- Retrouver la rentabilité dès 2007, grâce aux initiatives suivantes :
 - loyauté accrue de la clientèle
 - réingénierie des processus d'affaires et de la gestion des actifs
 - diversification des sources d'approvisionnement internationales
 - amélioration de la gestion des achats
 - diminution du stock et des frais d'exploitation
 - rationalisation des magasins non rentables et modernisation du réseau
- Stimuler la croissance des ventes. Principales actions prévues en 2007 :
 - déployer une stratégie de vente auprès des membres du secteur automobile d'Uni-Sélect
 - accroître les ventes de roues, incluant dans le marché dynamique de l'Ouest canadien
 - continuer la pénétration des produits d'outillage et intégrer d'autres gammes de produits à valeur ajoutée et à marges bénéficiaires élevées
- Consolider l'équipe de gestion
- Rechercher les FAAAPs

points saillants financiers

(en M\$, sauf montants par action et pourcentages)

Exercices terminés les 31 décembre ⁽¹⁾	2006	2005	2004	2003	2002
RÉSULTATS D'EXPLOITATION					
Ventes	1 123,9	1 140,0	779,3	713,1	662,9
<i>variation</i>	(1,4) %	46,3 %	9,3 %	7,6 %	10,3 %
Bénéfice d'exploitation (BAIIA) ⁽²⁾	81,9	74,2	50,9	46,4	41,2
<i>variation</i>	10,3 %	45,6 %	9,7 %	12,5 %	2,4 %
Marge bénéficiaire d'exploitation (BAIIA) ⁽²⁾	7,3 %	6,5 %	6,5 %	6,5 %	6,2 %
Bénéfice net	42,3	39,1	30,9	26,9 ⁽³⁾	24,1
<i>variation</i>	8,2 %	26,3 %	14,9 %	11,8 %	18,5 %
Marge bénéficiaire nette	3,8 %	3,4 %	4,0 %	3,8 % ⁽³⁾	3,6 %
Rendement des capitaux propres moyens	15,4 %	16,3 %	16,3 %	16,4 % ⁽³⁾	16,7 %
Rendement de l'actif net moyen	12,8 %	13,6 %	15,4 %	15,0 % ⁽³⁾	13,7 %
SITUATION FINANCIÈRE					
Fonds de roulement	301,9	294,2	258,4	148,3	130,0
Capitaux propres	291,9	255,6	223,9	173,8	153,9
Actif total	572,5	494,0	482,4	317,7	259,6
Dettes à long terme/capitaux propres	24,5 %	28,2 %	31,8 %	4,7 %	5,5 %
Dettes totales nettes/capital investi	23,9 %	16,3 %	22,3 %	s.o.	16,1 %
DONNÉES PAR ACTION ORDINAIRE					
Valeur comptable	14,82	13,04	11,53	9,47	8,47
Bénéfice net					
• de base	2,15	2,00	1,67	1,47 ⁽³⁾	1,33
• dilué	2,14	1,99	1,65	1,46 ⁽³⁾	1,32
Dividende	0,38	0,31	0,34 ⁽⁴⁾	0,26	0,22
Nombre d'actions émises en fin d'exercice	19 699 334	19 599 716	19 423 289 ⁽⁵⁾	18 347 758	18 169 513
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation	19 674 768	19 516 512	18 539 196 ⁽⁵⁾	18 273 595	18 082 491

(1) Certaines données relatives aux exercices antérieurs à 2006 ont été reclassées afin de refléter l'application de nouvelles règles comptables dont celle, en 2006, du CPN-156.

(2) Le BAIIA représente le bénéfice d'exploitation avant amortissements, intérêts et impôts sur les bénéfices. Étant donné que le BAIIA n'est pas établi conformément aux principes comptables généraux

(3) En 2003, Uni-Sélect a perçu un revenu non récurrent au montant de 6,6 millions \$ avant impôts (4,5 millions \$ après impôts afférents) suite au règlement favorable d'un litige. Afin de permettre la comparaison des résultats de la Compagnie entre les différentes périodes, ce montant non récurrent a été exclu des données financières de 2003 relatives au bénéfice net total et par action, à la marge bénéficiaire nette et aux taux de rendement sur l'actif net moyen des actionnaires et sur l'actif net moyen.

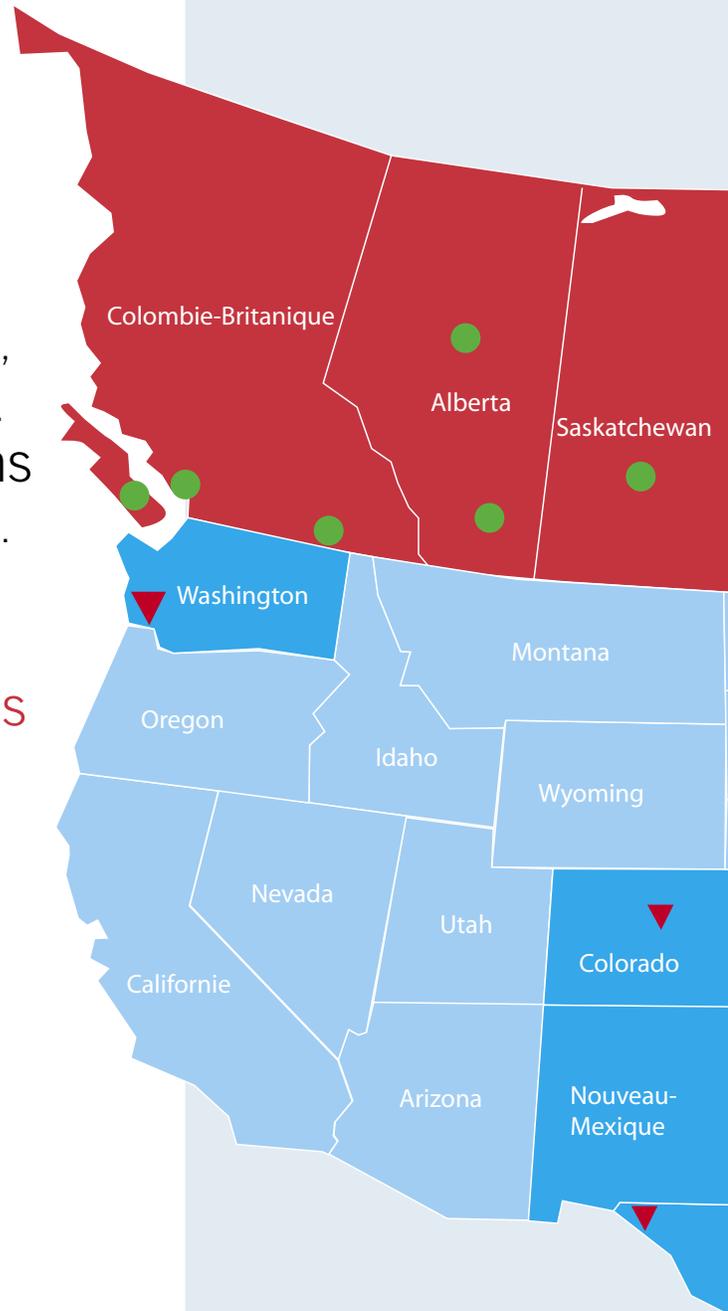
(4) Inclut un dividende spécial de 0,05 \$.

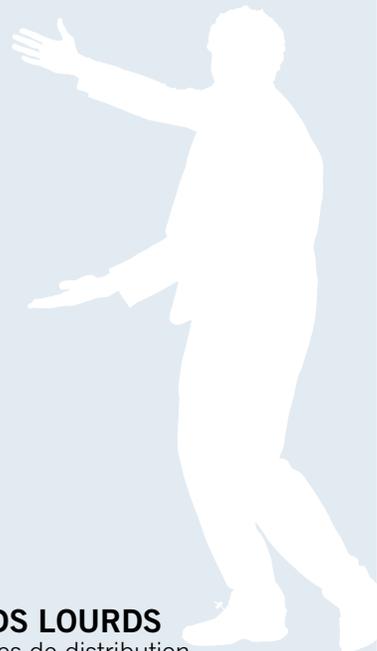
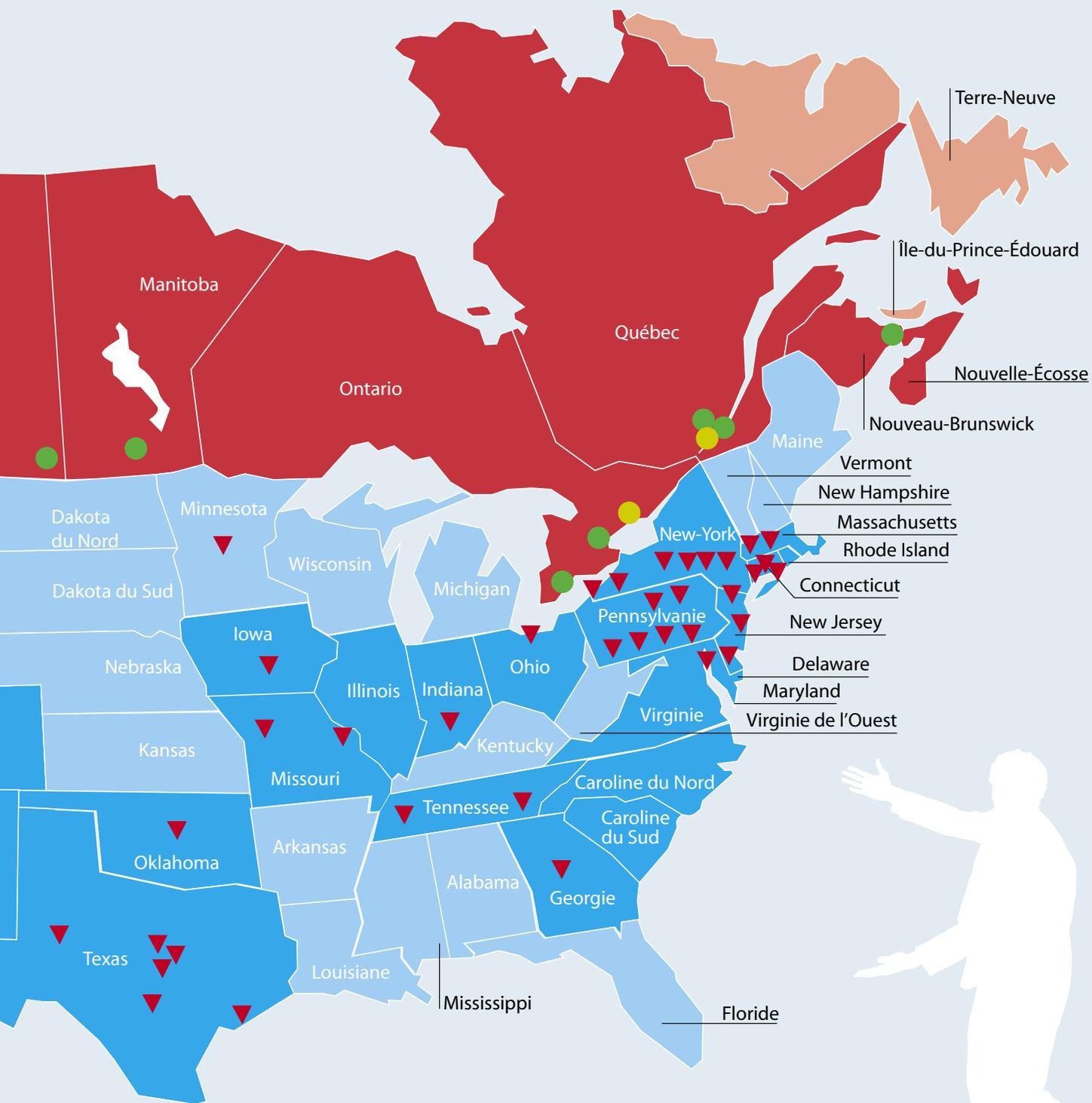
(5) En novembre 2004, Uni-Sélect a émis 1 000 000 d'actions ordinaires en contrepartie partielle du prix d'acquisition de MAWDI.

UNI-SÉLECT

en chiffres

3 755 employés. 2 000 000 pi² d'entreposage. **54 centres de distribution** dans le secteur automobile, répartis à travers le Canada et les États-Unis. 2 centres de distribution et **22 magasins corporatifs** dans le secteur poids lourds. **2 033 marchands grossistes** indépendants dans le secteur automobile en Amérique du Nord. **3 063 magasins** desservis (incluant 16 magasins corporatifs au Canada et 207 aux États-Unis) au service d'une multitude d'installateurs, dont **3 043** regroupés sous les bannières d'Uni-Sélect. Une solution d'affaires complète offerte dans des conditions optimales de coûts et d'efficacité, incluant environ **350 000** produits différents pour automobiles et véhicules poids lourds et une gamme de services de soutien, à l'intention des marchands et installateurs.





AUTOMOTIVE CANADA
● Centres de distribution

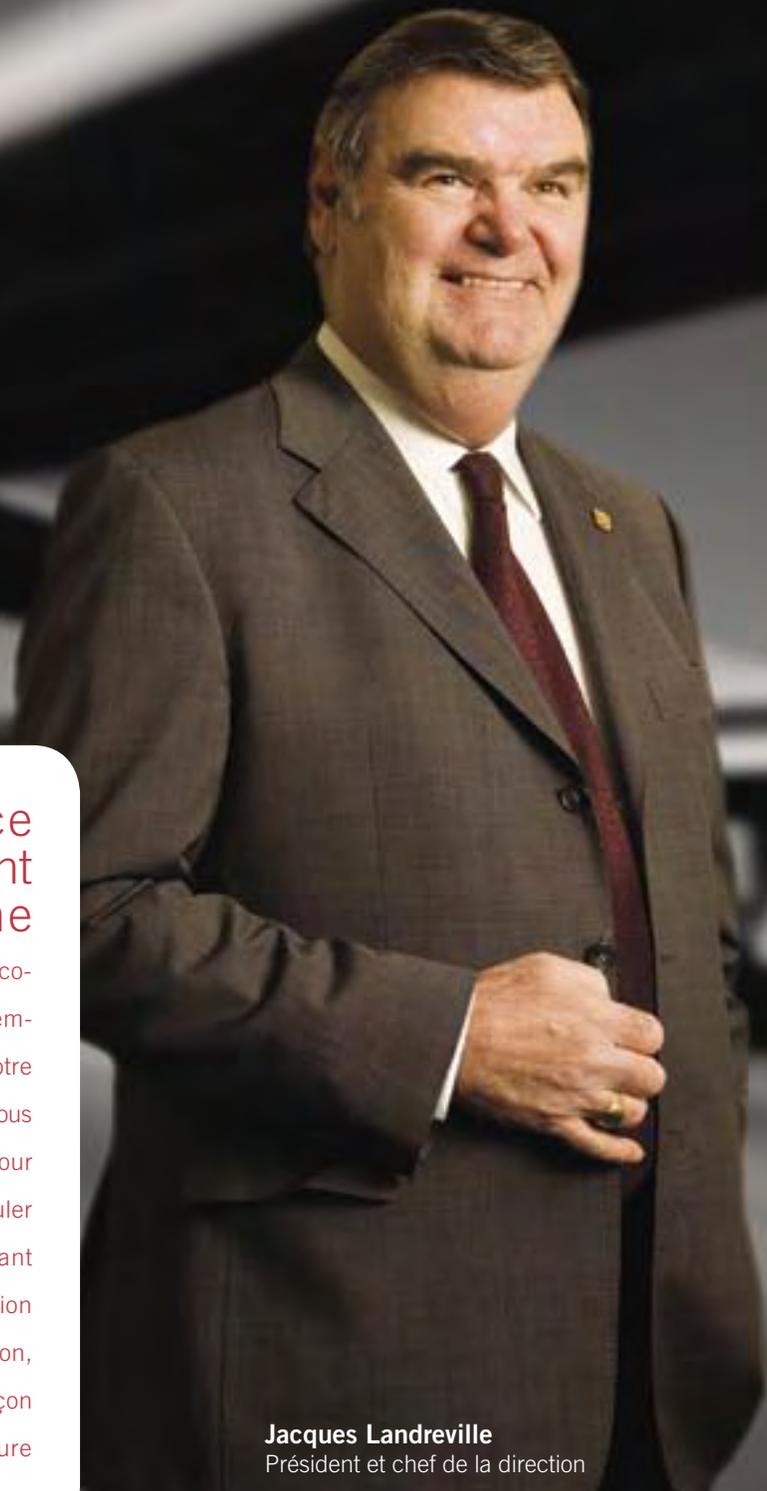
AUTOMOTIVE USA
▼ Centres de distribution

POIDS LOURDS
● Centres de distribution

ÉVOLUER

C'est en misant sur la force d'un réseau solide et performant à l'échelle nord-américaine

qu'Uni-Sélect entend continuer de maximiser la valeur économique offerte à ses actionnaires, ses marchands membres et ses clients. C'est pourquoi, tout en poursuivant notre expansion par acquisitions au cours de l'exercice 2006, nous avons continué de faire évoluer notre modèle d'affaires pour répondre aux nouveaux besoins de nos marchés et stimuler la croissance organique de nos ventes, sans pour autant perdre de vue les principes fondamentaux de la gestion d'Uni-Sélect : un contrôle rigoureux des frais d'exploitation, le maintien d'une base d'actifs optimale, exploitée de façon à en maximiser le rendement, et celui d'une structure financière saine et flexible.



Jacques Landreville
Président et chef de la direction

message aux actionnaires

En 2006, nous avons aussi entrepris d'uniformiser davantage nos plateformes technologiques et de mieux synchroniser nos stratégies de croissance au Canada et aux États-Unis, de façon à pouvoir profiter pleinement de notre positionnement continental, maximiser les synergies entre nos divers groupes et accroître notre capacité à saisir les meilleures opportunités d'expansion. L'exercice 2006 et le début de 2007 ont également été témoins de changements à la direction, conformément à la planification successorale établie au cours des dernières années. Soulignons, notamment, la création récente du poste de chef de l'exploitation auquel accédera M. Richard G. Roy le 2 avril prochain, tandis que sa fonction actuelle de chef de la direction financière sera confiée à M. Denis Mathieu.

Sur le plan financier, Uni-Sélect a dû composer l'an dernier avec un certain nombre de défis qui ont ralenti la croissance de ses résultats. D'abord, nos trois groupes ont fait face, dans leur marché respectif, à un ralentissement de la demande qui a contribué à une décroissance organique de leurs ventes. Dans le secteur automobile, ce repli est en partie attribuable à un changement dans les habitudes des consommateurs provoqué par le prix élevé du pétrole. En second lieu, la performance d'Uni-Sélect a été triplement affectée par la montée du dollar canadien. En effet, la conversion des résultats du Groupe Automobile USA en devise canadienne s'est traduite par un manque à gagner de 37,3 M\$ au niveau des ventes consolidées, et de 1,2 M\$ ou 0,06 \$ par action au niveau du bénéfice net. Le même facteur a aussi contribué à une déflation des prix de certains produits du Groupe Automobile Canada. De plus, la diminution des exportations des entreprises canadiennes vers les États-Unis provoquée par un taux de change défavorable a sévèrement affecté les clients du Groupe Poids Lourds œuvrant dans l'industrie du transport. Combiné à des retours importants de roues au cours de l'année 2006, ceci a entraîné une perte d'exploitation pour ce groupe.

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2006, les ventes d'Uni-Sélect ont ainsi accusé un léger repli de 1,4 % pour s'établir à 1 124 M\$, par rapport à 1 140 M\$ en 2005. Nonobstant la fluctuation des devises, les ventes consolidées affichent toutefois une croissance de 21,2 M\$ ou de 1,9 %, attribuable aux acquisitions réalisées en 2005 et en 2006. Au total, 16 acquisitions ont été complétées au dernier exercice – quatre au Canada et 12 aux États-Unis – ajoutant environ 86 M\$ à nos ventes sur une base annuelle (au taux de change en vigueur en date du 31 décembre 2006). Uni-Sélect a inscrit un bénéfice net de 42,3 M\$ ou 2,14 \$ dilué par action, en hausse de 8,2 % sur le bénéfice net de 39,1 M\$ ou 1,99 \$ dilué par action de l'année précédente. La Compagnie a ainsi réalisé un rendement de 15,4 % sur l'avoir moyen des actionnaires, en plus de leur verser un dividende total de 0,38 \$ par action.

L'augmentation du bénéfice net est principalement attribuable au Groupe Automobile Canada qui, en dépit d'une croissance organique négative de ses ventes, a affiché une amélioration significative de sa rentabilité. Son BAIIA s'est en effet accru de 26,4 % par rapport à 2005 pour se chiffrer à 47,1 M\$, tandis que sa marge bénéficiaire par rapport aux ventes est passée de 7,5 % à 9,6 %. Cette performance est en bonne partie attribuable à l'acquisition, en date du 31 mai 2006, de la participation de 50 % de notre partenaire dans la coentreprise USI-AGI Prairies Inc. mise sur pied en 2002, dont la raison sociale a été changée pour Uni-Sélect Prairies Inc. Bien qu'ayant eu peu d'incidence sur les ventes, cette transaction a apporté une contribution additionnelle au BAIIA de 3,4 M\$ en 2006.



Jean-Louis Dulac, président du conseil

Jacques Landreville, président et chef de la direction



Gary O'Connor,
v.-p. exécutif,
Groupe Automotive Canada

Jean Rivard,
v.-p. exécutif,
Groupe Poids Lourds

James E. Buzzard,
v.-p. exécutif,
Groupe Automotive USA

L'amélioration de la rentabilité du Groupe Automotive Canada est aussi attribuable aux initiatives adoptées depuis deux ans dans le cadre du renouvellement de son modèle d'affaires. Sa nouvelle stratégie de distribution, en particulier, est maintenant solidement en place au Québec où les services offerts par le centre principal de Boucherville sont complétés par deux entrepôts satellites à Québec et à St-Léonard. De plus, le Système de gestion des entrepôts sans papier (SGE) a été optimisé à Boucherville, tandis que la modernisation et l'importante transition technologique effectuées en 2005 ont aussi commencé à porter fruits. Au cours de l'année 2006, l'ensemble de ces développements porteurs a favorisé une baisse des coûts d'exploitation et de la base d'actifs du Groupe Automotive Canada au Québec, en plus de permettre à cette division régionale d'atteindre un niveau de service inégalé en termes de disponibilité de produits. Divers autres progrès ont été réalisés par ce groupe en 2006, qui ont eu des retombées positives sur ses résultats. Parmi eux, mentionnons une amélioration de ses conditions d'achat, le développement de ses compétences dans la gestion de magasins corporatifs, l'expansion de la *communauté virtuelle*, à travers laquelle 80 % des lignes-items sont aujourd'hui transigées, et le succès du nouveau programme de fidélisation SAX lancé en 2005 à l'intention des installateurs.

La rentabilité du Groupe Automotive USA, pour sa part, a été légèrement en deçà de nos attentes dû en partie à des conditions de marché plus difficiles, à la fluctuation des devises et à la comptabilisation d'un élément non récurrent. Le BAIIA de ce groupe s'est accru de 2,8 % par rapport à 2005 pour se chiffrer à 36,8 M\$, tandis que sa marge bénéficiaire s'est établie à 6,5 % par rapport à 6,3 % en 2005. Cette augmentation est attribuable aux acquisitions réalisées en 2005 et 2006, ainsi qu'aux synergies additionnelles – en particulier les synergies d'achat – résultant de l'intégration de MAWDI. Rappelons que la majeure partie de ces synergies a été réalisée en 2005 dans le cadre de l'intégration des lignes de produits communes, laquelle fut finalisée au cours de l'exercice 2006. Plusieurs lignes de produits non communes ont aussi été harmonisées en 2006. En outre, le Groupe Automotive USA a entrepris d'intégrer les systèmes informatiques opérationnels, une opération qui a été complétée en février 2007. Un important exercice d'intégration et de rationalisation a également été effectué au sein du réseau des magasins corporatifs, entraînant la fermeture de dix succursales non rentables. Les retombées de ces diverses actions commenceront à se matérialiser au cours du nouvel exercice et devraient contribuer à une amélioration des marges bénéficiaires du Groupe Automotive USA en 2007.



Martin Labrecque, contrôleur
Me Pierre Chesnay, v.-p., affaires juridiques et secrétaire
Jean-Pierre Beaulieu, v.-p. et chef des technologies de l'information
Charles Quesnel, directeur, comptabilité corporative et fiscalité
Denis Mathieu, v.-p. et chef de la direction financière
(à compter du 2 avril 2007)

D'autre part, avec l'appui de l'équipe du siège social d'Uni-Sélect, le Groupe Automotive USA et le Groupe Automotive Canada ont mis en place un système d'évaluation comparative (« benchmarking ») de la gestion des magasins corporatifs et des centres de distribution en fonction des unités les plus performantes. Uni-Sélect regroupant maintenant 233 magasins corporatifs et 54 centres de distribution et entrepôts secondaires aux États-Unis et au Canada, nous avons l'envergure suffisante pour pouvoir nous mesurer à nous-mêmes. Notre but est de faire en sorte que non seulement toutes nos activités de distribution nord-américaines reflètent la forte expertise d'Uni-Sélect dans son domaine principal, mais que les mêmes profondeur et expertise soient appliquées à la gestion de nos magasins corporatifs. À ce jour, notre stratégie de benchmarking a donné des résultats probants, principalement dans la région du Nord-Est des États-Unis où la majorité des magasins corporatifs ont amélioré leur performance et leur retour sur actif.



CONSOLIDER

Richard G. Roy

Vice-président et chef de l'exploitation
(à compter du 2 avril 2007)

Nous voulons faire en sorte que le développement d'Uni-Sélect

puisse s'appuyer sur une organisation de mieux en mieux intégrée et synergique à l'échelle nord-américaine, qui valorise un pouvoir d'achat accru, les meilleures pratiques de gestion, le partage des technologies et une communication optimale. Dans cette optique, l'harmonisation des stratégies de produits et des programmes de marketing du Groupe Automotive USA avec ceux du Groupe Automotive Canada est un autre volet crucial auquel nous nous sommes attaqués en 2006.



Florent Jacques, v.-p., distribution et intégration
Michel Laverdure, v.-p., achats corporatifs
Luc L'Espérance, v.-p., ressources humaines

Un comité regroupant des dirigeants des deux groupes du secteur automobile et du siège social a été formé afin, dans un premier temps, d'uniformiser l'image corporative, le positionnement des différentes bannières ainsi que les gammes de produits sur l'ensemble du territoire nord-américain, tout en respectant les particularités des marchés locaux. Ainsi, d'ici la fin de 2007, tous nos centres de distribution, entrepôts et magasins corporatifs, aussi bien au Canada qu'aux États-Unis, arboreront l'identification corporative d'Uni-Sélect de façon à bénéficier de la force économique et de la visibilité dont jouit la Compagnie dans le milieu des affaires. En 2006, nous avons également implanté aux États-Unis une stratégie de double bannières pour les grossistes, semblable à celle développée avec succès au Canada. La bannière Auto Plus® a donc été introduite en complément à la bannière Parts Plus® sur le marché américain, dans le but d'appuyer la différenciation des grossistes et d'ainsi faciliter notre pénétration de marché. En regard à la gestion de produits, une stratégie commune a été développée pour le Canada et les États-Unis en vue d'augmenter la présence d'Uni-Sélect dans les segments en croissance des pièces pour voitures de marques autres que nord-américaines, et des pièces d'entrée de gamme (« value line »). Entre autres, certaines lignes de produits et marques nationales commercialisées au Canada ont été introduites aux États-Unis, où nous avons également déployé notre marque privée Auto Extra®.

Nous intensifierons ce genre de démarches au cours des prochains exercices et lancerons de nouvelles initiatives. Nous verrons notamment à réviser nos stratégies d'achat pour optimiser la logistique des deux côtés de la frontière et implanterons certains outils de gestion uniformes. Un accent particulier sera mis sur le rajeunissement de nos bannières installateurs de même que sur l'amélioration et l'harmonisation de l'ensemble des communications à travers la Compagnie. Ces mandats font maintenant partie des responsabilités associées à une nouvelle vice-présidence, celle de la planification stratégique et du développement de marché, à laquelle a été nommée madame Michèle Raymond en janvier 2007. De plus, nous entreprendrons cette année une vaste opération de consultation auprès de nos marchands canadiens en vue d'uniformiser les différents systèmes de gestion de l'information qui sont actuellement en exploitation afin de resserrer les liens de connectivité à l'intérieur du réseau Uni-Sélect.

Plusieurs raisons nous rendent confiants quant à la performance d'Uni-Sélect en 2007. Premièrement, les perspectives de croissance du secteur automobile en Amérique du Nord sont favorables, tant à court, moyen et long termes et nous observons depuis quelques mois une amélioration de la demande. En deuxième lieu, la baisse récente du dollar canadien devrait favoriser une légère inflation des prix des produits du Groupe Automotif Canada. Troisièmement, en plus de la pleine contribution des acquisitions de 2006, nous bénéficierons en 2007 du renforcement des modèles d'affaires de chacun de nos groupes. Finalement, nous entendons intensifier notre programme d'acquisitions, fusions, alliances stratégiques, affiliations ou partenariats. Conjugués, ces facteurs devraient favoriser une performance soutenue pour le Groupe Automotif Canada, donner un nouveau momentum à la croissance du Groupe Automotif USA et permettre au Groupe Poids Lourds de redresser sa rentabilité.



Michèle Raymond, v.-p.,
planification stratégique et
développement de marché

Guy Archambault, v.-p.,
développement corporatif

Le Groupe Automotive USA, en particulier, est bien positionné pour mener à bien certains projets d'expansion de moyenne ou grande envergure. De plus, les synergies résultant de l'intégration de MAWDI seront en presque totalité concrétisées d'ici la fin de 2007, de même que celles provenant des acquisitions réalisées en 2006. Conformément à son nouveau plan stratégique pour les années 2006-2010, ses objectifs prioritaires incluent, en plus des acquisitions, une accélération de sa croissance organique ainsi qu'une amélioration de ses marges bénéficiaires et du rendement de ses actifs. Pour mousser sa croissance organique, il misera sur la rétention et le développement de sa clientèle de grossistes indépendants, l'élargissement de sa sélection de produits, l'implantation de magasins corporatifs en milieux urbains et le développement de comptes nationaux. Pour améliorer sa rentabilité, il continuera de faire évoluer son modèle d'affaires en adaptant certains volets à succès du Groupe Automotive Canada, poursuivra son exercice de benchmarking, continuera d'implanter la culture et l'image Uni-Sélect au sein de son organisation et renforcera ses mécanismes de contrôle. Enfin, ce groupe verra à améliorer ses processus d'intégration des entreprises acquises afin d'accélérer la réalisation des synergies.

Le Groupe Automotive Canada, qui poursuit également diverses opportunités d'expansion, s'appliquera à optimiser les acquisitions complétées en 2006 et à stimuler sa croissance organique par une exécution de plus en plus efficace de son modèle d'affaires. Doté d'un nouveau plan stratégique 2007-2011 et fort d'une équipe de direction en partie renouvelée, ce groupe visera notamment à intensifier sa croissance en Ontario et dans les Prairies ainsi que dans certaines catégories stratégiques de produits. Son expansion dans des niches de marché complémentaires à son marché traditionnel, en particulier les comptes nationaux, constitue une autre avenue de développement privilégiée par ce groupe. Au cours de la dernière année, il a notamment intégré avec succès la nouvelle ligne de silencieux et composants de systèmes d'échappement offerte aux franchisés MIDAS et s'attend à récolter les pleins bénéfices de cette entente en 2007. De plus, l'acquisition récente du distributeur québécois de produits de peinture et de carrosserie, Plastique Royal, lui a donné accès à de nouveaux produits et clients, ainsi qu'à un autre mode de distribution dans cette niche de marché, qu'il entend élargir à l'extérieur du Québec à partir de 2007.

Les autres projets du Groupe Automotive Canada pour l'année 2007 incluent l'amélioration continue des services et outils mis à la disposition de ses membres, dont les plans de succession et de partenariat et la *communauté virtuelle*, celle des programmes de marketing et de formation offerts aux installateurs, le déploiement de sa stratégie de distribution en Ontario, l'optimisation du SGE au centre d'Edmonton et son introduction à Burnaby (Colombie-Britannique).

Enfin, sous la direction d'un nouveau vice-président exécutif, Jean Rivard, et d'une équipe de gestion renforcée, le Groupe Poids Lourds a pour objectifs principaux de relancer la croissance de ses ventes et de renouer avec la rentabilité dès l'exercice 2007. Il améliorera sa rentabilité au moyen d'une réingénierie complète de ses processus d'affaires visant, notamment, une diminution de son stock et de ses frais d'exploitation de même qu'un renforcement des contrôles, et par le développement de ses sources d'approvisionnement internationales. Pour augmenter ses ventes, ce groupe s'apprête à déployer une stratégie de vente auprès des membres du secteur automobile d'Uni-Sélect, et verra à intégrer d'autres gammes de produits à valeur ajoutée et à marges bénéficiaires élevées

Pour continuer de se distinguer comme le meilleur partenaire d'affaires des grossistes indépendants

nord-américains et comme un générateur fiable de valeur pour ses actionnaires, Uni-Sélect demeurera un distributeur de pièces de remplacement complet, efficace, moderne et proactif, mettant à la disposition de ses membres la force de frappe d'un réseau nord-américain performant où chaque maillon de la chaîne se voit offrir les produits, les outils technologiques et les services nécessaires pour accomplir ses objectifs.

En terminant, nous désirons exprimer notre gratitude envers les 3 755 employés et cadres d'Uni-Sélect pour leur engagement et leur dévouement, ainsi qu'envers tous nos marchands, clients, partenaires et fournisseurs. Nous désirons aussi saluer l'arrivée des nouveaux gestionnaires qui se sont joints à la Compagnie en 2006, et remercier les membres de la direction qui ont pris leur retraite récemment après des années d'excellents services : MM. Michel Maheux, David G. Alderson, et Russell D. Sturgeon.

Le président du conseil,



(Signé) Jean-Louis Dulac

Le président
et chef de la direction,



(Signé) Jacques Landreville

Mars 2007



INTÉGRATION

Gary O'Connor
Vice-président exécutif,
Groupe Automotive Canada

Le marché de la distribution de pièces de remplacement pour véhicules légers est en rapide évolution, et le **Groupe Automotive Canada** évolue avec lui. Au cours des derniers exercices, nous avons repensé et renouvelé plusieurs aspects de notre modèle d'affaires afin d'aborder efficacement les nouveaux enjeux de notre industrie, notamment : la consolidation accrue de notre clientèle traditionnelle – les grossistes indépendants – due en partie au vieillissement de ces derniers, la prolifération des pièces qui rend de plus en plus complexes la gestion du stock et la distribution, et les nouvelles tendances de la demande, dont la popularité croissante des voitures importées.

Combinés à la faible inflation, voire la déflation des prix de nos produits depuis trois ans et à l'impact des fluctuations du prix de l'essence sur les habitudes des consommateurs, ces défis nous ont incités à réévaluer régulièrement nos stratégies et nos pratiques de gestion et à investir dans la modernisation de nos infrastructures afin d'assurer la stabilité et la croissance de notre réseau, développer de nouvelles niches de marché et maximiser notre efficacité, notre rentabilité, et la valeur offerte à nos marchand membres.

Cultiver la loyauté de nos marchands actuels et en recruter de nouveaux est au centre de nos priorités. Afin d'être reconnu comme le partenaire par excellence des grossistes indépendants, le Groupe Automotif Canada se doit d'être un distributeur efficace et proactif doublé d'une organisation compétente en marketing, apte à soutenir la compétitivité, la croissance et la rentabilité de ses membres en leur offrant les bons produits au bon moment et au meilleur prix possible, ainsi qu'une gamme de services et d'outils de gestion performants et différenciateurs. De plus, nous cherchons à resserrer les liens entre tous les maillons de la chaîne de distribution afin que nos membres puissent s'appuyer sur la force d'un réseau influent et de mieux en mieux intégré.

Dans cette optique, les nombreuses initiatives adoptées au cours des dernières années afin de solidifier notre réseau de membres et favoriser sa croissance organique ont porté principalement sur l'amélioration de notre sélection de produits et de nos stratégies d'approvisionnement, une restructuration et une modernisation importantes de nos services de distribution, l'intégration de technologies d'avant-garde d'information, de communication et de gestion, l'intensification de nos programmes de succession et de partenariat à l'intention des marchands, et celle des programmes de fidélisation et de formation offerts à leurs propres clients, les installateurs.

D'abord et avant tout, nos marchands doivent être en mesure de desservir leurs clients installateurs avec **une sélection de produits complète et bien adaptée aux tendances de la demande**, incluant les produits de marques nord-américaines, asiatiques et européennes, les pièces de qualité économique ou d'entrée de gamme (« value line »), ainsi que les produits de marques nationales dont la qualité se compare aux pièces d'origine (OE). Nous travaillons particulièrement à l'heure actuelle au développement de nos stratégies d'approvisionnement et de mise en marché dans la catégorie des **pièces pour voitures importées**, dont l'importance dans le parc de véhicules immatriculés en Amérique du Nord ne cesse de croître : d'environ 20 % en 1985, on estime que leur pourcentage aura atteint 37 % en 2010.



revue des activités

Nous entendons renforcer notre présence dans ce segment de marché, de même que dans celui des **pièces d'entrée de gamme pour toutes les marques de véhicules**, en resserrant nos liens avec nos fournisseurs actuels, en élargissant nos sources d'approvisionnement internationales et en recherchant les opportunités d'acquisitions ou d'alliances stratégiques avec des entreprises établies dans le domaine de l'importation. Nous avons mis en œuvre en 2006 une stratégie de mise en marché articulée autour de deux programmes : Pro Import® qui regroupe les produits de marques nationales de qualité égale ou supérieure aux pièces d'origine, adaptés aux besoins des véhicules importés, et Auto Extra®, la marque contrôlée d'Uni-Sélect sous laquelle sont commercialisées des pièces de bonne qualité, mais de valeur économique.



L'année 2006 a également donné lieu à des développements porteurs dans les **produits de peinture et de carrosserie**, incluant une diversification accrue de nos sources d'approvisionnement et l'acquisition, en décembre 2006, de Plastique Royal, à Laval (Québec). Ce distributeur spécialisé offre des produits de peinture et de carrosserie différents, mais complémentaires aux nôtres, sert une clientèle différente de la nôtre et utilise des canaux de distribution autres. Par conséquent, il permettra à Uni-Sélect de développer une nouvelle niche de marché tout en accroissant l'offre faite à ses marchands membres du secteur automobile. Nos objectifs envers cette entreprise, qui continuera d'être gérée comme un centre de profits distinct, sont d'améliorer son modèle d'affaires et d'élargir sa portée à l'ensemble du Canada. À partir de 2007, nous entendons également intensifier le déploiement pan-canadien de nos bannières ProColor® et ProColor Prestige®, très visibles auprès des ateliers de carrosserie et de peinture du Québec. D'autre part, nous continuerons de développer la présence nationale de notre bannière Cooling Depot® spécialisée dans les **systèmes de climatisation et de refroidissement des véhicules**. L'**outillage et l'équipement** spécialisé constituent un autre segment de marché que nous entendons développer plus intensément à l'avenir, par le biais notamment d'une collaboration avec le Groupe Poids Lourds d'Uni-Sélect.



Michel Charbonneau, v.-p., développement des marchés de la carrosserie
Robert Beauchamp, v.-p., marketing
Michèle Raymond, v.-p., planification stratégique et développement de marché
Gary O'Connor, v.-p. exécutif, Groupe Automotiv Canada
Sylvette Arseneau, contrôleur, Groupe Automotiv Canada
Gilles Michaud, v.-p., gestion de produits et développement de marché

Nous poursuivons la **restructuration de nos services de distribution et la modernisation de notre plateforme et de nos outils informatiques**. Voilà déjà quelques années que nous avons entrepris l'implantation du **Système de gestion des entrepôts sans papier (SGE)**, un outil efficace pour accroître la précision et la qualité de notre gestion du stock et de nos activités de distribution. Après l'avoir implantée d'abord à l'entrepôt de Québec, nous avons introduit cette technologie au centre de distribution principal de Boucherville, où elle est maintenant entièrement rodée et opérationnelle. En 2005, nous avons également déployé un **nouveau concept de distribution** selon lequel notre centre de Boucherville s'est vu attribuer la vocation de centre de distribution principal pour le Québec, assurant l'approvisionnement quotidien des marchands membres de façon à maintenir leur stock à niveau, tandis que le centre de la ville de Québec a été transformé en entrepôt satellite offrant aux marchands un accès sur demande aux pièces critiques et aux pièces de remplacement à rotation lente. On se souviendra qu'en 2005, cette transition s'est effectuée en parallèle avec une modernisation importante et l'impartition partielle de notre plateforme technologique centrale, ce qui a occasionné certaines difficultés et une baisse temporaire du niveau de service à Boucherville. La situation a été corrigée au cours de l'exercice 2006, permettant l'atteinte d'un **niveau de service exceptionnel** pour l'ensemble du Québec en termes de lignes-items disponibles. Au cours de la dernière année, un deuxième centre, situé à Montréal, a été converti en entrepôt satellite, jumelé à un magasin corporatif.

Nous sommes fiers de pouvoir affirmer aujourd'hui que le programme d'investissements effectué au cours des dernières années, notamment pour implanter notre nouvelle stratégie de distribution et le système de gestion des entrepôts, est un succès tant en regard à la satisfaction de nos marchands qu'en regard à la diminution de notre base d'actifs utilisés et de nos coûts d'exploitation au Québec. À la fin de 2006, le système SGE a été implanté de façon particulièrement efficace au centre de distribution principal d'Edmonton, et il sera introduit dans celui de Burnaby (Colombie-Britannique), en 2007. Nous sommes également à implanter notre nouvelle stratégie de distribution dans le marché de l'Ontario qui bénéficiera sous peu d'un centre principal à Toronto et d'un entrepôt satellite à London.

Sur le plan des technologies, nous continuons aussi de développer les liens de connectivité à travers le réseau via notre **communauté virtuelle** dans le but, notamment, d'offrir à nos membres un service toujours plus efficace et différenciateur et de faciliter la communication fluide d'information stratégique entre les divers maillons de la chaîne de distribution. Lancé en 2004, le portail **VICTOR**, qui relie électroniquement Uni-Sélect à ses marchands, est maintenant utilisé par 372 membres éligibles opérant 815 magasins. Environ 80 % de nos lignes-items au Canada sont aujourd'hui transigées électroniquement. Il s'agit d'un véhicule appréciable pour abaisser nos coûts tout en améliorant notre service aux membres et en facilitant leur gestion. En 2006, nous avons ouvert un second portail, **DAVE**, reliant les marchands membres à leurs clients installateurs, lequel sera rodé en 2007. Enfin, nous nous apprêtons à mettre en opération un troisième portail, **MARC**, qui permettra le transfert d'information stratégique entre Uni-Sélect et ses manufacturiers.

uni-select.biz



Communiquer • Interagir • Converger • Réussir

Cultiver la loyauté de nos membres et favoriser leur croissance organique passe nécessairement par la fidélisation et la croissance de leur propre clientèle : les installateurs. C'est pourquoi nous développons et déployons pour ces derniers divers programmes incitatifs afin de les encourager à s'approvisionner auprès de nos membres. Introduit en 2005 le **programme SAX**, par exemple, qui offre aux installateurs une série d'avantages incluant des garanties prolongées, des promotions, du support technique et des récompenses sur volume d'achats, a connu un excellent succès à ce jour. De plus, Uni-Sélect demeure un leader dans son industrie pour ses **programmes de formation technique** à l'intention des installateurs. À cette fin, nous disposons au Québec d'un centre de formation à la fine pointe où 1908 personnes, principalement des installateurs et leurs employés, ont assisté à des sessions de formation technique et administrative en 2006. Récemment, nous avons mandaté une firme spécialisée de l'Ouest canadien afin de mettre sur pied des programmes de formation techniques similaires au bénéfice du réseau d'Uni-Sélect hors Québec.

Alors que la consolidation de notre industrie se poursuit et que plusieurs marchands songent à prendre leur retraite, aussi bien à l'intérieur de la famille Uni-Sélect qu'à l'extérieur, nos **programmes de succession et de partenariat** prennent de plus en plus d'importance. D'une part, nous offrons aux marchands qui se dirigent vers la retraite des services professionnels de planification successorale afin de les aider à atteindre leurs objectifs, tout en favorisant la continuité de leur entreprise au sein de la famille Uni-Sélect. D'autre part, au moyen de services de consultation et de financement, nous aidons nos marchands en phase d'expansion à acquérir des entreprises concurrentes ou des commerces mis en vente au sein du réseau Uni-Sélect. Nous avons considérablement renforcé nos programmes de succession et de partenariat au cours des dernières années, en les décentralisant sur une base géographique tout en offrant une formation de pointe aux directeurs et gestionnaires régionaux. Ainsi, ces derniers sont davantage à l'affût des opportunités qui peuvent survenir dans leur marché, et mieux équipés pour intervenir rapidement. En plus de préserver notre base de membres depuis deux ans, cette approche nous a permis de mener à bien plusieurs dossiers d'acquisitions au sein du réseau.



En 2006, par exemple, Uni-Sélect a acquis 50 % du commerce d'un de ses marchands de l'Ouest canadien qui désirait se retirer, ce qui a permis aux employés d'acquérir l'autre part de 50 %. Cette transaction, où toutes les parties ont pu atteindre leurs objectifs, illustre bien les liens de partenariat et de création de valeur qu'Uni-Sélect privilégie au sein de son réseau. Pour des raisons défensives ou stratégiques, il nous arrive également à l'occasion de faire l'acquisition de commerces de grossistes que nous gérons en tant que **magasins corporatifs**. Le Groupe Automotive Canada compte actuellement 16 de ces magasins, essentiellement dans les grandes régions métropolitaines de Montréal et Toronto. En 2006, nous avons notamment acquis le grossiste Albatross Automotive Limited, exploitant trois magasins à Toronto. Au cours de l'exercice 2007, des systèmes informatiques spécialisés seront implantés dans tous les magasins, dont l'exploitation sera également renforcée par la nomination de gestionnaires expérimentés. Bien qu'Uni-Sélect demeure avant tout un distributeur dédié aux marchands indépendants, l'exploitation d'un certain nombre de magasins corporatifs dans des marchés non desservis par nos membres apporte plusieurs avantages, dont ceux de favoriser la stabilité du réseau, de mieux comprendre les besoins de nos marchands et de nous permettre de tester certaines approches commerciales et technologiques.

Le **développement des comptes nationaux** est un volet particulièrement important de notre stratégie de croissance organique. Nous desservons plusieurs grands comptes actuellement, dont le réseau des franchisés MIDAS. Rappelons qu'en 2005, notre entente avec MIDAS a requis des ajustements importants suite à sa décision d'interrompre la fabrication de silencieux et de composantes pour systèmes d'échappement. Pour continuer de desservir le réseau MIDAS, nous avons développé une nouvelle ligne de produits de marque privée avec un manufacturier, dont la distribution a été entreprise à la toute fin de 2005.



Sean Corcelli, Uni-Sélect Prairies Inc.
Brendan O'Brien, Division Ontario
Mike McQuinn, Division Atlantique
Carol Chartrand, Division Québec
Terry Pollock, Uni-Select Pacific Inc.

Cette transition a exercé une pression sur nos revenus pour les exercices 2005 et 2006, mais nous estimons qu'elle a été complétée avec succès et qu'elle générera des retombées positives à partir de 2007.

Finalement, la recherche des occasions de **fusions, acquisitions, alliances stratégiques, affiliations et partenariats («FAAAPs»)** demeure un axe primordial de la stratégie de croissance du Groupe Automotive Canada. À ce chapitre, le fait majeur de l'année 2006 a été l'exercice de notre option d'acquérir la participation de notre partenaire dans la coentreprise USI-AGI Prairies Inc., mise sur pied en 2002. Depuis qu'elle est devenue une filiale à part entière d'Uni-Sélect, sa dénomination sociale a été changée pour **Uni-Sélect Prairies Inc.** Cette transaction a eu peu d'incidence sur nos ventes puisque nous étions déjà en charge de l'approvisionnement de la coentreprise. Cependant, elle a apporté une contribution substantielle à notre bénéfice d'exploitation et nous positionne plus fortement dans le marché très dynamique des Prairies. Un certain nombre de projets de FAAAPs sont actuellement à l'étude, que nous espérons conclure en 2007.

C'est avec confiance, et fort d'une solide équipe de gestion, que le Groupe Automotive Canada entreprend l'exécution de son **nouveau plan stratégique 2007-2011**. Les perspectives sont généralement favorables dans notre marché, où il est prévu que la demande globale augmentera de près de 3 % par année d'ici 2010. En outre, nous prévoyons une légère inflation des prix de nos produits en 2007 en raison de la stabilisation de la valeur du dollar canadien par rapport au dollar américain. Or, nous sommes bien positionnés pour tirer avantage des tendances du notre marché, compte tenu de notre présence pancanadienne, de l'ampleur de notre offre de produits et services et de notre capacité éprouvée à nous adapter efficacement à l'évolution de notre industrie. En plus de promouvoir notre expansion par la réalisation de **FAAAPs**, nous nous appliquerons en 2007 à intégrer les acquisitions de 2006, pour en maximiser les synergies, et à stimuler notre **croissance organique** par la fidélisation et l'expansion de notre réseau, l'efficacité de notre gestion de produits et de nos activités de distribution, le rajeunissement de nos bannières installateurs, et le développement de nouvelles niches de marché complémentaires à notre marché traditionnel. De plus, nous implanterons de nouvelles initiatives afin de favoriser une **plus grande uniformité et une meilleure connectivité entre les systèmes informatiques** en exploitation à travers notre réseau, afin de capitaliser pleinement sur la force de notre positionnement et de mieux saisir les opportunités de croissance, notamment à l'égard des grands comptes nationaux.



James E. Buzzard
Vice-président exécutif,
Groupe Automotive USA

SYNERGIE

En plus de donner lieu à plusieurs acquisitions, la première année du déploiement de notre plan stratégique 2006-2010 a été une période de consolidation pour le **Groupe Automotive USA**. Nous avons poursuivi nos efforts d'intégration et entrepris de renforcer notre modèle d'affaires afin de nous doter d'une base d'actifs plus rentable, d'une organisation davantage canalisée vers l'atteinte de nos objectifs de croissance, et de stratégies permettant de maximiser les synergies à l'échelle nord-américaine.

revue des activités

En 2006, le Groupe Automotive USA a poursuivi son rôle de consolidateur de l'industrie des pièces de remplacements pour véhicules légers aux États-Unis. Outre l'intégration en cours de MAWDI et celle des huit entreprises acquises en 2005, nous avons réalisé **12 acquisitions additionnelles en 2006**, dont les principales ont été celles de deux réseaux de distributeurs de pièces pour véhicules moteurs, outils et accessoires. En mai 2006, nous avons acquis Auto Craft Automotive Products, en Pennsylvanie, et en décembre 2006, nous avons fait l'acquisition de Tier Parts Warehouse, dans l'État de New York, un membre du groupement d'achat Automotive Distribution Network (« ADN ») auquel Uni-Sélect a participé à la mise sur pied en 2005. Ces deux acquisitions ont ajouté deux centres de distribution, cinq entrepôts satellites, 23 magasins corporatifs, en plus de 97 nouveaux marchands indépendants à notre réseau dans le nord-est des États-Unis. L'intégration de ces entreprises, dont la clientèle et le modèle d'affaires s'apparentent aux nôtres, sera complétée vers le milieu de l'année 2007. Dix acquisitions de moindre envergure ont aussi été réalisées en 2006, principalement celles de grossistes régionaux qui nous ont dotés de 12 magasins corporatifs additionnels au Texas, en Georgie, dans l'État de New York et dans l'Indiana.

L'ensemble des acquisitions de la dernière année devrait apporter au Groupe Automotive USA **des ventes additionnelles de 66 M\$ US** sur une base annuelle. De plus, nous avons implanté huit nouveaux magasins corporatifs, pour la plupart dans le Sud des États-Unis. Par conséquent, au terme de l'exercice 2006, le Groupe Automotive USA comptait **41 centres de distribution** et entrepôts ainsi que **207 magasins corporatifs**, par rapport à 159 un an plus tôt.



Par ailleurs, 2006 a marqué la deuxième année du programme triennal d'**intégration de MAWDI**, mis sur pied à la fin de 2004 dans la foulée de cette acquisition majeure. Au cours du dernier exercice, nous avons réalisé des synergies d'achat additionnelles en finalisant l'intégration des **lignes de produits communes** à MAWDI et Uni-Select USA Inc., dont la majeure partie avait été effectuée l'année précédente. Nous avons aussi harmonisé plusieurs **lignes de produits non communes**. Quant à l'intégration des **systèmes informatiques supportant les opérations**, elle était complétée en presque totalité à la fin de décembre 2006, à l'exception du centre de distribution de Mason City et du réseau de magasins corporatifs de la Division Centrale dont l'intégration a été finalisée au premier trimestre de 2007. Enfin, nous avons presque terminé l'intégration de la gestion des **ressources humaines**, du **management** et des **systèmes administratifs**. Pour l'année en cours, nos efforts d'intégration porteront principalement sur l'aspect logistique des activités de distribution, les lignes de produits non communes et la poursuite de l'harmonisation des programmes américains et canadiens.

À cet égard, sous la direction d'un comité exécutif composé de membres de la direction du Groupe Automotive USA, du Groupe Automotive Canada et du siège social d'Uni-Sélect inc., nous avons entrepris l'**harmonisation de notre image de marque ainsi que de nos stratégies de gestion de produits et de marketing** avec celles du Groupe Automotive Canada, tout en respectant les particularités de nos marchés régionaux. L'une des premières initiatives a été d'implanter l'image corporative d'Uni-Sélect à travers notre réseau afin d'établir une solide **identification nationale** au sein de nos marchés et de développer dans notre organisation l'esprit d'appartenance à un groupe d'envergure nord-américaine. Le renforcement de la culture entrepreneuriale et des valeurs propres à Uni-Sélect parmi nos gestionnaires et employés figure d'ailleurs parmi les principaux objectifs du plan stratégique du Groupe Automotive USA.

De plus, nous avons commencé à **élargir la sélection de produits** offerts à nos marchands membres des États-Unis en intégrant dans nos centres de distribution et nos marchés certaines lignes de produits commercialisées par le Groupe Automotive Canada, en particulier dans les catégories en croissance des **pièces de remplacement pour voitures importées** et des **produits d'entrée de gamme**. Ainsi, en plus de divers produits de marques nationales, nous avons ajouté à notre offre ceux commercialisés sous la marque privée Auto Extra® dans les segments des pièces d'entrée de gamme pour véhicules de marques asiatiques et européennes, ainsi que pour applications nord-américaines. Nous avons aussi entrepris d'apparier nos **programmes de marketing** avec ceux du Canada de façon à bénéficier de synergies additionnelles. Ainsi, la bannière Auto Plus®, qui regroupe plus de 120 marchands au Canada, a été déployée aux États-Unis où nous l'offrons dorénavant à une partie de nos grossistes comme alternative à notre bannière Parts Plus®. En plus d'aider nos marchands à mieux se différencier dans leur territoire respectif, cette stratégie de double bannières, qui a fait ses preuves au Canada, nous permet également de mieux structurer et de différencier nos programmes de marketing à l'intention des installateurs réunis sous les bannières CarCareCenter et ASP.



Conformément à notre plan stratégique, nous travaillons à améliorer d'autres volets importants de notre modèle d'affaires en vue d'accentuer notre croissance organique, augmenter nos marges bénéficiaires et accroître le rendement de notre base d'actifs. En plus de l'élargissement de nos lignes de produits en réponse aux besoins évolutifs de nos marchands et du renforcement de nos programmes de marketing, nous cherchons à **cultiver davantage la loyauté de notre clientèle** actuelle par le développement de services à valeur ajoutée, incluant l'amélioration continue de notre **plateforme de e-commerce**. Cet outil de connectivité performant, convivial et à la fine pointe permet l'échange d'information et les transactions entre nos centres de distribution, nos marchands et les installateurs. En deuxième lieu, nous avons ajouté des ressources sur le terrain et accentué l'encadrement de nos activités de **recrutement de nouveaux marchands et de support à l'expansion des marchands**, deux aspects prioritaires de notre stratégie de croissance.

Au début de l'exercice 2006 nous avons mis en place dans nos 207 magasins corporatifs un **système élaboré de «benchmarking»** utilisant les meilleures pratiques, soit celles des succursales les plus performantes. En permettant de cibler avec précision les zones de gestion qui nécessitent d'être améliorées et d'apporter rapidement les correctifs appropriés, ce processus a déjà produit des résultats significatifs. Ce fut particulièrement le cas de la Division Nord-Est qui compte 118 magasins corporatifs: au cours de la dernière année, en effet, plus de 70 % d'entre eux ont amélioré leur rentabilité et le rendement de leur actif grâce à une meilleure gestion de leur stock. Cependant, dix magasins non rentables, pour la plupart dans la Division Nord-Est, qui offraient un potentiel limité de redressement ont été fermés l'an dernier. Au cours de l'année 2007, nous continuerons d'améliorer la performance de nos magasins corporatifs et implanterons un processus semblable de benchmarking dans nos 41 centres de distribution et entrepôts satellites.

Nous sommes confiants que l'ensemble des mesures que nous venons de décrire améliorera la performance organique du Groupe Automotive USA en 2007, tant en termes de rétention de la clientèle et de recrutement de nouveaux marchands, qu'en termes de rentabilité et de retour sur actifs. Entre autres, la **Division Nord-Est** affiche actuellement une solide performance et devrait accroître sa contribution de façon significative en 2007, d'autant plus que la majorité des acquisitions du dernier exercice ont eu lieu dans cette région et que d'autres projets d'expansion y sont à l'étude.



Daniel Buzzard, v.-p., Division Sud-Est
John Rutland, v.-p., développement corporatif, USA
John Evanoka, v.-p., Division Nord-Est
Carman Capriotto, directeur senior, Groupe Nord-Est
Richard Buzzard, v.-p., Division Sud-Ouest

Nos opérations dans la région du **Nord-Ouest** ont également amélioré leur performance de façon constante au cours des derniers trimestres. Les **autres divisions** ont augmenté leurs ventes au dernier exercice, principalement au moyen de petites acquisitions et de l'implantation de nouveaux magasins corporatifs. En plus de poursuivre les occasions d'expansion par acquisitions, elles entendent renouer avec la croissance organique en 2007 et continuer d'améliorer leur rentabilité et la gestion de leurs magasins corporatifs.

Alors que le nombre de véhicules sur la route ne cesse de croître et que l'âge moyen de la flotte, ainsi que le kilométrage parcouru, continuent également d'augmenter, notre industrie est appelée à connaître encore plusieurs années de croissance. Le Groupe Automotive USA est bien positionné pour tirer avantage de ces tendances favorables, compte tenu notamment de l'étendue de sa présence géographique, laquelle inclut 16 des 25 centres les plus peuplés des États-Unis et assure la couverture d'environ 70 % de la flotte de véhicules immatriculés du pays. Nos expertises diversifiées en distribution et dans l'exploitation de magasins corporatifs sont un autre atout sur lequel nous comptons capitaliser pour accentuer notre développement par le biais des acquisitions et de la croissance organique.

L'objectif premier de notre **plan stratégique 2006-2010** est d'accélérer notre croissance, incluant par la réalisation de transactions d'envergure de **FAAAPs**. Nous cibons autant les entreprises qui renforceront notre positionnement dans nos marchés actuels en termes de territoires et de produits, que celles qui nous permettront de nous établir dans de nouveaux territoires ou d'élargir notre sélection de produits dans des catégories en croissance. Nous verrons également à finaliser l'**intégration de MAWDI** de façon à concrétiser la majorité des synergies d'ici la fin de 2007, ainsi que celle des acquisitions réalisées en 2006. À cet égard, nous travaillons actuellement à améliorer nos processus d'intégration d'entreprises acquises afin d'en raccourcir le délai.

D'autre part, nous entendons accentuer la **croissance organique** de nos ventes et augmenter nos **marges bénéficiaires**, ainsi que le retour sur notre actif, par le perfectionnement continu de notre modèle d'affaires et une synchronisation plus poussée de nos stratégies avec celles du Groupe Automotive Canada. En 2007, outre la réalisation de FAAAPs, nous nous donnons comme principaux objectifs : le recrutement de nouveaux marchands indépendants, le renforcement des programmes de succession et de partenariat avec les grossistes, l'élargissement de notre sélection de produits, principalement les pièces pour voitures importées, les produits d'entrée de gamme, l'outillage et l'équipement, l'implantation de magasins corporatifs en milieux urbains et l'amélioration de leur performance par la poursuite de notre opération de « benchmarking », le développement de comptes nationaux tels que les propriétaires de flottes et l'amélioration de nos processus de contrôle.

Enfin, nous accorderons une importance particulière au **renforcement de l'image et de la culture Uni-Sélect** au sein de notre groupe : une culture dynamique qui favorise le développement du potentiel de nos employés et notre capacité, en tant qu'organisation, à saisir et à optimiser rapidement les occasions de croissance qui se présentent.



Brent Windom, v.-p., marketing

James E. Buzzard, v.-p. exécutif

Ruth McManus, directeur, ressources humaines

Scott Terhaar, contrôleur du Groupe

Robert Buzzard, v.-p., administration

A photograph of Jean Rivard, Vice-president of the Heavy Group, smiling in a factory setting. He is wearing a blue shirt and a patterned tie, holding a clipboard. The background shows industrial machinery.

Jean Rivard
Vice-président exécutif,
Groupe Poids Lourds

L'exercice 2006 a été témoin de changements importants au sein du **Groupe Poids Lourds**, incluant le renouvellement d'une partie de son équipe de gestion et le début d'une réingénierie complète de ses processus d'affaires, qui devraient permettre à ce groupe de renouer avec la rentabilité et la croissance des ventes à partir de 2007.

RENOUVEAU

Deux principaux éléments ont pénalisé la performance financière de **Palmar inc.**, principale entité du Groupe Poids Lourds, en 2006. En premier lieu, une **conjoncture économique difficile** pour grand nombre de nos clients, en raison notamment de la force du dollar canadien et de la hausse du coût du pétrole. La baisse des exportations vers les États-Unis résultant d'un taux de change défavorable, entre autres, a fortement affecté l'industrie du transport pendant la seconde moitié de l'année, réduisant considérablement l'utilisation des flottes de camions. En deuxième lieu, notre performance dans le segment des roues a été affectée par un surstockage de ces produits chez un grand client à la fin de 2005, ce qui a entraîné un **retour massif de roues** en début 2006. Enfin, plusieurs roues multi-applications importées d'Asie se sont avérées incompatibles avec certains véhicules, ce qui a pénalisé nos opérations. Ces éléments ont provoqué un manque à gagner significatif au niveau des ventes de l'année 2006, en plus de hausser nos coûts d'exploitation. Il importe toutefois de souligner que ces roues, incluant les produits multi-applications qui s'ajustent à plusieurs autres modèles de véhicules, pourront être vendues en 2007. Les incidents de la dernière année ont suscité l'adoption d'un certain nombre de **mesures correctives**, incluant le recrutement d'un nouveau directeur pour cette catégorie de produits, l'amélioration de nos stratégies d'achat et la mise en place de procédures plus rigoureuses d'essai et de validation des produits.

L'exercice 2006 a néanmoins donné lieu à des **progrès dans plusieurs domaines**, en particulier celui de la vente de produits d'outillage. De fait, les ventes de ces produits à valeur ajoutée et à marges bénéficiaires élevées ont surpassé nos attentes. Cette performance est attribuable à la mise en place d'un programme agressif de commercialisation à la fin de 2005, accompagné d'activités de formation à l'intention des représentants. En collaboration avec nos partenaires-fournisseurs, nous avons également intensifié la formation des représentants responsables de la vente des produits conventionnels du Groupe Poids Lourds.

Enfin, la **modernisation des places d'affaires** du Groupe Poids Lourds entreprise en 2005 a porté fruits. À Montréal, en particulier, la relocalisation des trois anciens entrepôts dans un seul bâtiment plus fonctionnel a eu des effets bénéfiques sur la productivité des opérations. Le programme de rajeunissement des magasins s'est poursuivi en 2006.

Nous avons entrepris l'exercice 2007 avec un **programme étoffé de réingénierie et d'optimisation** visant l'ensemble de nos activités. Notre but est de recouvrer la rentabilité dès cette année grâce, notamment, au renforcement de nos stratégies d'approvisionnement et de gestion des achats, la diminution de notre stock et la baisse des frais d'exploitation. Nous visons également à renouveler la croissance organique des ventes dans chacune de nos catégories de produits.

revue des activités

Afin d'**améliorer la rentabilité**, nous entendons revoir notre structure de prix et continuer de diversifier nos sources d'approvisionnement internationales, tout en renforçant le contrôle de la qualité de l'approvisionnement. Nous avons également entrepris un processus d'évaluation du positionnement, de la gestion et de la performance générale de nos 22 succursales du Québec, des Maritimes et de l'Ontario ainsi que de notre centre d'Edmonton, afin d'optimiser le modèle d'affaires des unités non performantes et de diminuer les coûts de l'ensemble du réseau, sans compromettre la qualité du service à la clientèle.

Plusieurs initiatives ont été adoptées afin de **stimuler la croissance des ventes**, incluant le déploiement d'un programme de ventes de pièces pour poids lourds, de roues et d'outillage conçu spécifiquement pour les marchands du **secteur automobile d'Uni-Sélect**. Nous entendons également accroître les ventes de roues dans tous nos marchés, en particulier dans la région très dynamique de l'Ouest canadien. De plus, nous poursuivrons la pénétration des produits d'outillage dans tous nos territoires et chercherons à intégrer d'autres gammes de produits à valeur ajoutée et à marges bénéficiaires élevées.

Finalement, nous envisageons la possibilité de renforcer notre présence dans certains marchés clés, dont Montréal, Toronto et l'Ouest canadien, par la recherche de FAAAPs.



rapport de gestion 2006

(Analyse des résultats d'exploitation et de la situation financière pour l'exercice terminé le 31 décembre 2006)



DESCRIPTION DES ACTIVITÉS

Fondée en 1968, Uni-Sélect inc. (« Uni-Sélect » ou « la Compagnie ») est le deuxième plus important distributeur de pièces de remplacement et accessoires pour véhicules moteurs au Canada, et le huitième en importance aux États-Unis. Les activités d'Uni-Sélect sont réparties entre trois secteurs isolables les uns des autres :

- Le **Groupe Automotive Canada**, composé de différentes filiales, coentreprises et divisions, se spécialise dans la distribution de pièces de remplacement, d'outillage et d'accessoires pour véhicules automobiles à travers le Canada. Sa clientèle se compose principalement de 548 marchands grossistes indépendants desservant des ateliers de mécanique et de carrosserie, ainsi que de grandes chaînes nationales d'installateurs. Par le biais de ses 13 centres de distribution implantés dans toutes les principales régions du pays, le Groupe Automotive Canada gère un stock d'environ 350 000 produits différents, principalement de marques nationales, qu'il se procure d'un bassin de manufacturiers nord-américains et étrangers. Outre les services de distribution, il offre à ses marchands membres une gamme importante de services « à la carte » dont plusieurs programmes de marketing différenciateurs identifiés par des bannières distinctives, ainsi que des activités de formation et des outils de gestion informatique, de financement et de support général à l'exploitation et à l'expansion de sa clientèle. Le Groupe Automotive Canada exploite également 16 magasins corporatifs en milieux urbains.
- Le **Groupe Automotive USA**, dont la filiale Uni-Select USA, Inc. est détenue à 85,9 % par la Compagnie, exerce des activités similaires aux États-Unis. Ce groupe, qui a réalisé une importante acquisition vers la fin de l'exercice 2004, exploite actuellement 41 centres de distribution et 207 magasins corporatifs répartis dans 22 états, ce qui lui assure une couverture d'environ 70 % du parc de voitures immatriculées aux États-Unis. Il dessert 1 485 marchands indépendants auxquels il offre une grande sélection de produits et de services.
- Le **Groupe Poids Lourds**, dont la filiale Palmar inc. est détenue à 100 % par Uni-Sélect, œuvre dans la distribution et la vente de pièces de remplacement et d'accessoires pour camions poids lourds, remorques et autobus, ainsi que d'outils spécialisés et de roues pour tous les types de véhicules. Il exploite deux centres de distribution, l'un au Québec et l'autre en Alberta, en plus de 22 magasins corporatifs au Québec, au Nouveau-Brunswick, en Nouvelle-Écosse, à l'Île-du-Prince-Édouard et en Ontario.

Au cours de l'exercice terminé le 31 décembre 2006, les trois secteurs d'Uni-Sélect ont généré respectivement 43,6 %, 50,5 % et 5,9 % de ses ventes consolidées.

L'industrie canadienne de la distribution de pièces de remplacement pour véhicules a vécu une consolidation significative au cours des 20 dernières années, tant au niveau des distributeurs que des grossistes. Uni-Sélect a joué un rôle important dans ce mouvement en réalisant 58 acquisitions et alliances stratégiques au Canada et aux États-Unis, en plus de mettre de l'avant des programmes de financement pour appuyer ses marchands membres dans leurs projets d'expansion par acquisitions. Bien que relativement plus fragmentée que l'industrie canadienne, l'industrie américaine a aussi entrepris un mouvement de consolidation au cours des dernières années auquel Uni-Sélect a participé en complétant l'acquisition de plusieurs distributeurs de petite et moyenne taille depuis 1998, ainsi que d'un distributeur d'envergure en 2004 (voir rubrique « Événements marquants des trois derniers exercices » du présent rapport de gestion).

Bien qu'il existe certaines différences dans la structure et l'évolution de l'industrie canadienne des pièces de remplacement pour véhicules par rapport à l'industrie américaine, les grandes tendances qui caractérisent l'offre et la demande sont sensiblement les mêmes des deux côtés de la frontière. Cette similitude permet à Uni-Sélect de mettre de l'avant certaines stratégies et programmes concertés entre son Groupe Automotive Canada et son Groupe Automotive USA, de façon à valoriser les synergies que lui procurent sa taille et son pouvoir d'achat croissants à l'échelle nord-américaine.

L'industrie canadienne et américaine de la distribution de pièces de remplacement et d'accessoires pour véhicules est soumise à certains facteurs de risque d'ordre conjoncturel, concurrentiel et autres, qui sont décrits à la rubrique « Gestion des risques » du présent rapport de gestion.

COMMENTAIRES PRÉALABLES AU RAPPORT DE GESTION

Portée du rapport de gestion

Ce rapport de gestion porte sur les résultats d'exploitation et les flux de trésorerie pour les exercices terminés les 31 décembre 2006 et 2005, de même que sur la situation financière de la Compagnie à ces dates. Il devrait être lu en parallèle avec les états financiers consolidés et les notes complémentaires contenus dans le rapport annuel. Pour de plus amples renseignements, certains documents complémentaires, dont les documents préparés en vue de l'assemblée annuelle et spéciale des actionnaires du 10 mai 2007, la notice annuelle, la circulaire de sollicitation, les rapports annuels précédents, les rapports intermédiaires et les communiqués de presse, sont disponibles sur le site Internet de SEDAR (www.sedar.com).

Les états financiers contenus dans le rapport annuel ont fait l'objet d'une vérification par les vérificateurs de la Compagnie.

Dans le présent rapport de gestion, « Uni-Sélect » ou la « Compagnie » désigne, selon le cas, Uni-Sélect inc. et ses filiales, divisions et coentreprises, ou Uni-Sélect inc. ou l'une de ses filiales, divisions ou coentreprises. Le terme « exercice » désigne la période financière de 12 mois terminée le 31 décembre de l'année visée dans le contexte. À moins qu'il ne soit indiqué autrement, toutes les données financières présentées dans ce rapport de gestion, incluant les montants dans les tableaux, sont exprimées en dollars canadiens, et les comparaisons se font par rapport à l'exercice antérieur. Dans le rapport de gestion et les tableaux, le sigle « M\$ » signifie « million(s) de dollars ».

Les renseignements contenus dans le présent rapport de gestion tiennent compte de tout événement important survenu avant le 16 mars 2007, date de l'approbation des états financiers et du rapport de gestion par le conseil d'administration de la Compagnie. Ils présentent la situation de l'entreprise et son contexte commercial tels qu'ils étaient, au meilleur de la connaissance de la direction, au moment de la rédaction de ces lignes.

Conformité aux principes comptables généralement reconnus du Canada

À moins qu'il ne soit indiqué autrement, l'information financière présentée ci-après, ainsi que les montants apparaissant aux tableaux, sont préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus (« PCGR ») du Canada. L'information comprise dans ce rapport renferme également certains renseignements qui ne sont pas des mesures du rendement conformes aux PCGR du Canada.

Par exemple, la Compagnie utilise la mesure de « croissance organique » qui consiste à quantifier l'augmentation des ventes consolidées et sectorielles entre deux périodes données, en excluant l'impact des acquisitions et des alliances stratégiques ainsi que celui des variations du taux de change et, lorsqu'il y a lieu, du nombre différent de journées de facturation entre deux périodes. Uni-Sélect utilise cette mesure car elle aide à juger de l'évolution intrinsèque des ventes générées par sa base opérationnelle par rapport avec le reste du marché. La détermination du taux de croissance organique, qui est fondée sur des constats raisonnables aux yeux de la direction, pourrait différer des taux de croissance organique réels. Cette mesure pourrait aussi ne pas correspondre à des mesures portant un nom similaire employées par d'autres sociétés.

Uni-Sélect utilise également la mesure de « BAIIA », qui représente le bénéfice d'exploitation avant intérêts, amortissements, pertes sur cession d'immobilisations, impôts sur les bénéfices et part des actionnaires sans contrôle, car il s'agit d'un indicateur financier largement accepté de la capacité d'une société de rembourser et d'assumer ses dettes. Les investisseurs ne doivent pas le considérer comme un critère remplaçant les produits d'exploitation ou le bénéfice net, un indicateur des résultats d'exploitation ou de flux de trésorerie, ni comme un paramètre de mesure de liquidité. Étant donné que le BAIIA n'est pas établi conformément aux PCGR du Canada, il pourrait ne pas être comparable au BAIIA d'autres sociétés. Dans l'état des résultats de la Compagnie, le BAIIA correspond au poste « *Bénéfice avant les postes suivants* ». La marge du BAIIA correspond au BAIIA divisé par les ventes.

De plus, afin de mesurer le rendement de son actif, la Compagnie utilise la mesure du « rendement de l'actif moyen ». Celui-ci représente le bénéfice avant intérêts, moins les impôts y afférents, divisé par l'actif net moyen à la fin de l'exercice, c'est-à-dire, l'actif total moins les dettes ne portant pas intérêt tel que les crédateurs, dividendes à payer, impôts futurs et subventions gouvernementales reportées.

Enfin, la Compagnie utilise la mesure de « l'endettement total net » qui comprend la dette à long terme et les dépôts de garantie des marchands membres (incluant les portions à court terme), net de la trésorerie et équivalents de trésorerie et du placement temporaire. Elle utilise également comme mesure le coefficient d'endettement total net sur le capital investi total, ce coefficient correspondant à l'endettement total net divisé par la somme de l'endettement total net et des capitaux propres. Ces deux mesures ne sont pas établies conformément aux PCGR du Canada et pourraient ne pas être comparables à des mesures d'autres sociétés portant des noms similaires. La Compagnie les utilise car elles sont des indices généralement reconnus de la santé financière à court et à long terme des entreprises.

Déclarations prospectives

Le rapport de gestion a pour but d'aider l'investisseur à comprendre la nature et l'importance des changements et des tendances, de même que des risques et incertitudes liés à l'exploitation et à la situation financière d'Uni-Sélect. Certaines sections du présent rapport de gestion et autres sections du rapport annuel 2006 présentent des déclarations prospectives au sens des lois sur les valeurs mobilières, concernant les objectifs, les projections, les estimations, les attentes ou les prédictions de la Compagnie. Ces déclarations prospectives comportent des risques et incertitudes, si bien que les résultats réels pourraient différer significativement de ceux qui sont indiqués ou sous-entendus dans ces déclarations. Les principaux facteurs pouvant entraîner une différence significative entre les résultats réels de la Compagnie et les projections ou attentes formulées dans les déclarations prospectives sont décrits à la rubrique « *Gestion des risques* » du présent rapport de gestion. En dehors de ces principaux facteurs, les résultats de la Compagnie sont tributaires de l'effet de la concurrence, des habitudes d'achat des consommateurs, de l'évolution du parc automobile, de la conjoncture en général, ainsi que de la capacité de financement de la Compagnie.

Aucune assurance ne peut être donnée quant à la concrétisation des résultats, du rendement ou des réalisations tels que formulés ou sous-entendus dans les énoncés prospectifs. À moins d'y être tenue en vertu des lois sur les valeurs mobilières applicables, la direction d'Uni-Sélect n'assume aucune obligation quant à la mise à jour ou à la révision des déclarations prospectives en raison de nouvelles informations, d'événements futurs ou d'autres changements.

Effacité des contrôles et procédures de communication de l'information et des contrôles internes à l'égard de l'information financière

Uni-Sélect a établi et maintient des contrôles et procédures de communication de l'information de façon à fournir une assurance raisonnable que l'information importante relative à la Compagnie et à ses filiales consolidées est transmise à la direction, que l'information financière est fiable et que les états financiers ont été établis, aux fins de la publication de l'information financière, conformément aux PCGR du Canada. La direction a évalué les contrôles et procédures de communication de l'information à la fin de l'exercice 2006 et a conclu que ces derniers sont efficaces et qu'à sa connaissance, les états financiers et autres éléments d'information présentés dans les documents annuels donnent, à tous égards importants, une image fidèle de la situation financière, des résultats financiers et des flux de trésorerie de la Compagnie pour la période visée.

La direction est également responsable de la conception des contrôles internes à l'égard de l'information financière au sein de la Compagnie afin d'offrir une assurance raisonnable quant à la fiabilité de l'information financière et la préparation des états financiers selon les PCGR du Canada. La direction a évalué la conception des contrôles internes et procédures à l'égard de l'information financière à la fin de l'exercice 2006, et elle est d'avis que ceux-ci sont adéquats pour fournir ce degré d'assurance raisonnable.

Utilisation d'estimations

Pour dresser des états financiers conformément aux PCGR du Canada, la direction de la Compagnie doit faire des estimations et poser des hypothèses qui ont une incidence sur les montants présentés dans les états financiers et les notes y afférentes. Ces estimations sont fondées sur la connaissance que la direction possède des événements en cours et sur les mesures que la Compagnie pourrait prendre à l'avenir. Les résultats réels pourraient être différents de ces estimations, dont les plus importantes sont décrites dans le texte qui suit.

Écart d'acquisition :

L'écart d'acquisition n'est pas amorti et est soumis à un test de dépréciation sur une base annuelle, ou plus fréquemment si des événements ou des changements de situation indiquent que l'actif pourrait avoir subi une dépréciation. La Compagnie compare la valeur comptable d'une unité d'exploitation à sa valeur marchande, calculée en fonction d'une analyse des flux de trésorerie actualisés. Lorsqu'elle prépare les flux de trésorerie actualisés, la direction exerce son jugement pour estimer la rentabilité future, la croissance, les dépenses en immobilisation et le taux d'actualisation. La direction faisant appel à son jugement pour estimer la valeur marchande des unités d'exploitation, des changements aux estimations peuvent toucher la valeur de l'écart d'acquisition présenté. Si la valeur comptable d'une unité d'exploitation excédait sa valeur marchande, la Compagnie évaluerait alors la perte de valeur en comparant la juste valeur de l'écart d'acquisition à sa valeur comptable. Selon les résultats du dernier test de dépréciation effectué par la Compagnie en date du 31 décembre 2006, cette dernière a conclu qu'aucune perte de valeur n'existait. Cependant, une perte de valeur pourrait devoir être constatée dans l'éventualité où les résultats réels seraient différents des hypothèses et estimations utilisées.

Provision pour stock excédentaire ou désuet :

Le stock est évalué au moindre des éléments suivants : la valeur de réalisation nette ou le coût calculé selon la méthode du premier entré, premier sorti. La Compagnie constitue une provision pour la désuétude estimée, calculée en fonction d'hypothèses relatives à la demande future pour ses produits et aux conditions des marchés sur lesquels ses produits sont vendus. Cette provision, qui réduit le stock à sa valeur de réalisation nette, est ensuite inscrite à titre de réduction du stock dans le bilan consolidé. La direction doit faire des estimations et porter des jugements au moment de déterminer ces provisions. Si les conditions réelles du marché sont moins favorables que les hypothèses de la Compagnie, des provisions supplémentaires peuvent s'avérer nécessaires.

Impôts sur les bénéfices :

La Compagnie détermine au meilleur de sa connaissance son taux d'imposition effectif. Dans le cours normal des affaires, il existe de nombreux facteurs pouvant avoir des répercussions sur le taux d'imposition effectif puisque les conséquences fiscales de certaines transactions et de certains calculs demeurent incertaines. En tout temps, la Compagnie peut faire l'objet d'une vérification par les différentes autorités fiscales de chacune des juridictions dans lesquelles elle mène ses activités. Un certain nombre d'années peuvent s'écouler avant qu'une question particulière pour laquelle la Compagnie a établi une provision fasse l'objet d'une vérification et qu'elle soit résolue. Le nombre d'années durant lesquelles une vérification fiscale est en cours dépend de la juridiction fiscale.

La direction est d'avis que ses estimations sont raisonnables et reflètent le dénouement le plus probable des éventualités fiscales connues, bien que leur résolution finale soit difficile à prévoir. Si le résultat d'une vérification fiscale concluait à un traitement différent de celui utilisé par la direction, la provision pourrait devoir être rajustée.

Comptabilisation de rabais de volume:

Uni-Sélect négocie des ententes d'approvisionnement avec ses fournisseurs qui prévoient le paiement de rabais liés au volume d'achats effectués. En contrepartie, les ententes d'approvisionnement entre Uni-Sélect et ses marchands canadiens et certains marchands américains comprennent aussi le paiement de rabais liés au volume d'achats de ces marchands. Les ententes d'approvisionnement avec les fournisseurs sont revues périodiquement et les niveaux des rabais sont ajustés selon les conditions de marché qui prévalent. Uni-Sélect modifie aussi périodiquement les niveaux de rabais consentis à ses marchands selon les conditions de marché pour les produits visés. Uni-Sélect comptabilise les rabais accordés à ses marchands en diminution de ses revenus. Les rabais gagnés des fournisseurs sont comptabilisés en diminution du coût des ventes. Le rabais net applicable à un produit visé est déduit de l'évaluation du stock en fin de période. L'impact d'une année à l'autre des variations nettes des rabais, tant accordés aux marchands que gagnés des fournisseurs, est considéré comme étant non significatif.

Changements dans les conventions comptables

Depuis la publication du rapport annuel 2005, le changement suivant est intervenu dans les conventions comptables de la compagnie. Au début de l'exercice 2006, la Compagnie a adopté le CPN-156 du Manuel de l'ICCA « Comptabilisation par un fournisseur d'une contrepartie consentie à un client (y compris un revendeur des produits du fournisseur) » qui fournit des indications sur les circonstances dans lesquelles la contrepartie doit être considérée, soit comme un ajustement du prix de vente des produits ou services, soit comme un coût engagé par le fournisseur pour vendre ses produits. Le CPN-156 a été appliqué rétroactivement avec retraitement des exercices antérieurs. Les escomptes de caisse donnés aux clients, qui étaient auparavant présentés en réduction du bénéfice avant intérêts, amortissements, perte sur la cession d'immobilisations, impôts sur les bénéfices et part des actionnaires sans contrôle, sont dorénavant présentés en réduction des ventes. Suite à l'application du CPN-156, les ventes ont diminué de 13,5 M\$ pour l'exercice terminé le 31 décembre 2006 (13,3 M\$ en 2005).

Nouvelles normes comptables en vigueur en 2007

En 2005, l'Institut Canadien des Comptables Agréés (« ICCA ») a publié trois nouveaux chapitres dans le Manuel de l'ICCA: le chapitre 3855 intitulé « Instruments financiers – Comptabilisation et évaluation », le chapitre 3865 intitulé « Couvertures » et le chapitre 1530 intitulé « Résultat étendu ». Ces nouveaux chapitres sont entrés en vigueur pour les périodes intérimaires et annuelles commençant après le 1^{er} octobre 2006. Ils fournissent un ensemble d'instructions sur la comptabilisation et l'évaluation des instruments financiers ainsi que des normes d'utilisation de la comptabilité de couverture.

Le chapitre 1530 requiert que les compagnies divulguent le résultat étendu. En plus du bénéfice net, le résultat comprend principalement des profits et des pertes non réalisés qui n'apparaissent pas à l'état des résultats traditionnel et sont enregistrés directement dans les capitaux propres. D'autres composantes du résultat étendu consistent en des profits et pertes non réalisés liés à la conversion d'états financiers en devises étrangères, certains profits et pertes reportés provenant des activités de couverture, et des profits et pertes non réalisés sur certains investissements dans des titres de placement.

La Compagnie évalue actuellement l'incidence des ces recommandations et elle les mettra en œuvre de façon prospective au premier trimestre 2007.

RENSEIGNEMENTS CONSOLIDÉS CHOISIS

(en milliers de dollars, sauf les données relatives aux actions)

Exercices terminés les 31 décembre⁽¹⁾

	2006	2005	2004
	\$	\$	\$
Ventes			
• Groupe Automotive Canada	489 573	497 620	498 025
• Groupe Automotive USA	567 402	568 356	206 109
• Groupe Poids Lourds	66 928	73 980	75 188
Total	1 123 903	1 139 956	779 322
BAlIA			
• Groupe Automotive Canada	47 078	37 245	38 187
• Groupe Automotive USA	36 779	35 762	9 028
• Groupe Poids Lourds	(1 963)	1 224	3 691
Total	81 894	74 231	50 906
Bénéfice net	42 264	39 061	30 935
• par action ordinaire, de base	2,15	2,00	1,67
• par action ordinaire, dilué	2,14	1,99	1,65
Dividendes en espèces versés sur les actions ordinaires	7,473	6 114	6 181
• par action ordinaire	0,38	0,31	0,34 ⁽²⁾
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation	19 674 768	19 516 512	18 539 196
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires dilutives en circulation	19 735 667	19 658 327	18 729 762

Données relatives au bilan (aux 31 décembre)

	2006	2005	2004
	\$	\$	\$
Actif total	572 535	494 024	482 450
Capitaux propres	291 933	255 617	223 866
Passif financier à long terme ⁽³⁾	71 618	72 056	71 159

(1) Certaines données relatives aux exercices 2005 et 2004 ont été reclassées en fonction de l'application, en 2006, du CPN-156.

(2) Incluant un dividende spécial de 0,05 \$ par action.

(3) Comprend la dette à long terme et les dépôts de garantie des marchands membres (incluant les portions à court terme).

ÉVÉNEMENTS MARQUANTS DES TROIS DERNIERS EXERCICES

La majeure partie des variations observées dans les résultats et les postes de bilan de la Compagnie entre les exercices 2004, 2005 et 2006 reflète la poursuite de sa stratégie d'expansion par acquisitions et alliances stratégiques ainsi que l'impact de la fluctuation du dollar canadien par rapport à la devise américaine.

Exercice 2004

Le 1^{er} novembre 2004, Uni-Sélect a conclu la plus importante acquisition de son histoire récente, soit celle de la totalité des actions de Middle Atlantic Warehouse Distributor, Inc. (« MAWDI »), un important distributeur de pièces de remplacement et d'accessoires pour véhicules exerçant ses activités dans 18 états américains et réalisant des ventes annuelles de l'ordre de 350 M\$ US (environ 430 M\$ Can. au taux de change en vigueur en date de l'acquisition). La transaction de près de 113 M\$ a été financée en partie en espèces, en partie par l'émission d'actions et en partie par les facilités de crédit de la Compagnie. MAWDI a contribué aux résultats consolidés pour les deux derniers mois de l'exercice 2004.

En 2004, Uni-Sélect a également acquis deux distributeurs au Canada dont un dans la région de Calgary (Alberta), qui a été intégré au Groupe Automotive Canada, et l'autre dans la région de Montréal (Québec), dont les activités furent ultérieurement intégrées au Groupe Automotive Canada.

Exercice 2005

L'ajout de MAWDI, qui a contribué aux résultats consolidés de l'ensemble de l'exercice 2005 par rapport à deux mois seulement en 2004, ainsi que son financement expliquent la majeure partie des variations observées dans les résultats, les postes de bilan et le nombre moyen pondéré d'actions en circulation entre les exercices 2004 et 2005. En 2005, Uni-Sélect a réalisé la première étape de l'intégration de MAWDI, conformément au plan d'intégration prévu sur une période de trois ans.

De plus, au cours de l'exercice 2005, Uni-Sélect a réalisé neuf acquisitions de moindre envergure dont huit distributeurs aux États-Unis qui ont renforcé le positionnement du Groupe Automotive USA dans les états de Washington, du Texas, de l'Oklahoma, du Missouri, du Minnesota, ainsi qu'en Nouvelle-Angleterre. Les activités de distribution acquises ont été intégrées aux centres de distribution existants du Groupe Automotive USA dans ces régions, tandis qu'un entrepôt et cinq magasins corporatifs additionnels se sont greffés à son réseau qui en comptait 159 au 31 décembre 2005. D'autre part, le Groupe Automotive Canada a fait l'acquisition en 2005 d'un distributeur en Ontario dont le commerce a été transformé en magasin corporatif.

Exercice 2006

Au cours du dernier exercice, Uni-Sélect a exercé l'option qu'elle détenait d'acquérir, en date du 31 mai 2006, la participation de 50 % de son partenaire dans la coentreprise USI-AGI Prairies Inc., mise sur pied en 2002 afin de poursuivre et de développer les activités du Groupe Automotive Canada dans les provinces de l'Alberta, de la Saskatchewan et du Manitoba. Cette transaction a eu peu d'incidence sur les ventes, soit d'environ 10 M\$ sur une base annualisée, puisque le Groupe Automotive Canada était déjà responsable

d'approvisionner la coentreprise. Cependant, elle a eu un impact bénéfique significatif sur la rentabilité de ce groupe au cours des sept derniers mois de l'exercice. L'entreprise, qui est maintenant une filiale à part entière de la Compagnie, a changé sa dénomination pour Uni-Sélect Prairies Inc.

Uni-Sélect a complété 15 autres acquisitions ou partenariats en 2006, dont trois au Canada et 12 aux États-Unis, qui devraient apporter une contribution d'environ 76 M\$ aux ventes consolidées de la Compagnie sur une base annualisée (au taux de change en vigueur en date du 31 décembre 2006 entre les devises canadienne et américaine). Le Groupe Automotive Canada a notamment acquis un grossiste exploitant trois succursales dans la région de Toronto, lesquelles ont été transformées en magasins corporatifs, ainsi qu'une participation dans le commerce d'un autre grossiste sur la côte Ouest. De plus, la Compagnie a fait l'acquisition d'un distributeur québécois œuvrant dans les produits de peinture et de carrosserie, ce qui lui permet d'élargir sa sélection de produits, sa clientèle et ses canaux de distribution.

Aux États-Unis, le Groupe Automotive USA a complété deux acquisitions de moyenne envergure, soit deux distributeurs basés en Pennsylvanie et dans l'État de New York, qui ont ajouté deux centres de distribution, cinq entrepôts satellites et 23 magasins corporatifs à son réseau dans le nord-est des États-Unis. L'intégration de ces entreprises sera complétée vers le milieu de l'année 2007. De plus, le Groupe Automotive USA a acquis 12 magasins corporatifs additionnels au Texas, en Georgie, dans l'État de New York et dans l'Indiana. *(Pour plus d'information sur les acquisitions des deux derniers exercices, se référer à la note 9 afférente aux états financiers consolidés du présent rapport annuel.)*

L'exercice 2006 a également marqué la deuxième année du programme triennal d'intégration de MAWDI, dont les résultats obtenus à ce jour sont en majeure partie conformes aux attentes de la direction. De plus, afin de maximiser les synergies que lui confèrent son envergure et son positionnement nord-américain, la Compagnie a entrepris d'harmoniser davantage son image et ses stratégies de gestion de produits et de marketing dans l'ensemble du marché automobile du Canada et des États-Unis.

D'autre part, les résultats de la Compagnie au cours des deux derniers exercices, et plus particulièrement en 2006, ont été pénalisés par la force relative du dollar canadien.

Faisant abstraction des acquisitions des trois derniers exercices et de la fluctuation des devises, la Compagnie a affiché des taux de croissance organique de 1,0 % en 2004 et de 1,4 % en 2005, tandis qu'elle a accusé une décroissance organique de ses ventes de l'ordre de 2,4 % en 2006, en raison notamment d'un ralentissement de la demande au sein de certains marchés, de changements structurels dans la répartition de la demande, d'événements ayant eu une incidence non récurrente sur la demande et de la perte de certains clients. Par contre, la rentabilité d'Uni-Sélect a affiché une croissance constante et significative au cours des trois dernières années, en raison principalement de l'apport de MAWDI, de l'acquisition de la totalité des actions d'Uni-Sélect Prairies Inc. et des investissements alloués à la modernisation et l'amélioration des infrastructures et du modèle d'affaires du Groupe Automotive Canada.

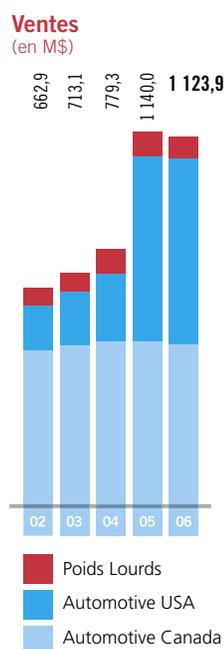
Cependant, outre l'impact défavorable de la fluctuation des devises, la croissance du bénéfice net a été partiellement entravée par le faible taux d'inflation de la valeur des pièces de remplacement en 2004, 2005 et 2006, phénomène qui touche l'ensemble de l'industrie nord-américaine, ainsi que par les difficultés rencontrées par le Groupe Poids Lourds.

Une analyse plus détaillée de l'évolution des résultats d'exploitation et du bilan entre les exercices 2006 et 2005 est fournie dans les rubriques qui suivent. Une analyse détaillée de l'évolution des résultats d'exploitation et du bilan entre les exercices 2005 et 2004 est fournie dans le rapport de gestion du rapport annuel 2005, disponible sur le site Internet de SEDAR (www.sedar.com).

RÉSULTATS D'EXPLOITATION CONSOLIDÉS ET SECTORIELS DE L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2006

Ventes

Au cours de l'exercice terminé le 31 décembre 2006, les revenus consolidés d'Uni-Sélect se sont chiffrés à 1,124 milliard \$ comparativement à 1,140 milliard \$ en 2005, soit une décroissance de 16,1 M\$ ou de 1,4%. L'appréciation du dollar canadien par rapport au dollar américain a eu un impact négatif de 37,3 M\$ sur les ventes de 2006, sans quoi ces dernières auraient plutôt affiché une hausse de 21,2 M\$ ou de 1,9%, attribuable aux acquisitions réalisées en 2005 et 2006. Excluant la fluctuation des devises, de même que la contribution des acquisitions des deux derniers exercices, Uni-Sélect a affiché une décroissance organique de 2,4% en 2006, laquelle a touché les trois groupes pour diverses raisons. Entre autres, l'augmentation du prix de l'essence a modifié les habitudes des consommateurs en termes de kilométrage parcouru, tant au Canada qu'aux États-Unis, ce qui a entraîné un ralentissement de la demande au cours de la période estivale 2006. De plus, on observe présentement un certain déplacement de la demande dans le marché de l'après-vente du secteur de l'automobile en faveur des concessionnaires, dû au niveau élevé des ventes de voitures neuves enregistré au cours des dernières années et à l'augmentation du contenu technologique des véhicules. Il est prévu que cette tendance dans la demande se stabilisera au cours des prochaines années.



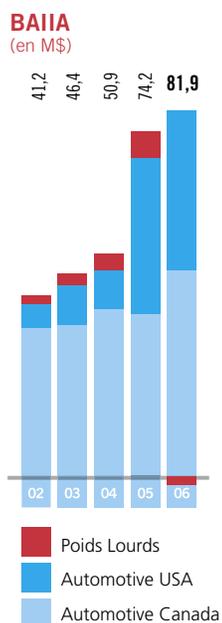
Sur une base sectorielle, l'évolution des ventes a été comme suit :

- Les ventes du **Groupe Automotive Canada** ont diminué de 8,0 M\$ ou de 1,6% pour s'établir à 489,6 M\$ comparativement à 497,6 M\$ en 2005. Excluant les acquisitions, la décroissance organique de ses ventes a été de 3,7%. Outre les conditions générales du marché, cette baisse s'explique en grande partie par une déflation de l'ordre de 0,4% des prix des produits de ce groupe attribuable principalement à la force du dollar canadien, de même qu'à l'importante transition qui a dû être effectuée en début d'année afin de desservir les franchisés MIDAS avec une nouvelle ligne de silencieux et de composantes de systèmes d'échappement. De plus, les conditions climatiques particulièrement douces de l'hiver 2005-2006, qui a été suivi d'un été plutôt frais, ont ralenti les ventes dans certaines catégories de produits, incluant les systèmes de climatisation et de refroidissement des véhicules commercialisés sous la bannière Cooling Depot®. Finalement, les ventes de produits de peinture et de carrosserie ont affiché une baisse due, notamment, au fait que certains grands marchands avaient constitué un stock important de ces produits à la fin de 2005. Signalons que le déclin des ventes a été plus prononcé en Ontario, où sont établis une grande partie des franchisés MIDAS. À l'inverse, le Groupe Automotive Canada a affiché une croissance significative de ses ventes dans les Prairies. Les opérations du groupe dans les provinces maritimes, le Québec et la Colombie-Britannique, pour leur part, ont continué d'être affectées par le ralentissement économique dans ces régions. De façon globale, le Groupe Automotive Canada a affiché un bon taux de rétention de sa clientèle malgré la perte de quelques clients en 2006, et conservé sa base de plus de 1 100 magasins desservis par ses centres de distribution à travers le Canada.
- Les ventes du **Groupe Automotive USA** ont été relativement stables, passant de 568,4 M\$ en 2005 à 567,4 M\$ en 2006. Le manque à gagner attribuable à la fluctuation des devises, de l'ordre de 37,3 M\$, a ainsi annulé en partie la contribution additionnelle d'environ 44,9 M\$ provenant des entreprises acquises en 2005 et 2006. Excluant la variation du taux de change et les acquisitions, ce groupe a affiché une décroissance organique de 0,7%. En plus d'un certain ralentissement de la demande, cette baisse s'explique en majeure partie par la fermeture de dix magasins corporatifs non rentables et dont le positionnement de marché offrait peu de potentiel, ainsi que par un changement important dans la stratégie de produits d'un grand client de la région du sud-ouest des États-Unis. Grâce aux acquisitions de l'année, ce groupe a ajouté 97 marchands membres à son réseau et près de 120 magasins desservis (incluant les magasins corporatifs). Sa croissance a été particulièrement marquée dans la région du nord-est où ont été réalisées les principales acquisitions de l'année.
- Le **Groupe Poids Lourds** a accusé un recul de 7,1 M\$ ou 9,5% de ses ventes qui se sont chiffrées à 66,9 M\$ en 2006, par rapport à 74,0 M\$ en 2005. Une partie de cette baisse s'explique par le transfert au Groupe Automotive Canada, en septembre 2006, de certaines activités de distribution dans la région de Montréal qui se rapportaient davantage au marché des véhicules légers qu'à celui des véhicules poids lourds.

Les ventes ainsi transférées ont été d'environ 2,0 M\$ pour l'année 2006. Nonobstant ce transfert, le Groupe Poids Lourds a affiché une décroissance organique de 6,3 % de ses ventes en raison de deux principaux facteurs. En premier lieu, il a fait face à une conjoncture économique difficile pour une partie de sa clientèle cible, en particulier l'industrie du transport qui est doublement affectée par le prix élevé du carburant et la baisse des exportations canadiennes vers les États-Unis due à la force du dollar canadien. En deuxième lieu, ce groupe a subi un retour important de marchandise dans le segment des roues en début 2006 dû à un surstockage de la part d'un grand client, de même qu'un problème de compatibilité de produits avec certaines marques de véhicules. Notons, toutefois, que l'impact de ces derniers événements ne devrait pas se répéter en 2007.

BAIIA

Malgré la diminution des ventes, le BAIIA consolidé d'Uni-Sélect s'est accru de 7,7 M\$, soit de 10,3 % pour atteindre 81,9 M\$ (marge du BAIIA équivalant à 7,3 % des ventes) comparativement à 74,2 M\$ en 2005 (marge de 6,5 % des ventes). Notons que la fluctuation des devises a eu un impact défavorable de 2,6 M\$ sur le BAIIA consolidé de 2006. D'autre part, les résultats du deuxième trimestre de 2006 incluent des revenus de 1,6 M\$ reliés à la révision de l'estimation de certains rabais de volume à recevoir de l'année précédente, tandis que ceux du quatrième trimestre incluent un ajustement ponctuel défavorable de 0,8 M\$ relatif à certaines provisions. Les résultats de 2005 incluaient des dépenses non récurrentes de 1,3 M\$ liées principalement à la mise en place du nouveau concept de distribution du Groupe Automotif Canada au Québec, ainsi qu'à la relocalisation de l'entrepôt principal du Groupe Poids Lourds à Montréal. Si l'on exclut les éléments non récurrents de 2005 et 2006 la marge du BAIIA consolidé d'Uni-Sélect se serait établie à 7,2 % en 2006, comparativement à 6,7 % en 2005.



L'évolution sectorielle du BAIIA a été comme suit :

- Le BAIIA du **Groupe Automotif Canada** s'est établi à 47,1 M\$ en 2006 (marge du BAIIA de 9,6 % des ventes), en hausse de 9,8 M\$ ou de 26,4 % sur le BAIIA de 37,2 M\$ de l'année précédente (marge de 7,5 %). Excluant l'effet des éléments non récurrents de 2006 et 2005 discutés précédemment, la marge du BAIIA s'établirait à 9,3 % en 2006, comparativement à 8,0 % en 2005. Cette performance est en bonne partie attribuable à l'acquisition de la participation de 50 % de l'ancien partenaire de la Compagnie dans Uni-Sélect Prairies Inc. en date du 31 mai 2006. La pleine contribution de cette entreprise pendant les sept derniers mois de l'exercice a généré une contribution additionnelle au BAIIA de l'ordre de 3,4 M\$. En outre, l'amélioration de la rentabilité du Groupe Automotif Canada est en partie attribuable à une augmentation de la marge brute, due à l'amélioration des conditions d'achat et à certains changements dans la composition des produits vendus et des types de clients desservis. Enfin, les initiatives adoptées depuis deux ans par le groupe afin de moderniser ses infrastructures et perfectionner son modèle d'affaires, plus particulièrement l'implantation en cours de sa nouvelle stratégie de distribution et du Système de gestion des entrepôts sans papier (SGE), ont atténué l'augmentation des dépenses d'exploitation en partie attribuable à l'évolution de sa base de clients installateurs. Ces facteurs combinés ont largement compensé les pressions exercées sur les marges bénéficiaires du Groupe Automotif Canada par la déflation des prix de certains produits.
- La contribution du **Groupe Automotif USA** au BAIIA consolidé de l'exercice 2006 s'est établie à 36,8 M\$, en hausse de 1,0 M\$ sur le BAIIA de 35,8 M\$ enregistré en 2005. La marge du BAIIA du Groupe Automotif USA est ainsi passée de 6,3 % en 2005 à 6,5 % en 2006, grâce à une amélioration de la marge brute attribuable principalement à la réalisation de synergies résultant des plans d'action mis en œuvre au cours des années 2005 et 2006, et à la proportion plus élevée de ventes réalisées auprès des installateurs, sur lesquelles la marge est plus élevée. Par contre, les dépenses d'exploitation ont augmenté, dû notamment aux coûts de distribution plus élevés encourus afin de desservir les clients installateurs, ainsi qu'à une augmentation des coûts de l'énergie. De plus, soulignons l'impact défavorable non récurrent mentionné précédemment de 0,8 M\$ sur le BAIIA et de 0,1 % sur la marge du BAIIA en 2006.
- Le **Groupe Poids Lourds** a enregistré une perte d'exploitation de 2,0 M\$ par rapport à un BAIIA positif de 1,2 M\$ en 2005. Outre le transfert d'une partie de ses ventes au Groupe Automotif Canada, ce recul est principalement attribuable à une diminution de la marge brute résultant des problèmes décrits précédemment dans le segment des roues qui, en plus de réduire les ventes, ont eu pour effet d'augmenter les coûts de maintenance. Les correctifs nécessaires ont été apportés afin d'éviter la récurrence de ce type d'événements.

Combiné à d'autres mesures implantées récemment, incluant le renforcement de sa stratégie d'approvisionnement international et la rationalisation en cours de son réseau de magasins, le Groupe Poids Lourds prévoit un retour à la rentabilité pour l'exercice 2007.

Frais financiers et d'amortissement

Les frais d'intérêt sur la dette à long terme et sur les dépôts de garantie des membres (nets des revenus d'intérêt perçus sur les avances faites aux marchands membres) ont augmenté de 0,9 M\$ pour se chiffrer à 3,6 M\$. Cette hausse s'explique essentiellement par l'augmentation des taux d'intérêt, puisque le niveau d'endettement à long terme de la Compagnie est demeuré sensiblement le même qu'en 2005. De plus, la Compagnie a enregistré des frais d'intérêt de 0,3 M\$ sur ses dettes bancaires à court terme (nets des revenus d'intérêt perçus sur sa trésorerie et équivalents de trésorerie) tandis qu'en 2005, ses revenus d'intérêt avaient excédé de 0,1 M\$ les intérêts payés sur ses dettes bancaires. Cette variation s'explique principalement par un recours accru à la dette bancaire pour financer en partie les acquisitions et ses besoins de fonds de roulement ainsi que par l'augmentation des taux d'intérêt. Par conséquent, le total des frais financiers, nets des revenus d'intérêt, s'est établi à 3,9 M\$ en 2006, par rapport à 2,6 M\$ en 2005.

D'autre part, les amortissements, liés principalement à l'amortissement des immobilisations, ont augmenté de 1,3 M\$ pour s'élever à 8,0 M\$ en 2006 comparativement à 6,7 M\$ en 2005. Cette hausse s'explique principalement par les acquisitions réalisées au cours des deux derniers exercices, ainsi que par les investissements effectués en 2005 et 2006 pour moderniser la plateforme technologique de la Compagnie au Canada, aménager le centre d'affaires principal des États-Unis et doter de matériel roulant la base élargie des magasins corporatifs américains.

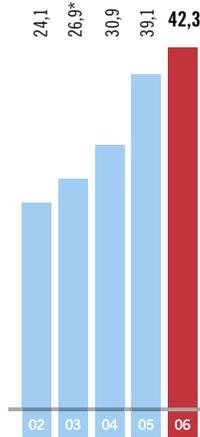
Les dépenses d'intérêt et d'amortissement ont ainsi affiché une hausse combinée d'un peu plus de 2,6 M\$, passant de 9,4 M\$ en 2005 à 12,0 M\$ en 2006.

Bénéfice et bénéfice par action

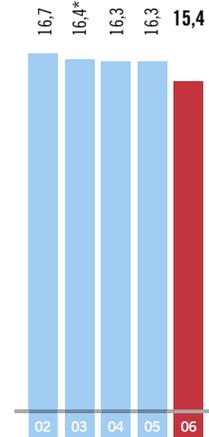
Uni-Sélect a dégagé un bénéfice avant impôts sur les bénéfices et part des actionnaires sans contrôle («BAI») de 69,9 M\$ comparativement à 64,9 M\$ l'année précédente, soit une hausse de 5,0 M\$ ou de 7,7%. Le taux effectif d'imposition s'est établi à 35,2% en 2006 comparativement à 35,0% en 2005.

Par conséquent, Uni-Sélect a clos l'exercice 2006 avec un bénéfice net de 42,3 M\$ en hausse de 3,2 M\$ ou de 8,2% sur le bénéfice net de 39,1 M\$ enregistré en 2005. La Compagnie a ainsi réalisé un rendement de 15,4% sur ses capitaux propres moyens.

Bénéfice net (en M\$)



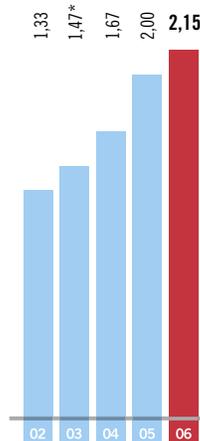
Rendement des capitaux propres moyens (en %)



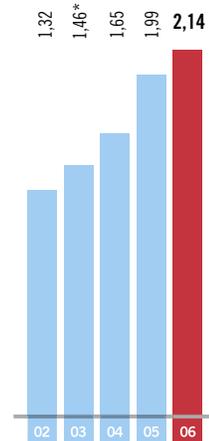
*Excluant revenu non récurrent de 4,5 M\$, net d'impôts

Le bénéfice de base par action s'est chiffré à 2,15 \$ en 2006 sur un nombre moyen pondéré de 19,7 millions d'actions en circulation, en hausse de 7,5% sur le bénéfice par action de 2,00 \$ enregistré en 2005, sur un nombre moyen pondéré de 19,5 millions d'actions. Sur une base diluée reflétant l'incidence de la levée éventuelle des options d'achat d'actions détenues par certains dirigeants, le bénéfice par action s'est chiffré à 2,14 \$ (sur une base dilutive de 19,7 millions d'actions), comparativement à 1,99 \$ l'année précédente (sur une base dilutive de 19,7 millions d'actions).

Bénéfice par action ordinaire (en \$)



Bénéfice dilué par action ordinaire (en \$)



*Excluant revenu non récurrent de 0,26\$ par action, net d'impôts

RENSEIGNEMENTS FINANCIERS DES HUIT DERNIERS TRIMESTRES (non vérifiés)

(en milliers de dollars, sauf les données relatives aux actions)

Exercice terminé le 31 décembre 2006

	Premier trimestre \$	Deuxième trimestre \$	Troisième trimestre \$	Quatrième trimestre \$
Ventes				
• Groupe Automotive Canada	109 825	131 531	127 738	120 479
• Groupe Automotive USA	134 354	144 123	147 913	141 012
• Groupe Poids Lourds	15 463	15 359	17 770	18 336
Total	259 642	291 013	293 421	279 827
BAIIA				
• Groupe Automotive Canada	6 045	11 328	10 187	19 518
• Groupe Automotive USA	7 057	9 500	9 035	11 187
• Groupe Poids Lourds	(668)	(802)	(333)	(160)
Total	12 434	20 026	18 889	30 545
Bénéfice net	5 646	10 539	9 402	16 677
• par action ordinaire, de base	0.29	0.54	0.48	0.85
• par action ordinaire, dilué	0.29	0.53	0.48	0.84

Exercice terminé le 31 décembre 2005⁽¹⁾

	Premier trimestre \$	Deuxième trimestre \$	Troisième trimestre \$	Quatrième trimestre \$
Ventes				
• Groupe Automotive Canada	113 917	137 762	127 068	118 873
• Groupe Automotive USA	133 678	153 839	148 398	132 441
• Groupe Poids Lourds	15 153	17 697	17 516	23 614
Total	262 748	309 298	292 982	274 928
BAIIA				
• Groupe Automotive Canada	5 928	9 973	8 502	12 842
• Groupe Automotive USA	6 208	9 836	8 994	10 724
• Groupe Poids Lourds	(369)	372	107	1 114
Total	11 767	20 181	17 603	24 680
Bénéfice net	5 394	10 267	9 214	14 186
• par action ordinaire, de base	0.28	0.53	0.47	0.72
• par action ordinaire, dilué	0.28	0.52	0.47	0.72

(1) Certaines données relatives à l'exercice 2005 ont été reclassées en fonction de l'application du CPN-156 en 2006.

Commentaires généraux sur les résultats trimestriels

Après avoir connu une baisse dans la première moitié de l'exercice 2006 par rapport à la période équivalente de 2005, en raison principalement de la fluctuation des devises, les ventes consolidées d'Uni-Sélect ont affiché une légère croissance dans la seconde moitié de l'année, sous l'effet conjugué des acquisitions de l'exercice, d'une amélioration de la demande dans le secteur automobile et de la stabilisation du dollar canadien par rapport à la devise américaine. Quant à l'évolution trimestrielle du BAIIA, elle reflète principalement la pleine contribution de la filiale Uni-Sélect Prairies Inc. à compter du 31 mai 2006, ainsi que la variation favorable des ajustements des rabais de volume effectués par le Groupe Automotive Canada au quatrième trimestre de chaque exercice. Notons également que la saisonnalité des ventes du Groupe Poids Lourds explique en majeure partie la réduction de sa perte dans la seconde moitié de l'exercice 2006 par rapport à la première moitié du même exercice. Pour leur part, sans être soumises à un cycle saisonnier prononcé, les activités d'Uni-Sélect dans le secteur « automobile » connaissent un certain ralentissement aux premier et quatrième trimestres en raison des conditions climatiques.

Commentaires sur les résultats du quatrième trimestre de l'exercice 2006

Pour la période de trois mois terminée le 31 décembre 2006, les ventes d'Uni-Sélect se sont établies à 279,8 M\$ comparativement à 274,9 M\$ à la même période en 2005, soit une progression de 1,8 %. Nonobstant l'impact négatif d'environ 4,1 M\$ de la fluctuation des taux de change, les ventes du quatrième trimestre affichent une augmentation réelle de 3,3 %, attribuable exclusivement aux acquisitions réalisées au cours des 12 derniers mois. Excluant ces dernières ainsi que l'impact du taux de change, la Compagnie a enregistré une décroissance organique de 3,3 %.

Le Groupe Automotive Canada a enregistré une décroissance organique de ses ventes de 2,9 % au cours du quatrième trimestre, tandis que le Groupe Automotive USA a vu ses revenus décroître de 1,3 % si on exclut l'impact des acquisitions, des fluctuations du taux de change et du nombre inférieur de jours de facturation. Le Groupe Poids Lourds a affiché une décroissance organique de 17 % (excluant le transfert d'une partie des ventes au Groupe Automotive Canada), attribuable principalement aux expéditions anormalement élevées de roues auprès d'un grand client à la fin de 2005, dont un grand nombre ont été retournées au début 2006, ainsi qu'aux ventes qui avaient été différées au quatrième trimestre de 2005 en raison de difficultés d'approvisionnement vécues au troisième trimestre de 2005.

Au quatrième trimestre de 2006, Uni-Sélect a dégagé un BAIIA de 30,5 M\$, en hausse de 5,9 M\$, soit de 23,8 % sur le BAIIA de 24,7 M\$ réalisé au quatrième trimestre de 2005. La marge du BAIIA s'est ainsi établie à 10,9 % comparativement à 9,0 % l'année précédente. Rappelons que les résultats du quatrième trimestre de 2006 ont été affectés par un élément défavorable non récurrent de 0,8 M\$ aux États-Unis, tandis que le BAIIA du quatrième trimestre de 2005 avait été pénalisé par des dépenses non récurrentes de 1,0 M\$ reliées principalement à la mise en place du nouveau concept de distribution du Groupe Automotive Canada. Si l'on exclut les éléments non récurrents de 2006 et 2005, la marge du BAIIA trimestriel se serait établie à 11,2 % en 2006, comparativement à 9,3 % en 2005.

- Cette performance est attribuable principalement au **Groupe Automotive Canada**, dont le BAIIA a bondi de 6,7 M\$, soit de 52,0 % pour atteindre 19,5 M\$, comparativement à 12,8 M\$ au même trimestre en 2005. Même en excluant les frais non récurrents de 2005, ce groupe n'en affiche pas moins une croissance appréciable puisque sa marge du BAIIA trimestriel par rapport aux ventes est passée de 10,8 % en 2005 à 16,2 % en 2006.
- Le BAIIA du **Groupe Automotive USA** a augmenté de 4,3 %, passant de 10,7 M\$ à 11,2 M\$. La fluctuation des devises a affecté négativement le BAIIA d'un montant de 0,4 M\$. L'augmentation de réserves au cours du quatrième trimestre a également réduit le BAIIA de quelque 0,8 M\$ comparativement à l'année 2005. Sans cet ajustement, la marge du BAIIA de ce groupe au cours du quatrième trimestre aurait été de 8,5 % en 2006 comparativement à 8,1 % en 2005.
- Enfin, le **Groupe Poids Lourds** a enregistré une perte de 0,2 M\$ par rapport à un BAIIA positif de 1,1 M\$ en 2005, pour les raisons mentionnées précédemment.

Les frais financiers, nets des revenus financiers, ont totalisé 1,4 M\$ comparativement à 0,6 M\$ l'année précédente dû à l'augmentation des taux d'intérêt et à un recours accru à la dette bancaire pour financer une partie des acquisitions et des activités courantes de la Compagnie. D'autre part, les frais d'amortissement sont passés de 0,7 M\$ en 2005 à 2,1 M\$ en 2006 en raison des acquisitions et des autres investissements réalisés au cours des deux dernières années, et du fait que certains ajustements favorables aux amortissements avaient été enregistrés au dernier trimestre de l'année 2005. Par conséquent, Uni-Sélect a enregistré une augmentation combinée de 2,0 M\$ de ses frais financiers et d'amortissement entre les quatrième trimestres de 2005 et 2006, lesquels ont totalisé 3,5 M\$ en 2006 par rapport à 1,5 M\$ à la même période de l'exercice 2005.

Le taux d'imposition effectif s'est chiffré à 35,3 % par rapport à 34,9 % l'année précédente. Par conséquent, Uni-Sélect a dégagé un bénéfice net de 16,7 M\$ ou 0,85 \$ par action (0,84 \$ dilué) au quatrième trimestre de 2006, comparativement à un bénéfice net de 14,2 M\$ ou 0,72 \$ par action (de base et dilué) au même trimestre en 2005, soit une hausse 17,6 %.

PRINCIPAUX FLUX DE TRÉSORERIE

Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation

En 2006, les flux de trésorerie consolidés provenant des activités d'exploitation (avant variations d'éléments du fonds de roulement) se sont chiffrés à 50,3 M\$ comparativement à 53,3 M\$ l'année précédente, cette légère diminution étant attribuable à la variation des impôts futurs. La variation des éléments du fonds de roulement a utilisé des liquidités de moins de 0,1 M\$ en 2006 comparativement à 9,6 M\$ en 2005. Après variations des éléments du fonds de roulement, les activités d'exploitation ont donc généré des flux de trésorerie nets de 50,3 M\$ en 2006, par rapport à 43,7 M\$ en 2005.

Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement

Les activités d'investissement ont requis des fonds de 84,7 M\$ en 2006, par rapport à 25,8 M\$ en 2005. Les principales activités d'investissement du dernier exercice ont été les suivantes :

- l'acquisition de diverses entreprises par le Groupe Automotive USA et le Groupe Automotive Canada et de participations de partenaires dans des coentreprises, pour une contrepartie en espèces de 76,2 M\$, nette du montant des encaisses acquises, en plus d'un solde de prix d'achat à payer de 1,0 M\$. (Ces transactions sont résumées à la note 9 afférente aux états financiers consolidés de l'exercice 2006.) ;
- l'acquisition d'immobilisations d'un montant total de 8,9 M\$, net de la cession d'immobilisations, par rapport à 8,7 M\$ en 2005. Les investissements de 2006 se sont rapportés principalement à la poursuite de la modernisation des systèmes informatiques de la Compagnie, au réaménagement des bureaux chefs du Canada et des États-Unis et à l'achat de matériel roulant, principalement aux États-Unis ; et
- un investissement net de 2,0 M\$ en placements temporaires.

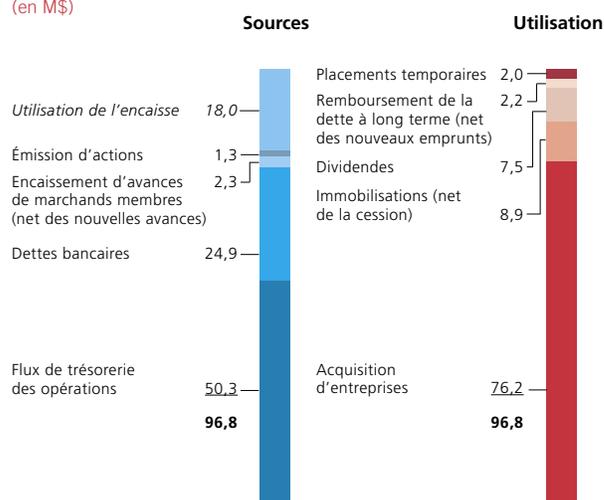
Par ailleurs, Uni-Sélect a encaissé un montant net de 2,3 M\$ sur la variation des avances faites à ses marchands membres.

Flux de trésorerie liés aux activités de financement

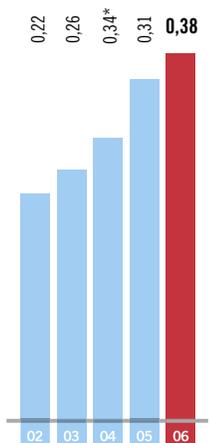
Les activités de financement ont généré des fonds de 16,5 M\$. La Compagnie a eu recours à la dette bancaire pour un montant de 24,9 M\$, principalement au cours du quatrième trimestre, afin de financer une acquisition et une partie de ses besoins de fonds de roulement, notamment le paiement de comptes créditeurs. Elle a également perçu un produit de 1,3 M\$ de l'émission de 99 618 actions ordinaires, dans le cadre principalement de la levée d'options d'achat d'actions détenues par des dirigeants. À l'inverse, la Compagnie a diminué le total de sa dette à long terme et des dépôts de garantie de membres d'un montant net de 2,2 M\$ et versé 7,5 M\$ en dividendes aux détenteurs d'actions ordinaires, soit 0,38 \$ par action.

Compte tenu de l'ensemble des flux de trésorerie de l'exercice 2006, en particulier les investissements significatifs effectués au cours de l'année, la trésorerie et équivalents de trésorerie de la Compagnie ont diminué de 18,0 M\$ pour se chiffrer à 1,1 M\$ au 31 décembre 2006, comparativement à 19,1 M\$ au 31 décembre 2005. En ajoutant les placements temporaires, Uni-Sélect bénéficiait de liquidités disponibles de 8,0 M\$ au terme de l'exercice 2006, par rapport à 24,1 M\$ en 2005.

Sources et utilisation des fonds en 2006 (en M\$)

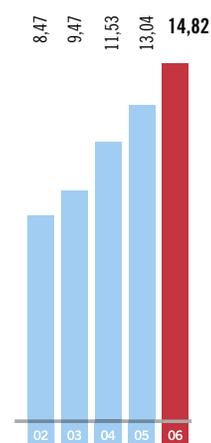


Dividendes par action ordinaire (en \$)



* Incluant un dividende spécial de 0,05\$ par action

Valeur comptable de l'action ordinaire (en \$)



SITUATION FINANCIÈRE

Les variations dans les postes du bilan de la Compagnie entre les 31 décembre 2005 et 2006 reflètent principalement les acquisitions de la période.

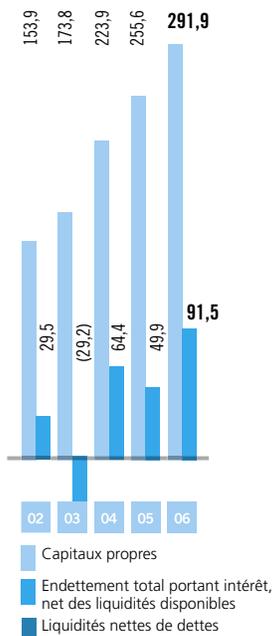
Au 31 décembre 2006, l'actif total d'Uni-Sélect se chiffrait à 572,5 M\$ par rapport à 494,0 M\$ à la même date en 2005, dû essentiellement aux acquisitions de l'année, lesquelles ont principalement eu pour effet d'accroître le stock et l'écart d'acquisition. Dans une moindre mesure, l'augmentation de la valeur des immobilisations reflète également l'impact des acquisitions du dernier exercice, diminué de l'amortissement de la période et de l'effet de la fluctuation des taux de change sur la valeur des immobilisations aux États-Unis. Soulignons que, conformément à la stratégie de la Compagnie d'opérer avec un minimum d'éléments d'actif immobilisés, ces derniers représentaient 7,3 % seulement de l'actif total à la fin du dernier exercice, composés principalement de bâtiments, de matériel informatique, de logiciels et d'équipement d'entreposage. Notons également qu'en excluant les acquisitions, l'actif total d'Uni-Sélect a été réduit en 2006.

D'autre part, l'augmentation du passif à court terme reflète principalement le recours accru à la dette bancaire de la Compagnie pour financer ses acquisitions et ses activités courantes. Par conséquent, le fonds de roulement d'Uni-Sélect est passé de 294,2 M\$ pour un coefficient de 3,2:1 au 31 décembre 2005, à 301,8 M\$ pour un coefficient de 2,7:1 à la même date en 2006. La dette à long terme (incluant les dépôts de garantie des membres et la tranche échéant à moins d'un an) est passée de 72,1 M\$ au 31 décembre 2005 à 71,6 M\$ à la même date en 2006, tandis que les capitaux propres se sont accrus de 36,3 M\$, soit de 14,2 %, pour atteindre 291,9 M\$ (14,82 \$ par action ordinaire) au 31 décembre 2006, comparativement à 255,6 M\$ (13,04 \$ par action) un an auparavant. Cette progression s'explique par le bénéfice net de l'exercice 2006 jumelé à l'émission de nouvelles actions ordinaires, net du versement de dividendes et des écarts de conversion cumulés.

Par conséquent, le coefficient de la dette à long terme sur les capitaux propres est passé de 28,2 % au terme de l'exercice 2005 à 24,5 % au 31 décembre 2006. Pendant la même période, en ajoutant les dettes bancaires, l'endettement total portant intérêt est passé de 74,0 M\$ ou 24,2 % du capital investi, à 99,5 M\$ ou 25,9 % du capital investi. Déduisant de la dette la trésorerie et équivalents de trésorerie ainsi que les placements temporaires, la Compagnie affichait un endettement total net de 91,4 M\$ au 31 décembre 2006, soit un coefficient de 23,9 % du capital investi, comparativement à un endettement total net de 49,9 M\$ et un coefficient d'endettement de 16,3 % un an plus tôt, en raison principalement du financement des acquisitions de 2006.

Uni-Sélect conserve une solide situation financière pour poursuivre ses activités courantes et ses projets d'expansion. De plus, au 31 décembre 2006, la Compagnie bénéficiait de facilités de crédit inutilisées d'environ 129 M\$, notamment pour la poursuite de sa stratégie d'expansion par acquisitions, alliances stratégiques et partenariats.

Structure de capital (en M\$)



PERSPECTIVES, BESOINS ET SOURCES DE FONDS EN 2007

La direction d'Uni-Sélect prévoit une croissance des ventes et de la rentabilité de la Compagnie pour l'exercice 2007, en raison d'un ensemble de facteurs externes et internes. Malgré une concurrence intense dans le marché des pièces de remplacement pour véhicules moteurs, la dynamique de l'industrie est généralement favorable en Amérique du Nord grâce, notamment, à la croissance soutenue et au vieillissement du parc de véhicules immatriculés, ainsi qu'à leur utilisation accrue. D'autre part, la baisse récente du dollar canadien devrait favoriser une légère inflation des prix des produits du Groupe Automotive Canada au cours de l'année 2007.

Sur le plan interne, en plus de la pleine contribution des acquisitions de 2006, la Compagnie devrait bénéficier en 2007 du renforcement des modèles d'affaires de chacun de ses groupes, en particulier l'implantation continue de la nouvelle stratégie de distribution du Groupe Automotif Canada, l'amélioration de la gestion des magasins corporatifs du Groupe Automotif USA, et le redressement général de la performance du Groupe Poids Lourds. De plus, Uni-Sélect cherchera à maximiser les synergies nord-américaines par une plus grande harmonisation des stratégies, gammes de produits et programmes de marketing entre ses différents groupes.

Finalement, la Compagnie entend intensifier son programme d'acquisitions, fusions, alliances stratégiques, affiliations ou partenariats. Le Groupe Automotif USA, en particulier, est bien positionné pour mener à bien certains projets d'expansion de moyenne ou grande envergure.

En termes de besoins de fonds, tout en poursuivant constamment la recherche d'acquisitions, de partenariats ou d'alliances stratégiques dans ses marchés cibles, Uni-Sélect a planifié des dépenses en immobilisations d'environ 12 M \$ pour l'exercice 2007, reliées principalement au développement de ses systèmes informatiques. Par ailleurs, Uni-Sélect continuera de rémunérer ses actionnaires conformément à sa politique de dividendes et analysera, comme elle le fait à chaque année, la pertinence de racheter des actions de la Compagnie sur le marché secondaire. Aucune action n'a été rachetée en 2006.

Les flux monétaires générés par l'exploitation, combinés aux facilités de crédit disponible de la Compagnie, devraient suffire à couvrir ces divers besoins de fonds. Advenant une occasion d'expansion requérant des fonds plus importants, Uni-Sélect évaluera les diverses alternatives s'offrant à elle.

RENSEIGNEMENTS SUR LE CAPITAL-ACTIONS

Au 31 décembre 2006, le capital-actions d'Uni-Sélect consistait en 19 699 334 actions ordinaires émises et en circulation par rapport à 19 599 716 au 31 décembre 2005. Au cours de l'exercice 2006, Uni-Sélect a émis 99 618 actions ordinaires, dont 98 315 actions ont été émises lors de la levée d'options d'achat d'actions par des dirigeants et l'émission de 1 303 actions ont été émises à des nouveaux marchands membres. *(De l'information supplémentaire sur le régime d'options d'achat d'actions à l'intention des employés cadres et des membres de la direction, en date du 31 décembre 2006, est présentée à la note 20 afférente aux états financiers consolidés contenus dans le rapport annuel.)*

En date des présentes, soit au 16 mars 2007, le capital-actions d'Uni-Sélect consistait en 19 725 154 actions ordinaires émises et en circulation. De plus, en vertu du régime d'options d'achat d'actions de la Compagnie, des options portant sur l'achat de 63 332 d'actions ordinaires étaient octroyées et non levées.

OBLIGATIONS CONTRACTUELLES

Le tableau suivant résume, en date du 31 décembre 2006, les paiements exigibles par période en vertu des obligations contractuelles et autres de la Compagnie :

(en milliers de dollars)						
	2007	2008	2009	2010	2011 et suivantes	Total
Dette à long terme	68	64	62 990	56	124	63 302
Biens loués	35	23	10	4	5	77
Obligations contractuelles	20 735	17 726	14 877	12 254	26 844	92 436
	20 838	17 813	77 877	12 314	26 973	155 815

INSTRUMENTS FINANCIERS

La Compagnie utilise des instruments financiers dérivés dans le but de réduire le risque de taux d'intérêt auquel l'expose sa dette. Elle n'utilise pas d'instruments financiers à des fins de transaction ou de spéculation. Entre autres, la Compagnie utilise des contrats de « swaps » de taux d'intérêt dans le cadre de son programme de gestion des taux d'intérêt variables de sa dette et du coût d'emprunt global correspondant. Divers swaps au montant de 11,7 M\$ viennent à échéance les 31 octobre 2007.

(De l'information supplémentaire sur les instruments financiers est présentée aux notes 3 et 25 afférentes aux états financiers consolidés contenus dans le rapport annuel.)

GESTION DES RISQUES

Risques liés à l'industrie et au contexte économique

Le marché de la distribution de pièces de rechange et accessoires pour véhicules moteurs légers et poids lourds est en partie tributaire du contexte économique, de la taille, de la structure et de l'utilisation du parc d'automobiles et de camions poids lourds, ainsi que de l'évolution de la technologie. Dans son principal pôle d'activité, les pièces de remplacement pour automobiles, la conjoncture économique a un impact modéré sur l'exploitation de la Compagnie. En effet, bien qu'elle en soit en partie tributaire, l'industrie des pièces de remplacement est beaucoup moins cyclique que celle de la vente de voitures neuves, puisque la décision d'effectuer une réparation est moins discrétionnaire que celle d'acheter un nouveau véhicule. Cependant, le secteur où œuvre le Groupe Poids Lourds peut être plus sensible aux facteurs externes.

Même si la croissance du parc nord-américain de véhicules est relativement modeste, la durée de vie et l'intensité d'utilisation des véhicules ont tendance à s'accroître, ce qui entraîne une augmentation de la demande pour les pièces de rechange.

D'autre part, la multiplication des modèles de voitures et leur durée de vie plus longue entraînent une prolifération du nombre de pièces, ce qui impose des contraintes financières aux distributeurs et aux marchands qui doivent maintenir un plus large éventail de pièces pour assurer une disponibilité adéquate des pièces.

Ce facteur est en partie atténué par le fait que les manufacturiers intègrent aux véhicules un contenu technologique de plus en plus sophistiqué, faisant en sorte que chaque pièce rempli plus de rôles et coûte plus cher à réparer, ce qui est favorable à l'industrie des pièces de remplacement.

L'industrie assiste depuis quelques années à un accroissement du pourcentage de véhicules de marques étrangères dans le parc nord-américain et à une complexification technologique due au contenu électronique de plus en plus important des voitures, deux volets qui tendent à favoriser les concessionnaires pour l'entretien des véhicules.

L'importance grandissante de la technologie impose aux distributeurs et aux marchands d'offrir un perfectionnement continu à leur personnel ainsi que l'accès à de nouveaux outils de diagnostique. Uni-Sélect gère l'impact potentiel de ces tendances par l'ampleur et la qualité des programmes de formation et de support qu'elle offre aux marchands indépendants, à leur personnel et à leurs clients. Elle intègre également des technologies modernes et performantes en matière de gestion d'entrepôts et de télécommunication.

De façon générale, la direction estime que l'inflation a un impact négligeable sur les résultats de la Compagnie, étant donné que l'augmentation du prix des marchandises imposée par les manufacturiers est transmise aux consommateurs. Cependant, une inflation faible ou une déflation de la valeur des pièces de rechange sur le marché peuvent avoir une incidence négative sur la rentabilité de ses centres de distribution.

La fluctuation du taux de change entre les devises américaine et canadienne peut avoir un impact sur la valeur des ventes consolidées en dollars canadiens de la Compagnie et sur sa rentabilité. L'impact potentiel sur sa rentabilité est diminué du fait que la Compagnie bénéficie, en quelque sorte, d'une protection naturelle de par la répartition de ses ventes et de ses achats entre les deux devises. Cependant, la direction croit que la baisse de la valeur relative du dollar américain au cours des dernières années pourrait avoir contribué à la faible inflation, voire la déflation de la valeur des pièces de rechange vendues sur le marché canadien, laquelle a eu un impact négatif sur les marges bénéficiaires de la Compagnie.

Enfin, malgré l'accroissement de son endettement depuis 2004 afin de financer son expansion aux États-Unis, Uni-Sélect préserve une bonne santé financière, caractérisée par un niveau d'endettement raisonnable par rapport à ses capitaux propres. Combiné à l'importance des flux de trésorerie générés par son exploitation, ceci la met relativement à l'abri des risques associés à une hausse prononcée des taux d'intérêt.

Risques liés au modèle d'affaires et à la stratégie d'Uni-Sélect

Dans le marché des pièces de remplacement pour voitures, le modèle d'affaires d'Uni-Sélect, qui consiste à desservir principalement des marchands grossistes indépendants (plutôt qu'un réseau de succursales corporatives), impose à la Compagnie des exigences particulières afin d'assurer la loyauté et la pérennité de ses marchands membres. C'est pourquoi l'approche fondamentale de la Compagnie est de

favoriser la croissance, la compétitivité et la rentabilité de ses membres et clients au moyen d'une solution d'affaires totale incluant des bonnes conditions d'achat, une gestion proactive de la sélection de produits, des services de distribution d'une grande efficacité, des programmes marketing novateurs et une série de services de support, dont en formation et en financement. Dans le contexte de consolidation de l'industrie, qui se fait aussi au niveau des grossistes, la Compagnie a développé des programmes visant à faciliter l'expansion par acquisitions de ses marchands.

D'autre part, face au vieillissement des propriétaires de magasins de pièces de remplacement, Uni-Sélect a aussi mis en place des programmes de succession permettant aux marchands désireux de prendre leur retraite de vendre leur commerce à un membre de leur famille, à un employé ou à un autre membre du réseau Uni-Sélect. Le cas échéant, Uni-Sélect peut décider de racheter le commerce de ce marchand afin de protéger son réseau de distribution.

La stratégie de croissance par acquisitions de la Compagnie, surtout aux États-Unis, comporte sa part de risques. Uni-Sélect a développé une expertise à ce chapitre, ayant mené à bien l'acquisition et l'intégration de 33 entreprises au cours des cinq dernières années seulement, incluant une acquisition majeure en 2004 dont l'intégration se déroule actuellement comme prévu. Pour limiter son risque, la Compagnie poursuit notamment une stratégie d'acquisition ciblée et sélective, applique une procédure de vérification diligente étendue et conçoit des plans d'intégration détaillés. Finalement, Uni-Sélect dispose d'une équipe multidisciplinaire afin de bien évaluer et gérer des risques particuliers aux marchés où elle s'implante, en particulier aux États-Unis.

Tel que recommandé par les autorités réglementaires, Uni-Sélect a mis en place un système d'analyse et de contrôle des risques opérationnels, stratégiques et financiers relevant directement des responsabilités du conseil d'administration.

RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Des renseignements supplémentaires sur la Compagnie sont disponibles sur le site Internet de SEDAR (www.sedar.com).

Le président et chef de la direction,



(Signé) Jacques Landreville

Le vice-président, administration
et chef des opérations financières



(Signé) Richard G. Roy, CA *

* À compter du 2 avril 2007, Richard G. Roy occupera le poste de vice-président et chef de l'exploitation.

Le 16 mars 2007

RAPPORT DE LA DIRECTION

Relativement aux états financiers consolidés

Les états financiers consolidés d'Uni-Sélect Inc. ainsi que les renseignements financiers contenus dans ce rapport annuel sont la responsabilité de la direction. Ces états financiers consolidés ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada et ont été approuvés par le conseil d'administration.

Uni-Sélect Inc. maintient des systèmes de comptabilité et de contrôles administratifs qui, de l'avis de la direction, assurent raisonnablement l'exactitude de l'information financière et la conduite ordonnée et efficace des affaires de la Compagnie.

Le conseil d'administration s'acquitte de sa responsabilité relative aux états financiers consolidés, compris dans ce rapport annuel, principalement par l'intermédiaire de son comité de vérification. Ce comité, qui tient périodiquement des réunions avec les membres de la direction et les vérificateurs externes a révisé les états financiers consolidés d'Uni-Sélect Inc. et a recommandé leur approbation au conseil d'administration.

Les états financiers consolidés ci-inclus ont été vérifiés par le cabinet Raymond Chabot Grant Thornton S.E.N.C.R.L., comptables agréés.

Le président et chef de la direction,


(Signé) Jacques Landreville

Le vice-président, administration
et chef des opérations financières,


(Signé) Richard G. Roy, CA *

* À compter du 2 avril 2007, Richard G. Roy occupera le poste de vice-président et chef de l'exploitation

Boucherville
Le 23 février 2007

RAPPORT DES VÉRIFICATEURS

Aux actionnaires de Uni-Sélect Inc.

Nous avons vérifié les bilans consolidés de la Compagnie Uni-Sélect Inc. aux 31 décembre 2006 et 2005 et les états consolidés des résultats, des bénéfices non répartis et des flux de trésorerie des exercices terminés à ces dates. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Compagnie. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur nos vérifications.

Nos vérifications ont été effectuées conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers consolidés donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Compagnie aux 31 décembre 2006 et 2005 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour les exercices terminés à ces dates selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.


(Signé) Comptables agréés

Montréal
Le 23 février 2007

RÉSULTATS CONSOLIDÉS des exercices terminés les 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars, à l'exception du bénéfice de base par action et du bénéfice dilué par action)

	2006	2005
	\$	\$
Ventes	1 123 903	1 139 956
Bénéfice avant les postes suivants :	81 894	74 231
Intérêts sur les dettes bancaires	1 250	421
Intérêts sur la dette à long terme	3 809	2 957
Intérêts sur les dépôts de garantie des marchands membres	360	263
Revenus d'intérêts sur la trésorerie et les équivalents de trésorerie	(991)	(547)
Revenus d'intérêts auprès des marchands membres	(523)	(518)
Amortissements (note 5)	8 045	6 705
Perte sur la cession d'immobilisations	70	89
	12 020	9 370
Bénéfice avant impôts sur les bénéfices et part des actionnaires sans contrôle	69 874	64 861
Impôts sur les bénéfices (note 6)		
Exigibles	27 658	18 316
Futurs	(3 028)	4 397
	24 630	22 713
Bénéfice avant part des actionnaires sans contrôle	45 244	42 148
Part des actionnaires sans contrôle	2 980	3 087
Bénéfice net	42 264	39 061
Bénéfice par action (note 7)		
Bénéfice de base par action	2,15	2,00
Bénéfice dilué par action	2,14	1,99

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers consolidés.

BÉNÉFICES NON RÉPARTIS CONSOLIDÉS des exercices terminés les 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars)

	2006	2005
	\$	\$
Solde au début	220 966	188 159
Bénéfice net	42 264	39 061
	263 230	227 220
Dividendes	7 875	6 254
Solde à la fin	255 355	220 966

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers consolidés.

FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS des exercices terminés les 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars)

	2006	2005
	\$	\$
ACTIVITÉS D'EXPLOITATION		
Bénéfice net	42 264	39 061
Éléments hors caisse		
Amortissements	8 045	6 705
Impôts futurs	(3 028)	4 397
Perte sur la cession d'immobilisations	70	89
Part des actionnaires sans contrôle	2 980	3 087
	50 331	53 339
Variations d'éléments du fonds de roulement (note 8)	(76)	(9 626)
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	50 255	43 713
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Placements temporaires	(1 955)	(4 942)
Acquisitions d'entreprises (note 9)	(76 218)	(13 034)
Part des actionnaires sans contrôle (note 9)	–	(152)
Avances à des marchands membres	(4 737)	(3 406)
Encaissements des avances à des marchands membres	7 061	4 469
Actions de compagnies et avances	–	20
Immobilisations	(9 510)	(8 782)
Cession d'immobilisations	633	77
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(84 726)	(25 750)
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Dettes bancaires	24 914	(1 260)
Dû à un coentrepreneur	–	(2 500)
Solde de prix d'achat	–	(4 104)
Frais de financement	–	(288)
Emprunts à long terme	2 002	4 289
Remboursements de la dette à long terme	(4 033)	(1 226)
Dépôts de garantie des marchands membres	(205)	(28)
Émission d'actions	1 288	2 455
Dividendes versés	(7 473)	(6 114)
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	16 493	(8 776)
Augmentation (diminution) nette de la trésorerie et des équivalents de trésorerie	(17 978)	9 187
Trésorerie et équivalents de trésorerie au début	19 108	9 921
Trésorerie et équivalents de trésorerie à la fin	1 130	19 108

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers consolidés.

BILANS CONSOLIDÉS aux 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars)

	2006	2005
	\$	\$
ACTIF		
Actif à court terme		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	1 130	19 108
Placement temporaire (note 10)	6 897	4 942
Débiteurs (note 11)	136 834	132 251
Impôts sur les bénéfices à recevoir	7 398	5 352
Stock	313 384	260 156
Frais payés d'avance	4 737	3 885
Impôts futurs (note 6)	6 332	3 093
	476 712	428 787
Placements et escomptes de volume à recevoir, au coût (note 12)	6 575	7 798
Immobilisations (note 13)	41 714	36 246
Frais de financement	893	1 321
Clauses de non-concurrence (note 14)	578	—
Écarts d'acquisition (note 15)	44 257	17 996
Impôts futurs (note 6)	1 806	1 876
	572 535	494 024
PASSIF		
Passif à court terme		
Dettes bancaires (note 16)	27 860	1 932
Créditeurs (note 17)	136 197	130 687
Impôts sur les bénéfices à payer	8 268	—
Dividendes à payer	1 970	1 568
Versements sur la dette à long terme et sur les dépôts de garantie des marchands membres (notes 18 et 19)	529	373
Impôts futurs (note 6)	19	—
	174 843	134 560
Subventions gouvernementales reportées	—	395
Dette à long terme (note 18)	63 275	64 349
Dépôts de garantie des marchands membres (note 19)	7 814	7 334
Impôts futurs (note 6)	5 082	4 837
Part des actionnaires sans contrôle	29 588	26 932
	280 602	238 407
CAPITAUX PROPRES		
Capital-actions (note 20)	49 344	48 056
Bénéfices non répartis	255 355	220 966
Écarts de conversion cumulés (note 21)	(12 766)	(13 405)
	291 933	255 617
	572 535	494 024

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers consolidés.

Pour le conseil,



(Signé) Jean-Louis Dulac
Administrateur



(Signé) Jean Guénette
Administrateur

NOTES COMPLÉMENTAIRES aux 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars, à l'exception des montants par action)

1 - STATUTS ET NATURE DES ACTIVITÉS

La Compagnie, constituée en vertu de la Partie IA de la Loi sur les compagnies (Québec), est une entreprise de distribution en gros et de commercialisation de pièces de rechange pour véhicules moteurs.

2 - MODIFICATION DE CONVENTION COMPTABLE

Comptabilisation par un fournisseur d'une contrepartie consentie à un client

Au début de l'exercice 2006, la compagnie a adopté le CPN-156, *Comptabilisation par un fournisseur d'une contrepartie consentie à un client (y compris un revendeur des produits du fournisseur)*, qui fournit des indications sur les circonstances dans lesquelles la contrepartie doit être considérée soit comme un ajustement du prix de vente des produits ou services, soit comme un coût engagé par le fournisseur pour vendre ses produits. Le CPN-156 a été appliqué rétroactivement avec retraitement des exercices antérieurs. Les escomptes de caisse donnés aux clients étaient auparavant présentés en réduction du bénéfice avant intérêts, amortissements, perte sur la cession d'immobilisations, impôts sur les bénéfices et part des actionnaires sans contrôle et sont dorénavant présentés en réduction des ventes. À la suite de l'application du CPN-156, les ventes ont diminué de 13 471 \$ pour l'exercice terminé le 31 décembre 2006 (13 254 \$ en 2005).

3 - CONVENTIONS COMPTABLES

Estimations comptables

Pour dresser des états financiers conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada, la direction de la Compagnie doit faire des estimations et poser des hypothèses qui ont une incidence sur les montants présentés dans les états financiers et les notes y afférentes. Ces estimations sont fondées sur la connaissance que la direction possède des événements en cours et sur les mesures que la Compagnie pourrait prendre à l'avenir. Les résultats réels pourraient être différents de ces estimations.

Principes de consolidation

Les états financiers consolidés comprennent les comptes de la Compagnie et de ses filiales, ainsi que la quote-part des éléments d'actif et de passif, des produits et des charges des coentreprises dans lesquelles elle détient une participation, cette quote-part étant comptabilisée selon la méthode de la consolidation proportionnelle.

Constatation des produits

La Compagnie comptabilise ses produits à la suite de la livraison de la marchandise, lorsque tous les avantages et risques inhérents à la propriété ont été transférés, que la vente est acceptée par le client et que le recouvrement est raisonnablement assuré.

La Compagnie offre un droit de retour à ses clients sur les ventes de biens. Au moment où la Compagnie constate le produit, elle inscrit une provision relative aux droits de retour, laquelle est fondée sur l'expérience historique de la Compagnie et sur les hypothèses de la direction.

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La trésorerie et les équivalents de trésorerie comprennent l'encaisse et les placements temporaires dont l'échéance est de moins de trois mois à compter de la date d'acquisition.

Auto-assurance

Aux États-Unis, la Compagnie a recours à l'auto-assurance pour couvrir certaines pertes relatives à la responsabilité civile et aux indemnités d'accidents du travail. Le coût ultime non-actualisé des réclamations encourues à la date du bilan est reconnu à titre de passif. Ce coût est estimé sur la base des données historiques de la Compagnie et d'évaluations actuarielles.

Évaluation du stock

Le stock est évalué au coût ou à la valeur de réalisation nette selon le moins élevé des deux. Le coût est déterminé selon la méthode de l'épuisement successif.

Remises de fournisseurs

La Compagnie comptabilise une contrepartie en espèces reçue de fournisseurs en réduction du prix des biens des fournisseurs et réduit le coût des marchandises vendues et du stock connexe figurant dans l'état des résultats et les bilans consolidés.

Amortissements

Les immobilisations sont amorties en fonction de leur durée probable d'utilisation selon les méthodes, les taux annuels et la période qui suivent :

	Méthodes	Taux et période
Pavage	Dégressif	8 %
Bâtiments	Linéaire et dégressif	2,5 % et 5 %
Mobilier et équipement	Linéaire et dégressif	10 % et 20 %
Logiciels et matériel roulant	Dégressif	30 %
Équipement informatique	Linéaire	14,3 % et 20 %
Améliorations locatives	Linéaire	Durée des baux

Les clauses de non-concurrence sont amorties selon la méthode de l'amortissement linéaire sur une période de quatre ans.

Frais de financement

Les frais relatifs à la structure de financement et à la facilité de crédit sont amortis selon la méthode de l'amortissement linéaire sur des périodes de trois et de cinq ans.

Dépréciation d'actifs à long terme

Les immobilisations et les clauses de non-concurrence sont soumises à un test de recouvrabilité lorsque des événements ou des changements de situation indiquent que leur valeur comptable pourrait ne pas être recouvrable. La valeur comptable d'un actif à long terme n'est pas recouvrable si elle excède le total des flux de trésorerie non actualisés qui résulteront vraisemblablement de l'utilisation et de la sortie éventuelle de l'actif. Dans un tel cas, une perte de valeur doit être constatée et correspond à l'excédent de la valeur comptable de l'actif à long terme sur sa juste valeur.

Écarts d'acquisition

Les écarts d'acquisition représentent l'excédent du coût d'acquisition d'entreprises sur le montant net des valeurs attribuées aux éléments de l'actif acquis et du passif pris en charge. Les écarts d'acquisition ne sont pas amortis. Ils sont soumis annuellement à un test de dépréciation ou plus fréquemment si des événements ou des changements de situation indiquent qu'ils ont subi une dépréciation.

NOTES COMPLÉMENTAIRES aux 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars, à l'exception des montants par action)

3 - CONVENTIONS COMPTABLES (suite)

Écarts d'acquisition (suite)

Le test de dépréciation consiste en une comparaison de la juste valeur des unités d'exploitation de la Compagnie avec leur valeur comptable. Lorsque la valeur comptable d'une unité d'exploitation excède sa juste valeur, la Compagnie compare la juste valeur de tout écart d'acquisition rattaché à l'unité d'exploitation à sa valeur comptable. Une perte de valeur est constatée aux résultats pour un montant égal à l'excédent. La juste valeur d'une unité d'exploitation est calculée en fonction de l'évaluation des flux de trésorerie actualisés.

Impôts sur les bénéfices

La Compagnie utilise la méthode du passif fiscal pour comptabiliser les impôts sur les bénéfices. Selon cette méthode, les actifs et les passifs d'impôts futurs sont déterminés en fonction de l'écart entre la valeur comptable et la valeur fiscale des actifs et des passifs, et ils sont mesurés en appliquant, à la date des états financiers, les taux d'imposition et les lois fiscales en vigueur ou pratiquement en vigueur pour les exercices au cours desquels les écarts temporaires sont censés se résorber.

Conversion des devises

Les éléments monétaires du bilan, excluant ceux relatifs aux filiales américaines autonomes, sont convertis au taux de change en vigueur à la fin de l'exercice, tandis que les éléments non monétaires sont convertis au taux d'origine. Les produits et les charges sont convertis au taux en vigueur à la date des opérations ou au taux moyen en vigueur durant l'exercice. Les gains ou pertes résultant de la conversion sont imputés aux résultats de l'exercice.

Les éléments d'actif et de passif des filiales américaines considérées comme autonomes sur les plans financier et opérationnel sont convertis en dollars canadiens au taux de change en vigueur à la date du bilan. Les produits et les charges sont convertis au taux moyen en vigueur durant l'exercice. Les gains et les pertes sont présentés au poste Écarts de conversion cumulés des capitaux propres.

Avantages sociaux futurs

La Compagnie comptabilise ses obligations découlant des régimes de retraite ainsi que les coûts connexes, déduction faite des actifs des régimes. Pour tous les régimes à prestations déterminées, les conventions comptables suivantes ont été retenues :

- Le coût des prestations de retraite gagnées par les salariés est établi par calculs actuariels selon la méthode de répartition des prestations au prorata des services et il est imputé aux résultats au fur et à mesure que les services sont rendus par les employés. Les calculs tiennent compte des hypothèses les plus probables de la direction concernant le rendement prévu des placements des régimes de retraite, la progression des salaires et l'âge de départ à la retraite des salariés;
- Aux fins de la détermination du rendement prévu des actifs des régimes de retraite, ces actifs sont évalués à leur juste valeur;
- Le coût des services passés découlant des modifications apportées aux régimes est reporté et amorti selon la méthode de l'amortissement linéaire sur la durée résiduelle moyenne d'activité des salariés actifs à la date des modifications;

- Les gains actuariels (pertes actuarielles) résultent de l'écart entre le rendement à long terme réel des actifs des régimes au cours d'une période et le rendement prévu pendant cette période, ou des modifications apportées aux hypothèses actuarielles utilisées pour déterminer l'obligation au titre des prestations constituées. L'excédent du gain actuariel cumulé net (de la perte actuarielle cumulée nette) sur 10 % de l'obligation au titre des prestations constituées, ou sur 10 % de la juste valeur des actifs des régimes si ce dernier montant est plus élevé, est amorti sur la durée résiduelle moyenne d'activité des salariés actifs. La durée résiduelle moyenne d'activité des salariés actifs couverts par les régimes est de 5 à 16 ans.

Pour les régimes à cotisations déterminées, la charge de retraite inscrite aux résultats correspond aux cotisations que la Compagnie est tenue de verser en échange des services rendus par les employés.

Instruments financiers dérivés

La Compagnie utilise des instruments financiers dérivés dans le but de réduire le risque de taux d'intérêt auquel l'expose sa dette. Elle n'utilise pas d'instruments financiers à des fins de transaction ou de spéculation.

La politique de la Compagnie désigne en bonne et due forme chaque instrument financier dérivé comme couverture d'un instrument d'emprunt bien identifié. Elle estime que les instruments financiers dérivés sont efficaces comme couvertures, tant lors de la mise en place de la couverture que pendant la durée de l'instrument, puisque la durée jusqu'à l'échéance, le montant du notionnel et le taux d'intérêt de référence des instruments concordent tous avec les conditions de l'instrument d'emprunt couvert.

La Compagnie utilise des contrats de swap de taux d'intérêt dans le cadre de son programme de gestion des taux d'intérêt variables de sa dette et du coût d'emprunt global correspondant. Les contrats de swap de taux d'intérêt donnent lieu à l'échange périodique de paiements d'intérêts sans échange du notionnel sur lequel les paiements sont fondés, et ils sont comptabilisés à titre d'ajustement des intérêts débiteurs sur l'instrument d'emprunt couvert. Le montant correspondant à payer à des contreparties ou à recevoir de contreparties est pris en compte à titre d'ajustement des intérêts courus.

Si la dette devait être éteinte avant l'échéance, tout gain ou toute perte réalisé ou non réalisé sur le swap serait constaté dans l'état des résultats consolidés au moment de l'extinction de la dette.

En 2004, le swap, d'un montant initial de 30 450 \$, a été contracté à un taux de 4,27 %. Celui-ci vient à échéance le 31 octobre 2007, et a été réduit à 17 488 \$ pour la période du 1^{er} novembre 2005 au 31 octobre 2006 et à 11 653 \$ pour la période du 1^{er} novembre 2006 au 31 octobre 2007.

Régime de rémunération à base d'actions

La Compagnie comptabilise ses options émises selon la méthode de la juste valeur. Le coût de rémunération doit être mesuré à la date d'attribution et doit être constaté sur la période d'acquisition des droits par les détenteurs. Toute contrepartie reçue des employés au moment de l'exercice des options est portée au compte de capital-actions.

Bénéfice par action et information relative au nombre d'actions

Le résultat par action ordinaire est calculé en divisant le résultat disponible pour les porteurs d'actions ordinaires par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation au cours des exercices.

NOTES COMPLÉMENTAIRES aux 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars, à l'exception des montants par action)

3 - CONVENTIONS COMPTABLES (suite)

Bénéfice par action et information relative au nombre d'actions (suite)

Le résultat dilué par action est calculé en tenant compte de la dilution qui pourrait survenir si les titres visant à émettre des actions ordinaires étaient exercés en actions ordinaires au début des exercices ou à la date de leur émission si elle est postérieure. La méthode du rachat d'actions est utilisée pour déterminer l'effet de dilution des options d'achat d'actions. Cette méthode suppose que le produit découlant de l'exercice des options d'achat d'actions sert à racheter des actions ordinaires à leur cours moyen pendant les exercices.

Chiffres correspondants

Certains chiffres correspondants ont été reclassés afin de rendre leur présentation conforme à celle adoptée au cours de l'exercice.

4 - PARTICIPATIONS DANS DES COENTREPRISES

La Compagnie détient la quote-part suivante des éléments d'actif, de passif, des résultats et des flux de trésorerie relativement à ses participations dans des coentreprises :

	2006	2005
	\$	\$
Actif à court terme	18 773	39 182
Actif à long terme	2 448	2 954
Passif à court terme	9 333	13 218
Passif à long terme	774	1 418
Ventes	70 549	107 703
Bénéfice avant intérêts, amortissements, impôts sur les bénéfices et part des actionnaires sans contrôle	3 218	6 181
Bénéfice net	1 865	3 780
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	2 746	2 983
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement	(618)	129
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	(195)	(3 121)

Les ventes de la Compagnie incluent des ventes effectuées à des coentreprises pour un montant de 45 746 \$ en 2006 et de 78 344 \$ en 2005.

La quote-part de la Compagnie dans les engagements de ces coentreprises représente 3 122 \$ en 2006 et 6 348 \$ en 2005.

5 - INFORMATIONS SUR LES RÉSULTATS CONSOLIDÉS

	2006	2005
	\$	\$
Amortissement des immobilisations	7 459	6 373
Amortissement des frais de financement	419	332
Amortissement des clauses de non-concurrence	167	—
	8 045	6 705

6 - IMPÔTS SUR LES BÉNÉFICES

Le taux d'imposition effectif de la Compagnie est différent du taux d'imposition statutaire combiné au Canada. Cette différence résulte des éléments suivants :

	2006	2005
	%	%
Taux d'imposition statutaire au fédéral	22,12	22,12
Incidence des variations des taux d'imposition statutaires des provinces	9,96	9,11
Taux d'imposition statutaire combiné de la Compagnie	32,08	31,23
Taux d'imposition différents appliqués dans le pays de domiciliation fiscale des établissements étrangers	1,94	2,76
Charges non déductibles fiscalement	0,26	0,24
Autres	0,97	0,79
	35,25	35,02

La charge d'impôts futurs résulte principalement de la variation d'écarts temporaires.

Les actifs et les passifs d'impôts futurs proviennent des écarts entre la valeur fiscale et la valeur comptable des éléments suivants :

	2006	2005
	\$	\$
Actifs d'impôts futurs		
Court terme		
Pertes autres qu'en capital reportées	557	—
Provision déductible au cours du prochain exercice	5 762	3 048
Autres	13	45
	6 332	3 093
Long terme		
Immobilisations	37	70
Pertes autres qu'en capital reportées	70	—
Provision pour régime de retraite	1 147	1 014
Provision pour incitatifs de performance	514	593
Produits reportés	—	162
Autres	38	37
	1 806	1 876

Passif d'impôts futurs

Court terme		
Autres	19	—
	19	—

Long terme		
Immobilisations	3 019	3 131
Cotisations aux régimes de retraite payées d'avance	180	352
Gain reporté sur échange de même type	1 244	1 246
Autres	639	108
	5 082	4 837

NOTES COMPLÉMENTAIRES aux 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars, à l'exception des montants par action)

7 - BÉNÉFICE PAR ACTION

Le tableau ci-dessous présente un rapprochement du bénéfice de base par action et du bénéfice dilué par action :

	2006		Bénéfice par action
	Bénéfice net	Nombre moyen pondéré d'actions	
	\$		\$
Bénéfice de base par action	42 264	19 674 768	2,15
Incidence de la levée des options d'achat d'actions	—	60 899	—
Bénéfice dilué par action	42 264	19 735 667	2,14

	2005		Bénéfice par action
	Bénéfice net	Nombre moyen pondéré d'actions	
	\$		\$
Bénéfice de base par action	39 061	19 516 512	2,00
Incidence de la levée des options d'achat d'actions	—	141 815	—
Bénéfice dilué par action	39 061	19 658 327	1,99

8 - INFORMATIONS SUR LES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS

Les variations d'éléments du fonds de roulement se détaillent comme suit :

	2006	2005
	\$	\$
Comptes clients	12 286	1 064
Impôts sur les bénéfices à recevoir	(1 988)	(1 576)
Stock	(11 119)	3 232
Frais payés d'avance	(682)	(422)
Escomptes de volume à recevoir	366	(87)
Créditeurs	(7 207)	6 267
Impôts sur les bénéfices à payer	8 268	(18 104)
	(76)	(9 626)

Les flux de trésorerie se rapportant aux intérêts et aux impôts sur les bénéfices des activités d'exploitation se détaillent comme suit :

	2006	2005
	\$	\$
Intérêts versés	5 179	3 641
Impôts sur les bénéfices versés	21 436	39 509

9 - ACQUISITIONS D'ENTREPRISES

En 2006, la Compagnie a acquis les entreprises suivantes :

- USI-AGI Prairies Inc. (USI-AGI) :
Le 31 mai, la Compagnie a acquis les actions détenues par le coentrepreneur de la coentreprise USI-AGI et détient maintenant une participation de 100 %. Cette entreprise exploite des centres de distribution et des magasins dans le secteur d'activité Automotive Canada ;

- Auto Craft Automotive Products, LLC (Auto Craft) :

Le 1^{er} juin, la Compagnie a acquis les actifs et pris en charge une portion des passifs d'Auto Craft. Cette entreprise exploite des centres de distribution et des magasins dans le secteur d'activité Automotive USA ;

- Asher Management Group Ltd and Gator Inc. (Asher) :

Le 1^{er} novembre, la Compagnie a acquis les actifs et pris en charge une portion des passifs d'Asher. Cette entreprise exploite un centre de distribution et des magasins dans le secteur d'activité Automotive USA.

De plus, la Compagnie a acquis les actions de trois compagnies évoluant dans le secteur d'activité Automotive Canada, de même que les actifs et certains passifs de dix compagnies évoluant dans le secteur d'activité Automotive USA.

Les résultats d'exploitation sont consolidés à l'état des résultats depuis la date d'acquisition.

En considérant les frais d'acquisition au montant de 67 \$, la répartition préliminaire des prix d'achat a été établie de la façon suivante :

	USI-AGI	Auto Craft	Asher	Autres	Total
	\$	\$	\$	\$	\$
Actif à court terme	28 345	14 919	6 867	14 880	65 011
Immobilisations	1 165	673	336	1 934	4 108
Clauses de non-concurrence	—	523	—	184	707
Autres actifs à long terme	318	—	102	30	450
Écarts d'acquisition	12 016	4 209	2 605	6 996	25 826
	41 844	20 324	9 910	24 024	96 102
Passif à court terme	(9 801)	(81)	(54)	(2 379)	(12 315)
Dettes à long terme	(1 049)	—	—	(758)	(1 807)
	(10 850)	(81)	(54)	(3 137)	(14 122)
Actifs nets acquis	30 994	20 243	9 856	20 887	81 980
Encaisse de la compagnie acquise	(2 047)	—	(7)	(17)	(2 071)
Règlement des comptes clients de la compagnie acquise	—	(134)	(113)	(2 492)	(2 739)
Acquisition nette	28 947	20 109	9 736	18 378	77 170
Total de la contrepartie payée en espèces moins l'encaisse acquise	28 947	20 109	9 863	17 299	76 218
Solde de prix d'achat à payer (à recevoir)	—	—	(127)	1 079	952

- Uni-Select USA, Inc. :

La Compagnie a acquis une part des actionnaires sans contrôle au montant de 391 \$ faisant l'objet d'un solde de prix d'achat à payer en date du 31 décembre. À la suite de cette acquisition, la participation de la Compagnie dans sa filiale américaine a augmenté de 0,21 %, passant de 85,65 % à 85,86 %.

En 2005, la Compagnie a acquis les entreprises suivantes :

- Motor Parts Warehouse, Inc. (MPW) :

Le 31 mars, la Compagnie a acquis les actifs de MPW. Aucun passif n'a été pris en charge par la Compagnie lors de cette transaction. Cette entreprise exploite deux centres de distribution dans le secteur d'activité Automotive USA ;

NOTES COMPLÉMENTAIRES aux 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars, à l'exception des montants par action)

9 - ACQUISITIONS D'ENTREPRISES (suite)

– The Kunz Oil Company (Kunz Oil) :

Le 30 novembre, la Compagnie a acquis les actifs et pris en charge une portion des passifs de Kunz Oil. Cette entreprise exploite quatre magasins dans le secteur d'activité Automotive USA;

De plus, la Compagnie a acquis les actions d'une compagnie évoluant dans le secteur d'activité Automotive Canada, de même que les actifs et certains passifs de six compagnies évoluant dans le secteur d'activité Automotive USA.

Les résultats d'exploitation sont consolidés à l'état des résultats depuis la date d'acquisition.

La répartition des prix d'achat a été établie de la façon suivante :

	MPW	Kunz Oil	Autres	Total
	\$	\$	\$	\$
Actif à court terme	4 285	4 221	4 417	12 923
Immobilisations	73	197	463	733
Autres actifs à long terme	–	–	22	22
Écarts d'acquisition (a)	–	–	(77)	(77)
	4 358	4 418	4 825	13 601
Passif à court terme	–	(62)	(358)	(420)
Dette à long terme	–	–	(8)	(8)
	–	(62)	(366)	(428)
Actifs nets acquis	4 358	4 356	4 459	13 173
Encaisse de la compagnie acquise	–	–	(139)	(139)
Acquisition nette	4 358	4 356	4 320	13 034

(a) Ce montant inclut un remboursement d'écart d'acquisition, au montant de 250 \$, relatif à un ajustement contractuel du prix d'achat de Les Batteries Électriques Gagnon Inc., acquise en 2004.

– Uni-Select USA, Inc. :

La Compagnie a acquis une part des actionnaires sans contrôle au montant de 152 \$ en espèces. À la suite de cette acquisition, la participation de la Compagnie dans sa filiale américaine a augmenté de 0,05 %, passant de 85,60 % à 85,65 %.

10 - PLACEMENT TEMPORAIRE

Le placement temporaire est un papier commercial venant à échéance en avril 2007 et portant intérêt au taux de 4,15 % (3,39 % en 2005).

11 - DÉBITEURS

	2006	2005
	\$	\$
Comptes clients		
Marchands membres	129 688	122 076
Coentreprises	2 046	4 247
	131 734	126 323
Portion des placements encaissable à court terme	5 100	5 928
	136 834	132 251

12 - PLACEMENTS ET ESCOMPTES DE VOLUME À RECEVOIR

	2006	2005
	\$	\$
Actions de compagnies et avances, sans intérêt ni modalités d'encaissement	631	691
Avances à des marchands membres, taux variant entre le taux préférentiel et le taux préférentiel plus 1 % (taux variant entre le taux préférentiel moins 1 % et 9,06 % en 2005), encaissables par versements mensuels, échéant à différentes dates jusqu'en 2016	9 319	10 944
Escomptes de volume à recevoir, encaissables jusqu'en 2010	1 725	2 091
	11 675	13 726
Portion encaissable à court terme	5 100	5 928
	6 575	7 798

13 - IMMOBILISATIONS

	2006		
	Coût	Amortissement cumulé	Coût non amorti
	\$	\$	\$
Terrain et pavage	1 479	277	1 202
Bâtiments	17 235	7 449	9 786
Mobilier et équipement	25 704	17 065	8 639
Équipement informatique et logiciels	29 439	17 154	12 285
Matériel roulant	11 038	5 282	5 756
Améliorations locatives	6 376	2 330	4 046
	91 271	49 557	41 714

	2005		
	Coût	Amortissement cumulé	Coût non amorti
	\$	\$	\$
Terrain et pavage	1 223	265	958
Bâtiments	16 106	7 026	9 080
Mobilier et équipement	26 166	17 464	8 702
Équipement informatique et logiciels	24 785	14 107	10 678
Matériel roulant	6 946	3 071	3 875
Améliorations locatives	5 024	2 071	2 953
	80 250	44 004	36 246

14 - CLAUSES DE NON-CONCURRENCE

	2006		
	Coût	Amortissement cumulé	Coût non amorti
	\$	\$	\$
Clauses de non-concurrence	749	171	578

NOTES COMPLÉMENTAIRES aux 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars, à l'exception des montants par action)

15 - ÉCARTS D'ACQUISITION

	2006			
	Automotive Canada	Automotive USA	Poids Lourds	Consolidé
	\$	\$	\$	\$
Solde au début	8 895	6 211	2 890	17 996
Acquisitions				
d'entreprises (note 9)	14 587	11 239	—	25 826
Transfert intersectoriel	2 890	—	(2 890)	—
Écart de conversion	—	435	—	435
Solde à la fin	26 372	17 885	—	44 257

	2005			
	Automotive Canada	Automotive USA	Poids Lourds	Consolidé
	\$	\$	\$	\$
Solde au début	8 722	6 411	3 140	18 273
Acquisitions				
d'entreprises (note 9)	173	—	(250)	(77)
Écart de conversion	—	(200)	—	(200)
Solde à la fin	8 895	6 211	2 890	17 996

16 - FACILITÉS DE CRÉDIT

Compagnie mère et certaines de ses filiales

La Compagnie a une facilité de crédit au montant de 225 000 \$. Cette facilité de crédit se compose d'un crédit rotatif au montant de 165 000 \$ échéant en octobre 2007. À l'échéance, le crédit rotatif sera converti en emprunt à terme d'une durée de deux ans. Le solde de l'emprunt à terme est remboursable en entier à l'échéance de ce terme. La facilité de crédit comprend également un crédit d'exploitation de 60 000 \$ servant aussi à l'émission de lettres de garantie et renouvelable annuellement. Au 31 décembre 2006, les lettres de garantie émises totalisent 5 118 \$ (4 186 \$ en 2005).

Les taux d'intérêt sont variables en fonction du type d'emprunt ainsi que des ratios financiers atteints par la Compagnie et sont fixés à tous les trimestres. Au 31 décembre 2006, les taux d'intérêt varient de 5,34 % à 8,75 % (4,11 % à 7,75 % en 2005).

La Compagnie doit respecter certains ratios financiers. Aux 31 décembre 2006 et 2005, ces ratios sont respectés.

Coentreprises

Les ouvertures de crédit bancaire autorisées s'élèvent à 7 580 \$ (15 292 \$ en 2005) et sont garanties en partie par l'ensemble des actifs d'une coentreprise. Les dettes bancaires portent intérêt à des taux variables et sont renouvelables à différentes dates annuellement. Au 31 décembre 2006, les taux d'intérêt varient de 5,34 % à 6 % (4,11 % à 5 % en 2005).

17 - CRÉDITEURS

	2006	2005
	\$	\$
Comptes fournisseurs et charges à payer	134 829	130 687
Solde de prix d'achat, taux préférentiel	1 368	—
	136 197	130 687

18 - DETTE À LONG TERME

	Court terme	2006	2005
	\$	\$	\$
Crédit rotatif, taux moyen de 6,12 % (4,48 % en 2005) (note 16)	—	62 926	64 125
Effets à payer, non garantis, taux variant entre 0 % et 5,9 %, remboursables par versements mensuels, échéant à différentes dates jusqu'en 2007	4	4	193
Emprunts hypothécaires, garantis par un bâtiment, taux préférentiel plus 1 % (taux préférentiel plus 1 % en 2005), remboursables par versements mensuels, échéant à différentes dates jusqu'en 2013	32	175	103
Emprunt bancaire, garanti par les comptes clients, le stock et de l'équipement, taux préférentiel plus 1 %, remboursable par versements mensuels, échéant en juillet 2011	32	148	9
Dû à un coentrepreneur, sans intérêt ni modalités de remboursement	—	49	25
Obligations relatives aux biens loués, 0 % à 1,9 %, remboursables par versements mensuels, échéant à différentes dates jusqu'en 2011	35	76	65
		63 378	64 520
Versements exigibles à court terme	103	103	171
		63 275	64 349

Les versements sur la dette à long terme au cours des prochains exercices s'établissent comme suit :

	Obligations relatives aux biens loués	Autres emprunts
	\$	\$
2007	35	68
2008	23	64
2009	10	62 990
2010	4	56
2011	5	40
2012 et suivants	—	84
Total des paiements minimums exigibles	77	
Frais de financement inclus dans les paiements minimums exigibles	1	
	76	

NOTES COMPLÉMENTAIRES aux 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars, à l'exception des montants par action)

19 - DÉPÔTS DE GARANTIE DES MARCHANDS MEMBRES

	2006	2005
	\$	\$
Dépôts de garantie des marchands membres	8 240	7 536
Versements exigibles à court terme	426	202
	7 814	7 334

Les marchands membres doivent cotiser à un fonds pour garantir en partie leurs créances envers la Compagnie. Chacun des marchands membres doit maintenir un dépôt basé sur ses achats de l'exercice antérieur. Les dépôts portent intérêt à un taux minimal qui ne peut être inférieur au taux préférentiel bancaire moins 1 %.

20 - CAPITAL-ACTIONS

Autorisé

Nombre illimité d'actions

Privilégiées, pouvant être émises en séries
Ordinaires

	2006	2005
	\$	\$

Émis et payé

Solde au début : 19 599 716 actions ordinaires (19 423 289 en 2005)	48 056	45 601
Émission de 1 303 actions ordinaires pour une contrepartie en espèces (1 717 en 2005)	40	50
Émission de 98 315 actions ordinaires à la suite de l'exercice d'options d'achat d'actions (174 710 en 2005)	1 248	2 405
Solde à la fin : 19 699 334 actions ordinaires (19 599 716 en 2005)	49 344	48 056

Régime d'options d'achat d'actions ordinaires à l'intention des employés cadres et des membres de la direction

Les actions auxquelles donnent droit les options peuvent être souscrites au cours des 10 années suivant la date d'octroi des options, à raison d'au plus 20 % par période consécutive de 12 mois et au prix du cours de clôture des actions ordinaires à la Bourse de Toronto le jour précédant la date de l'octroi de l'option. Un bénéficiaire qui a souscrit à un nombre moindre que le maximum permis au cours d'une année a la possibilité, en plus des 20 %, de souscrire à la différence au cours des années suivant la date de l'octroi de l'option. Le régime d'options porte sur l'achat d'un maximum de 1 859 400 actions ordinaires du capital-actions de la Compagnie. Des actions ordinaires, au nombre de 1 125 531 (1 027 216 en 2005), ont déjà été émises en vertu de ce régime.

Des options au nombre de 555 591 ont déjà été rachetées par la Compagnie. Au 31 décembre 2006, 178 278 actions ordinaires (276 593 en 2005) sont réservées pour ce régime.

Un sommaire de la situation aux 31 décembre 2006 et 2005 du régime d'options d'achat d'actions de la Compagnie et des changements survenus dans les exercices terminés à ces dates est présenté ci-après :

	2006		2005	
	Nombre d'options	Prix d'exercice moyen pondéré \$	Nombre d'options	Prix d'exercice moyen pondéré \$
En cours au début	188 011	13,46	366 453	13,69
Exercées	(98 315)	12,50	(174 710)	13,93
Rachetées			(1 171)	11,95
Ayant fait l'objet d'une forclusion	(544)	15,05	(2 561)	15,05
En cours à la fin	89 152	14,50	188 011	13,46
Options pouvant être exercées à la fin de l'exercice	89 152	14,50	187 400	13,44

Au 31 décembre 2006, les options d'achat d'actions en cours et pouvant être exercées à l'intérieur d'une fourchette de prix de 14,00 \$ à 18,66 \$ ont une durée de vie contractuelle moyenne pondérée à courir de 3,7 ans.

21 - ÉCARTS DE CONVERSION CUMULÉS

	2006	2005
	\$	\$
Solde au début	(13 405)	(9 894)
Effet des variations des cours de change durant les exercices sur l'investissement net dans les filiales étrangères autonomes	639	(3 511)
Solde à la fin	(12 766)	(13 405)

22 - AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

Au 31 décembre 2006, la Compagnie maintient trois régimes à prestations déterminées et trois à cotisations déterminées. Ses régimes de retraite à prestations déterminées sont fondés sur le nombre d'années de service et sur le salaire moyen de fin de carrière.

La charge totale de la Compagnie au titre des régimes à cotisations déterminées est de 898 \$ (1 093 \$ en 2005).

Le total des paiements en espèces au titre des avantages sociaux futurs pour 2006, qui est constitué des cotisations de la Compagnie à ses régimes de retraite capitalisés, des sommes versées directement aux bénéficiaires du régime non capitalisé et des cotisations à ses régimes à cotisations déterminées, s'est chiffré à 2 245 \$ (2 286 \$ en 2005).

Régimes à prestations déterminées

La Compagnie évalue ses obligations au titre des prestations constituées et la juste valeur des actifs des régimes pour les besoins de la comptabilité le 31 décembre de chaque année. Les régimes à prestations déterminées font l'objet d'une évaluation actuarielle tous les trois ans. Les régimes de retraite ont été évalués respectivement le 31 décembre 2003 et le 31 décembre 2004 et seront réévalués le 31 décembre 2006 et le 31 décembre 2007. L'autre régime de retraite fait l'objet d'une réévaluation annuelle de l'obligation au titre des prestations constituées.

NOTES COMPLÉMENTAIRES aux 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars, à l'exception des montants par action)

22 - AVANTAGES SOCIAUX FUTURS (suite)

Les informations relatives aux régimes à prestations déterminées, pris collectivement, se présentent comme suit :

	2006		2005	
	Régimes de retraite	Autre régime de retraite	Régimes de retraite	Autre régime de retraite
	\$	\$	\$	\$
Obligations au titre des prestations constituées				
Solde au début	17 636	3 949	13 275	3 296
Acquisitions d'entreprises	902	—	—	—
Coût des services rendus	2 262	209	1 504	263
Intérêts débiteurs	1 066	216	860	202
Prestations versées	(1 012)	(83)	(699)	(53)
Pertes actuarielles (gains actuariels)	—	(190)	2 696	241
Solde à la fin	20 854	4 101	17 636	3 949
Actifs des régimes				
Juste valeur au début	12 431	—	10 397	—
Acquisitions d'entreprises	667	—	—	—
Rendement réel	1 803	—	1 034	—
Cotisations de l'employeur	1 264	—	1 140	—
Cotisations des salariés	782	—	559	—
Prestations versées	(1 012)	—	(699)	—
Juste valeur à la fin	15 935	—	12 431	—
			2006	2005
			Régimes de retraite	Régimes de retraite
			%	%
Composition des actifs des régimes				
Titres de participation			73,0	64,0
Titres de créances			27,0	36,0
			100,0	100,0

Rapprochement de la situation de capitalisation des régimes et des montants inscrits dans les états financiers :

	2006		2005	
	Régimes de retraite	Autre régime de retraite	Régimes de retraite	Autre régime de retraite
	\$	\$	\$	\$
Situation de capitalisation - déficit	(4 919)	(4 101)	(5 205)	(3 949)
Coût des services passés non amortis	679	(12)	753	(15)
Pertes actuarielles non amorties	4 797	454	5 635	706
Actif (passif) au titre des prestations constituées	557	(3 659)	1 183	(3 258)

L'actif au titre des prestations constituées est présenté dans les frais payés d'avance. Le passif est présenté dans les créditeurs.

La charge de retraite nette au titre des régimes à prestations déterminées se présente comme suit :

	2006		2005	
	Régimes de retraite	Autre régime de retraite	Régimes de retraite	Autre régime de retraite
	\$	\$	\$	\$
Coût des services rendus au cours des exercices	1 480	209	885	263
Intérêts débiteurs	1 066	216	860	202
Rendement réel des actifs des régimes	(1 803)	—	(1 034)	—
Pertes actuarielles (gains actuariels)	—	(190)	2 696	241
Composantes du coût des avantages sociaux futurs avant ajustements visant à prendre en compte la nature à long terme de ce coût	743	235	3 407	706

NOTES COMPLÉMENTAIRES aux 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars, à l'exception des montants par action)

22 - AVANTAGES SOCIAUX FUTURS (suite)

	2006		2005	
	Régimes de retraite	Autre régime de retraite	Régimes de retraite	Autre régime de retraite
	\$	\$	\$	\$
Ajustements visant à prendre en compte la nature à long terme du coût des avantages sociaux futurs				
Écart entre le rendement prévu et le rendement réel des actifs des régimes pour les exercices	816	—	277	—
Écart entre le montant de la perte actuarielle constaté pour les exercices et le montant réel de la perte actuarielle sur les obligations au titre des prestations constituées pour les exercices	280	252	(2 567)	(241)
Amortissement du coût des services passés	74	(3)	74	(3)
Coûts constatés au titre des prestations déterminées	1 913	484	1 191	462

Les hypothèses actuarielles significatives retenues par la Compagnie pour évaluer ses obligations au titre des prestations constituées sont les suivantes (moyenne pondérée des hypothèses aux 31 décembre) :

	2006		2005	
	Régimes de retraite	Autre régime de retraite	Régimes de retraite	Autre régime de retraite
	%	%	%	%
Obligations au titre des prestations constituées aux 31 décembre				
Taux d'actualisation	5,25	5,25	5,25	5,25
Taux de croissance de la rémunération	4,00	4,00	4,00	4,00
Coût des prestations pour les exercices terminés les 31 décembre				
Taux d'actualisation	5,25	5,25	6,00	6,00
Taux de rendement prévu des actifs des régimes, à long terme	7,25	—	7,00	—
Taux de croissance de la rémunération	4,00	4,00	3,75	3,75

23 - ENGAGEMENTS

La Compagnie s'est engagée, d'après des contrats de location de biens et de services échéant à différentes dates jusqu'en 2015, à verser une somme de 92 436 \$ pour des bâtiments, des véhicules et des services d'impartition informatique. Les paiements minimums exigibles pour les cinq prochains exercices s'élèvent à 20 735 \$ en 2007, à 17 726 \$ en 2008, à 14 877 \$ en 2009, à 12 254 \$ en 2010 et à 8 130 \$ en 2011. Certains de ces contrats comportent des options de renouvellement pour des périodes additionnelles de deux à cinq ans dont la Compagnie pourra se prévaloir en donnant un préavis.

24 - GARANTIES

En vertu de conventions de rachats de stocks, la Compagnie s'est engagée auprès d'institutions financières à racheter les stocks de certains de ses clients dans une proportion variant de 60 % à 75 % de la valeur au coûtant des stocks pour un montant maximum de 68 286 \$ (61 007 \$ en 2005). Dans l'éventualité d'un recours, les stocks seraient écoulés dans le cours normal des activités de la Compagnie. Ces conventions sont d'une durée indéterminée. De l'avis de la direction, la probabilité est faible que des paiements importants soient engagés et que des pertes soient prises en charge en vertu de cette obligation, puisque la valeur des actifs détenus en garantie est nettement supérieure à l'obligation de la Compagnie.

25 - INSTRUMENTS FINANCIERS

Juste valeur

La juste valeur de la trésorerie et des équivalents de trésorerie, du placement temporaire, des débiteurs, des escomptes de volume à recevoir, des dettes bancaires, des créditeurs et des dividendes à payer est comparable à leur valeur comptable en raison des courtes échéances.

La quasi-totalité des avances et des dépôts de garantie résultent d'opérations avec des marchands membres. Leur juste valeur n'a pas été déterminée, puisque ces opérations sont effectuées dans le cadre du maintien et du développement de marchés et ne reflètent pas nécessairement les conditions qui seraient négociées avec des tiers.

La juste valeur de la dette à long terme est équivalente à sa valeur comptable étant donné que la quasi-totalité de la dette porte intérêt à un taux qui fluctue en fonction du taux du marché.

La juste valeur du swap de taux d'intérêt, telle que déterminée par les banquiers de la Compagnie en fonction des cours du marché à la date des bilans pour des instruments semblables, représente un montant à recevoir par la Compagnie de 220 \$ (377 \$ en 2005).

NOTES COMPLÉMENTAIRES aux 31 décembre 2006 et 2005

(en milliers de dollars, à l'exception des montants par action)

25 - INSTRUMENTS FINANCIERS (suite)

Risque de change

La Compagnie est exposée au risque de change en raison de la trésorerie et des équivalents de trésorerie, des débiteurs, des dettes bancaires, des crédateurs, des dépôts de garantie et de la dette à long terme libellés en dollars américains. Au 31 décembre 2006, les actifs libellés en dollars américains représentent de la trésorerie et des équivalents de trésorerie et des débiteurs totalisant 58 802 \$ US (55 743 \$ US en 2005) ; les passifs libellés en dollars américains représentent des crédateurs, des dépôts de garantie et de la dette à long terme totalisant 134 414 \$ US (107 006 \$ US en 2005).

26 - INFORMATIONS SECTORIELLES

Les conventions comptables qui s'appliquent aux secteurs d'activité ci-dessous sont les mêmes que celles qui sont décrites dans les conventions comptables. La Compagnie évalue la performance selon le bénéfice avant intérêts, amortissements, perte sur la cession d'immobilisations, impôts sur les bénéfices et part des actionnaires sans contrôle.

	2006			
	Automotive Canada	Automotive USA	Poids Lourds	Consolidé
	\$	\$	\$	\$
Ventes	489 573	567 402	66 928	1 123 903
Bénéfice avant intérêts, amortissements, perte sur la cession d'immobilisations, impôts sur les bénéfices et part des actionnaires sans contrôle	47 078	36 779	(1 963)	81 894
Actif	226 837	307 390	38 308	572 535
Acquisition d'immobilisations	6 883	6 542	193	13 618
Acquisition de clauses de non-concurrence	—	707	—	707
Acquisition d'écarts d'acquisition	17 477	11 239	(2 890)	25 826

	2005			
	Automotive Canada	Automotive USA	Poids Lourds	Consolidé
	\$	\$	\$	\$
Ventes	497 620	568 356	73 980	1 139 956
Bénéfice avant intérêts, amortissements, perte sur la cession d'immobilisations, impôts sur les bénéfices et part des actionnaires sans contrôle	37 245	35 762	1 224	74 231
Actif	193 456	252 466	48 102	494 024
Acquisition d'immobilisations	4 318	4 441	756	9 515
Acquisition d'écarts d'acquisition	173	—	—	173

Le secteur d'activité Automotive USA comprend des immobilisations au montant de 17 599 \$ (14 668 \$ en 2005) et des écarts d'acquisition au montant de 17 885 \$ (6 211 \$ au 31 décembre 2005).

ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS

Conseil d'administration, Uni-Sélect Inc.

Jean-Louis Dulac

Président du conseil

Clay E. Buzzard

Pierre Desjardins

Jean Guénette, CA

John A. Hanna

Jacques Landreville

Léo Leblanc

Jacques Maltais

Hubert Marleau

Me Jeanne Wojas

Dirigeants, Uni-Sélect Inc.

Jacques Landreville

Président et chef de la direction

Richard G. Roy, CA

Vice-président et chef
de l'exploitation

Denis Mathieu, CA

Vice-président et chef
de la direction financière

James E. Buzzard

Vice-président exécutif,
Groupe Automotive USA

Gary O'Connor

Vice-président exécutif,
Groupe Automotive Canada

Jean Rivard

Vice-président exécutif,
Groupe Poids Lourds

Guy Archambault

Vice-président,
développement corporatif

Jean-Pierre Beaulieu

Vice-président et chef des
technologies de l'information

Me Pierre Chesnay, LL.L.

Vice-président, affaires
juridiques et secrétaire

Florent Jacques

Vice-président,
distribution et intégration

Martin Labrecque, c.m.a.

Contrôleur

Michel Laverdure

Vice-président,
achats corporatifs

Luc L'Espérance

Vice-président,
ressources humaines

Gilles Michaud

Vice-président, gestion de
produits et développement
de marché

Michèle Raymond

Vice-présidente,
planification stratégique et
développement de marché

Dirigeants, Uni-Select USA, Inc.

Jacques Landreville

Président

Richard G. Roy, CA

Vice-président et chef
de l'exploitation

James E. Buzzard

Vice-président exécutif

Daniel Buzzard

Vice-président,
Division Sud-Est

Richard Buzzard

Vice-président,
Division Sud-Ouest

Robert Buzzard

Vice-président,
administration

John Evanoka

Vice-président,
Division Nord-Est

William M. McConnell

Vice-président régional,
Division centrale

John Rutland

Vice-président,
développement corporatif, USA

Scott Terhaar

Contrôleur du Groupe

Brent Windom

Vice-président, marketing

Me Pierre Chesnay, LL.L.

Secrétaire

Dirigeants, Palmar Inc.

Jacques Landreville

Président

Richard G. Roy, CA

Vice-président
et chef de l'exploitation

Jean Rivard

Vice-président exécutif

Me Pierre Chesnay, LL.L.

Secrétaire

Cadres clés

Groupe Automotive Canada

Sylvette Arseneau

Contrôleur,
Groupe Automotive Canada

Robert Beauchamp

Vice-président, marketing

Michel Charbonneau

Vice-président,
développement des marchés
de la carrosserie

Carol Chartrand

Division Québec

Sean Corcelli

Uni-Select Prairies Inc.

Brendan O'Brien

Division Ontario

Mike McQuinn

Division Atlantique

Terry Pollock

Uni-Select Pacific Inc.

Groupe Automotive USA

Carman Capriotto

Directeur senior,
Groupe Nord-Est

Ruth McManus

Directeur,
ressources humaines

Scott Roberts

Directeur senior,
systèmes d'information

Groupe Poids Lourds

Aimé Cloutier

Directeur, ventes

Steve Dugas

Divisions Ontario et Maritimes

Pierre Labelle

Directeur, finances

Christian Legault

Directeur, marketing

Jean-Claude Léveillé

Directeur, opérations

Yves Sanscartier

Division Québec

RENSEIGNEMENTS À L'INTENTION DES ACTIONNAIRES

Siège social

170, boul. Industriel
Boucherville (Québec)
J4B 2X3

Tél. : (450) 641-2440

Fax : (450) 449-4908

Internet : www.uni-select.com

Inscription boursière

Symbole :
UNS, Bourse de Toronto

Vérificateurs

Raymond Chabot
Grant Thornton S.E.N.C.R.L.

Banquiers

Banque JP Morgan Chase
Banque Nationale du Canada
Banque Royale du Canada
Banque Scotia
Caisse de dépôt et placement
du Québec
La Caisse centrale Desjardins
du Québec

Registraire et agent de transferts

Société de fiducie
Computershare du Canada

Notice annuelle

La notice annuelle pour l'exercice
terminé le 31 décembre 2006 est
disponible sur SEDAR (www.sedar.com)
ou peut être obtenue en adressant une
demande écrite au Secrétaire de la
Compagnie.

