

RAPPORT DE GESTION DU DEUXIÈME TRIMESTRE 2009 PÉRIODES DE 13 ET 26 SEMAINES TERMINÉES LE 28 JUIN 2009

RONA inc. (« RONA », la « Compagnie », « nous ») est le plus important détaillant et distributeur de produits de quincaillerie, de rénovation et de jardinage au Canada. Elle exploite ou dessert un réseau de près de 700 magasins corporatifs, franchisés et affiliés ainsi que neuf centres de distribution de quincaillerie et de matériaux de construction.

Les ventes de RONA comprennent :

- des ventes au détail, effectuées dans les magasins corporatifs détenus par RONA;
- les redevances sur les ventes au détail effectuées par les magasins franchisés;
- la quote-part des ventes au détail des magasins franchisés dans lesquels RONA détient une participation;
- des ventes en gros, effectuées à des magasins franchisés (nettes des quotes-parts de RONA dans ces derniers);
- des ventes en gros, effectuées à des magasins affiliés appartenant à des propriétaires exploitants indépendants.

ÉTATS FINANCIERS

Les états financiers de RONA ont été dressés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada (les « PCGR ») et sont libellés en dollars canadiens. RONA a déposé ses états financiers consolidés non vérifiés pour les périodes de 13 et de 26 semaines terminées le 28 juin 2009 auprès des Autorités canadiennes en valeurs mobilières. Ces états financiers peuvent être consultés sur le site Internet de RONA à l'adresse www.rona.ca ou sur celui de SEDAR www.sedar.com. Le présent *Rapport de gestion* doit être lu avec les états financiers et les notes afférentes.

MESURES DE PERFORMANCE NON CONFORME AUX PCGR

Dans ce rapport, comme dans notre gestion interne, nous utilisons la notion de « bénéfice avant intérêts, impôts, amortissements et dépréciation et part des actionnaires sans contrôle (« BAIIA ») », que nous désignons également comme « bénéfice d'exploitation ». Cette mesure correspond à l'item « bénéfice avant les postes suivants » dans nos états financiers consolidés. Nous utilisons également la notion de « marge brute ajustée » laquelle correspond aux ventes moins le coût des marchandises incluant la totalité des rabais reçus des fournisseurs.

Bien que le BAIIA n'ait pas de sens normalisé par les PCGR, son usage est largement répandu dans notre industrie et dans les milieux financiers pour mesurer la rentabilité des opérations proprement dites, abstraction faite des considérations fiscales ainsi que de l'utilisation et du coût de notre capital. Quant à la marge brute ajustée, elle est utilisée par la direction pour analyser la profitabilité de son réseau, en incluant la totalité des rabais reçus des fournisseurs. Comme ces mesures ne sont pas normalisées, elles peuvent ne pas être strictement comparables d'une société à une autre. Cependant, nous l'établissons de la même façon pour chacun de nos secteurs identifiés et, sauf mention expresse, notre méthode ne change pas dans le temps. Le BAIIA et la marge brute ajustée ne devraient pas être considérés isolément ou comme substitut aux autres mesures de performance calculées selon les PCGR, mais plutôt comme une information complémentaire.

NOUVELLE NORME COMPTABLE

Le lecteur du présent *Rapport de gestion* doit porter attention à l'adoption d'une nouvelle norme comptable au premier trimestre 2009, laquelle a eu pour effet de modifier les résultats présentés en 2008.

Au début de l'exercice 2009, la Compagnie a adopté rétroactivement le chapitre 3064 du Manuel de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA), *Écarts d'acquisition et actifs incorporels*, remplaçant le chapitre 3062 du même nom. Ce chapitre établit les normes de comptabilisation, d'évaluation, de présentation et d'information applicables aux écarts d'acquisition et aux actifs incorporels, y compris les actifs incorporels développés à l'interne. Les frais de préouverture de magasins et de centres de distribution (auparavant inclus dans les autres éléments d'actifs), les frais de publicité dont ceux relatifs aux ouvertures de magasin ainsi que les frais engagés dans le cadre de la commandite olympique et paralympique (auparavant inclus dans les frais payés d'avance), ne répondent plus aux exigences du nouveau chapitre. Les soldes de ces actifs au 31 décembre 2007, soit au début du premier trimestre 2008, ont été retraités et présentés dans les bénéfices non répartis et les résultats de 2008 ont également été retraités afin de les rendre comparables à ceux de 2009.

En résumé, le bénéfice d'exploitation du deuxième trimestre 2008 a été diminué de 7,0 millions de dollars, l'amortissement et dépréciation de 1,9 million et le bénéfice net de 3,5 millions, soit une diminution de 0,03 \$ par action. Pour la première moitié de l'exercice 2008, le bénéfice d'exploitation a été diminué de 13,8 millions de dollars, l'amortissement et dépréciation de 3,9 millions et le bénéfice net de 6,9 millions, soit une diminution de 0,06 \$ par action.

Les frais payés d'avance ont également été réduits de 32,0 millions de dollars, les autres éléments d'actifs de 5,8 millions et les bénéfices non répartis de 20,5 millions. L'impact détaillé de l'application des recommandations du nouveau chapitre sur les états financiers consolidés au cours de sa première période d'application est décrit à la page 17 du présent document ainsi qu'à la note 2 aux états financiers consolidés.

MISE À JOUR QUANT À L'ORIENTATION STRATÉGIQUE DE LA COMPAGNIE

Rappelons que le plan stratégique 2008-2011 de RONA a été présenté, le 27 février 2008, à la communauté financière réunie lors de la Journée de l'investisseur 2008 de RONA à Montréal. Un communiqué résumant les enjeux et objectifs de ce plan a également été diffusé cette même journée. La direction de RONA s'est alors engagée à fournir un suivi trimestriel des réalisations de ce plan dans le cadre de son rapport de gestion et un suivi annuel dans son rapport annuel et lors de son assemblée annuelle des actionnaires.

Réalisations du deuxième trimestre 2009

La section qui suit présente les réalisations trimestrielles en regard de l'implantation des différentes initiatives de la Phase 1 du plan, soit le programme PEP (productivité, efficacité, profitabilité) regroupées sous quatre grands projets.

1. Améliorer la profitabilité de notre réseau de magasins corporatifs :

- Amélioration de la marge brute consolidée de 20 points de base. En tenant compte de l'amélioration des conditions d'achat auprès des fournisseurs pour supporter la croissance du réseau, la marge brute ajustée s'est améliorée de 41 points de base. Ces augmentations proviennent d'une diminution des pertes en magasin (« shrink ») et de l'amélioration continue des conditions d'achat auprès de nos fournisseurs.
- Le magasin à grande surface Réno-Dépôt situé à Lasalle au Québec a été entièrement reconstruit et agrandi à la suite de la démolition de l'ancien magasin de la bannière, qui était situé au même endroit. Le nouveau magasin compte maintenant 130 000 pieds carrés de superficie.

- La poursuite des plans de redressement des magasins les moins rentables du réseau ont produit de très bons résultats puisque ces magasins ont affiché une meilleure progression de ventes et du bénéfice d'exploitation que l'ensemble du réseau au cours du trimestre.
- Des études approfondies de nouvelles catégories de produits ont été effectuées au cours du trimestre et seront considérées dans les futures sélections de produits, notamment au niveau des produits de sécurité, des petits électroménagers, des vêtements de travail et de jardinage ainsi que de l'automobile.
- De nouveaux concepts de magasin sont présentement à l'étude afin d'être déployés dans la phase 2, soit la phase de relance du plan stratégique 2008-2011 de RONA. L'un de ces concepts est déjà prêt à être déployé et consiste en un magasin spécialisé, unique dans notre industrie. En plus d'offrir une sélection soigneusement choisie de produits de décoration et une approche innovatrice dans la sélection de peinture, ce nouveau concept offrira un service de consultation et de support technique hors pair adapté autant aux besoins de la clientèle des professionnels de la peinture et de la décoration, qu'aux consommateurs canadiens. Le concept sera d'abord implanté dans trois emplacements différents de la grande région de Montréal et ce, dès l'automne.

2. Optimiser la chaîne d'approvisionnement :

- Réduction des inventaires des magasins comparables et des centres de distribution de 61 millions de dollars pour le deuxième trimestre 2009 (excluant les acquisitions et les nouveaux magasins) par rapport au deuxième trimestre 2008, résultant en une diminution des frais d'exploitation et des frais financiers. En incluant les acquisitions et les nouveaux magasins, les inventaires ont diminué de 52 millions de dollars.
- Réduction des coûts de transport et amélioration continue de la gestion de la demande résultant en une diminution des coûts de logistique de près d'un million de dollars au cours du deuxième trimestre 2009.
- Introduction de plusieurs nouveaux produits d'importation, notamment la nouvelle gamme de produits sous la marque contrôlée HAUSSMANN.

3. Accélérer le recrutement de marchands indépendants :

- Au cours du deuxième trimestre terminé le 28 juin 2009, RONA a recruté quatre nouveaux marchands indépendants; trois dans l'Ouest canadien et un au Québec. Ces marchands représentent des ventes au détail annuelles estimées à plus de 5 millions de dollars. Depuis la fin du deuxième trimestre, un marchand additionnel a été recruté dans l'Ouest canadien. Au total depuis le début de l'exercice, 11 marchands ont été recrutés représentant des ventes au détail annuelles estimées à plus de 30 millions de dollars.
- Les marchands RONA ont été très actifs depuis le début de l'exercice, réalisant 20 projets d'expansion et de rénovation représentant des investissements de près de 30 millions de dollars au total. Au deuxième trimestre, un marchand RONA recruté l'an dernier a d'ailleurs ouvert un nouveau magasin de proximité de 52 000 pieds carrés à Grande Prairie en Alberta alors qu'un autre marchand situé en Colombie-Britannique a ouvert un magasin de 25 000 pieds carrés. Enfin, un marchand RONA situé en Ontario a consolidé ses deux points de vente avec le magasin grande surface RONA de Windsor et un marchand RONA situé en Colombie-Britannique a fait l'acquisition d'un marchand Home Hardware avoisinant.
- Plusieurs dossiers sont à l'étude dans les différentes régions du pays et représentent un bon potentiel pour les trimestres à venir. Des efforts importants et innovateurs seront d'ailleurs déployés à l'automne afin de faire valoir aux marchands potentiels les multiples avantages à joindre RONA.

4. Améliorer les ventes et fidéliser la clientèle du réseau RONA :

- Croissance de plus de 10 % des ventes commerciales et professionnelles pour les magasins à grande surface en Ontario, provenant d'une étroite collaboration avec l'équipe spécialisée des ventes de la Division du marché commercial et professionnel.
- Croissance des ventes comparables du spécialiste en plomberie Noble Trade dans un contexte où les ventes sont en décroissance dans ce marché.
- Croissance de plus de 15 % des ventes de services d'installation.
- Forte croissance du nombre d'applications au programme de bonification des crédits d'impôts à la rénovation RONAvantage prévoyant une remise sous forme de cartes-cadeaux pouvant atteindre un maximum de 1 000 \$. Près de 10 000 inscriptions ont été reçues à ce jour à travers le réseau RONA. Le programme RONAvantage est le seul programme continu de bonification des crédits d'impôts à la rénovation dans notre industrie, lequel est d'ailleurs de plus en plus supporté par les divers paliers de gouvernement.
- Lancement de nouveaux produits de marques contrôlées d'outils de première qualité, HAUSSMANN et HAUSSMANN XPERT, désormais offerts dans tous les magasins du réseau RONA, y compris Réno-Dépôt au Québec. Les outils et accessoires HAUSSMANN et HAUSSMANN XPERT sont exclusifs à RONA, et font appel aux toutes dernières technologies en matière d'outillage professionnel.
- Introduction de 40 nouveaux produits RONA ÉCO. Sélectionnés en partenariat avec la Chaire internationale en analyse du cycle de vie, ces nouveaux produits comprennent notamment une tondeuse à gazon manuelle, des lames d'outils reconditionnées, des moulures, un fertilisant à base d'algues et un récupérateur d'eau de pluie.
- Hausse du taux de pénétration des ventes de produits de la marque privée RONA et des marques contrôlées à plus de 18 % au cours du deuxième trimestre malgré une légère diminution des ventes.
- RONA s'est classée au 12^e rang des 100 entreprises du sondage annuel Marketing / Léger portant sur la réputation des entreprises canadiennes, alors qu'elle était 15^e en 2008. Les résultats du sondage ont été publiés dans la dernière édition du magazine Marketing, et RONA s'y classe en tête des autres entreprises du secteur de la rénovation. RONA s'est également classée au 18^e rang des 50 meilleures entreprises canadiennes du classement annuel des entreprises citoyennes établi par Corporate Knights. À sa première apparition dans le classement, RONA a obtenu la deuxième plus haute note dans le secteur de la vente au détail et la plus haute dans le secteur de la vente au détail de produits de rénovation.

ANALYSE DES RÉSULTATS CONSOLIDÉS

Éléments de conjoncture

Au deuxième trimestre 2009, le comportement des consommateurs canadiens a continué d'être affecté par trois principaux éléments : le ralentissement important de l'économie canadienne, laquelle s'était contractée de 5,3 % au cours du premier trimestre et devrait se contracter d'environ 3,4 % au deuxième trimestre selon le plus récent *Rapport sur la politique monétaire* publié par la Banque du Canada, la hausse significative du taux de chômage et le ralentissement dans le secteur immobilier. Ces trois éléments ont continué d'affecter significativement le niveau de confiance des consommateurs au cours du deuxième trimestre, lequel se situe toujours à un niveau inférieur à l'an passé, malgré une légère amélioration depuis quelques mois.

Au cours du premier semestre 2009, les mises en chantier de maisons individuelles ont connu une décroissance de 40,4 % en milieu urbain au Canada selon les estimations de la SCHL. La décroissance a été particulièrement forte dans l'ouest du pays et en Ontario. En ce qui concerne les ventes de logements existants, la tendance est également à la baisse avec une diminution de 10,5 % des unités vendues dans les principaux centres urbains du Canada pour le premier semestre de 2009 comparativement à 2008. Le prix moyen a pour sa part diminué de 2,5 % pour la même période. En juin, la décroissance des mises en chantier comparativement à 2008 a cependant été moindre que par les mois précédents alors que la revente de maisons ainsi que le prix moyen étaient à la hausse, indiquant ainsi l'interruption d'une série de baisses significatives du niveau d'activité dans le marché canadien de l'habitation.

Le pire semble par ailleurs derrière nous selon le *Rapport sur la politique monétaire* publié le 23 juillet dernier par la Banque du Canada. En effet, la Banque prévoit une croissance du PIB canadien dès le troisième trimestre 2009. La Banque a également maintenu son taux directeur à 0,25 %. Le très bas niveau des taux hypothécaires en vigueur ainsi que la popularité des crédits d'impôts à la rénovation au fédéral et au provincial devraient également stimuler l'activité de rénovation au pays au cours des prochains trimestres. Rappelons également que les tendances sont toujours favorables à la rénovation au Canada alors que plus de 65 % des logements qui ont plus de 25 ans nécessitent des travaux de maintenance et de réparation. De plus, les baby-boomers représentent environ 30 % de la population et investissent d'importantes sommes, soit dans leur maison ou leur résidence secondaire et il y a toujours un fort engouement pour les activités de décoration et de jardinage. Enfin, de plus en plus, les nouvelles générations de Canadiens recherchent des solutions clés en main pour leurs projets de rénovation et un service hors-pair dans un magasin convivial à proximité de leur domicile.

C'est donc en tenant compte de ces différentes tendances que RONA développe ses nouveaux formats et concepts de magasin, sélectionne ses produits et catégories de produits et élabore des services innovateurs afin d'être prête à rapidement bénéficier de la reprise lorsqu'elle viendra.

Ventes consolidées

Les ventes consolidées pour le deuxième trimestre 2009 se sont établies à 1 369,9 millions de dollars, une diminution de 103,3 millions, ou 7,0 % sur les 1 473,3 millions enregistrés en 2008. Cette diminution provient principalement d'une baisse de 6,2 % des ventes comparables, attribuable en grande partie à la forte baisse des mises en chantier, particulièrement dans l'ouest du pays, laquelle a grandement affecté les ventes de nos magasins spécialisés en matériaux de construction. Les ventes comparables ont également été affectées par un effet négatif de 0,75 % puisque le deuxième trimestre 2009 comptait une journée d'exploitation de moins qu'en 2008 compte tenu d'un congé férié. Au cours du deuxième trimestre, les conditions météorologiques ont été une fois de plus défavorables à l'activité de la rénovation-construction ainsi qu'à la vente de produits saisonniers et d'articles reliés à la climatisation.

Marge brute

Pour le deuxième trimestre 2009, la marge brute s'est améliorée de 20 points de base, passant de 27,00 % à 27,20 %. En tenant compte de l'amélioration des conditions d'achat auprès des fournisseurs pour supporter la croissance du réseau, la marge brute ajustée s'est améliorée de 41 points de base, passant de 29,40 % à 29,81 %. Ces augmentations proviennent d'une diminution des pertes en magasin (« shrink »), d'une meilleure gestion de catégories de produits et de l'amélioration continue des conditions d'achat auprès de nos fournisseurs.

Coûts de fermeture de magasins et gains sur disposition d'actifs (éléments inhabituels)

Dans le cadre d'un vaste programme d'amélioration de l'efficacité et de l'optimisation du réseau de magasins RONA existants, la Compagnie a pris la décision au cours du deuxième trimestre 2008, de fermer quatre magasins moins performants et de transférer le volume d'affaires de ces magasins vers d'autres magasins RONA corporatifs et affiliés avoisinants. Deux de ces magasins sont des magasins à grande surface, l'un situé à Richmond en Colombie-Britannique et l'autre à Scarborough en Ontario. Les deux autres magasins sont de plus petits magasins traditionnels exploités sous la bannière Cashway en Ontario.

Au cours du deuxième trimestre 2008, la Compagnie a comptabilisé des coûts de fermeture de 6,9 millions de dollars dont 4,2 millions ont affecté le bénéfice d'exploitation. Au cours du deuxième trimestre 2009, des coûts de 8,2 millions ont été comptabilisés liés principalement à la fermeture définitive du magasin de Scarborough, lequel est demeuré en exploitation jusqu'en avril dernier. Mentionnons que la fermeture définitive du magasin de Richmond a été effectuée au cours du troisième trimestre 2008. Rappelons également, qu'au cours du deuxième trimestre 2008, la Compagnie a vendu des actifs non stratégiques et a réalisé un gain avant impôts de 1,4 million de dollars.

Bénéfice d'exploitation consolidé

Le bénéfice d'exploitation, incluant les éléments inhabituels liés aux coûts de fermeture et au gain sur disposition d'actifs mentionnés ci-haut, a atteint 122,9 millions de dollars au deuxième trimestre 2009, en baisse de 27,4 millions, soit 18,3 % sur celui de 150,3 millions enregistré en 2008. Quant à la marge d'exploitation, elle est passée de 10,20 % en 2008 à 8,97 % en 2009, soit une baisse de 123 points de base, attribuable à la pression sur les ventes comparables et aux coûts de fermeture de magasins.

En excluant les éléments inhabituels, le bénéfice d'exploitation a atteint 131,1 millions de dollars au deuxième trimestre 2009, en baisse de 22,1 millions, soit 14,4 % sur celui de 2008. Quant à la marge d'exploitation, elle est passée de 10,40 % en 2008 à 9,57 % en 2009, soit une baisse de 83 points de base.

Cette baisse du bénéfice d'exploitation et de la marge d'exploitation est largement attribuable à la faiblesse des ventes comparables, à l'intensification des activités promotionnelles ainsi qu'au maintien d'un support continue aux divers services à valeur ajoutée offerts en magasin, notamment le programme de bonification des crédits d'impôts à la rénovation RONAvantage, le Guide projet et les services d'installation.

Par ailleurs, les nombreuses améliorations d'efficacité enregistrées dans le cadre de la Phase 1 du plan stratégique 2008-2011, soit le programme PEP, ont permis d'atténuer l'effet négatif relié à la faiblesse des ventes. Au cours du deuxième trimestre, le programme PEP a permis, entre autres, d'améliorer la marge brute de 20 points de base et la marge brute ajustée de 41 points de base, de réduire le niveau des inventaires comparables de 61 millions de dollars, de réduire les coûts de transport et les frais de logistique de près d'un million de dollars et d'optimiser le réseau de magasins existants.

Intérêts, amortissements et dépréciation

La dépense d'intérêt sur la dette à long terme et les emprunts bancaires pour le deuxième trimestre 2009 a diminué de 3,2 millions de dollars, soit 36,1 % pour s'établir à 5,7 millions de dollars, comparativement à 9,0 millions en 2008. Cette baisse est attribuable à une gestion très disciplinée du bilan et des investissements en immobilisations, résultant en une baisse du niveau d'endettement. La diminution est également attribuable à la baisse des taux d'intérêts au cours de la dernière année ainsi qu'au produit de l'émission d'actions complétée le 2 juin 2009, laquelle a été utilisée pour réduire le niveau d'endettement de la Compagnie en fin de trimestre.

L'amortissement pour le deuxième trimestre 2009 s'est élevé à 26,6 millions de dollars comparativement à 27,2 millions en 2008, soit une diminution de 0,6 million, ou 2,2 % sur 2008. Un montant de 2,7 millions a cependant été comptabilisé au cours du deuxième trimestre 2008 lié à la fermeture de magasins sous performants. En excluant ce montant, l'amortissement et la dépréciation s'est élevé à 24,5 millions de dollars au deuxième trimestre 2008. L'amortissement du deuxième trimestre 2009 est donc de 2,1 millions de dollars, soit 8,6 % supérieur à celui de 2008. Cette hausse découle de la mise en service de nouveaux magasins corporatifs, du programme de rénovation des magasins corporatifs existants et de l'amélioration continue de nos systèmes d'information.

Bénéfice net

Le bénéfice net, incluant les éléments inhabituels, a diminué de 20,7 % pour s'établir à 60,8 millions de dollars, soit 0,51 \$ par action dilué, comparativement à 76,6 millions en 2008, ou 0,66 \$ par action dilué. Les facteurs ayant affecté le bénéfice d'exploitation s'appliquent également à la variation du bénéfice net. Ces facteurs ont été partiellement compensés par une diminution importante des frais d'intérêts au cours du trimestre.

En excluant les éléments inhabituels liés aux coûts de fermeture et au gain sur disposition d'actifs mentionnés ci-haut, le bénéfice net a atteint 66,5 millions de dollars au deuxième trimestre 2009, soit 0,55 \$ par action dilué, comparativement à 80,6 millions en 2008, ou 0,69 \$ par action dilué. Il s'agit d'une baisse de 14,2 millions de dollars soit 17,6 %.

ANALYSE DES RÉSULTATS SECTORIELS

RONA compte deux secteurs d'activité isolables : la distribution d'une part et les magasins corporatifs et franchisés d'autre part.

RONA : chiffres clés sectoriels, trimestre terminé le 28 juin 2009

(en milliers de dollars)	Deuxième trimestre 2009	Deuxième trimestre 2008 (retraités)	Variation \$ sur 2008	Variation % sur 2008
Ventes des secteurs				
Magasins corporatifs et franchisés	1 040 093	1 130 019	(89 926)	(8,0 %)
Distribution	693 709	716 982	(23 273)	(3,2 %)
Total	1 733 802	1 847 001	(113 199)	(6,1 %)
Ventes intersectorielles et redevances				
Magasins corporatifs et franchisés	-	-	-	-
Distribution	(363 895)	(373 747)	9 852	(2,6 %)
Total	(363 895)	(373 747)	9 852	(2,6 %)
Ventes				
Magasins corporatifs et franchisés	1 040 093	1 130 019	(89 926)	(8,0 %)
Distribution	329 814	343 235	(13 421)	(3,9 %)
Total	1 369 907	1 473 254	(103 347)	(7,0 %)
Bénéfice d'exploitation				
Magasins corporatifs et franchisés	96 846	123 380	(26 534)	(21,5 %)
Distribution	26 030	26 941	(911)	(3,4 %)
Total	122 876	150 321	(27 445)	(18,3 %)
Marge d'exploitation				
Magasins corporatifs et franchisés	9,31 %	10,92 %	-	-161 p.b.
Distribution	7,89 %	7,85 %	-	+ 4 p.b.
Total	8,97 %	10,20 %	-	-123 p.b.
Bénéfice d'exploitation (excluant éléments inhabituels)				
Magasins corporatifs et franchisés	105 065	126 224	(21 159)	(16,8 %)
Distribution	26 030	26 941	(911)	(3,4 %)
Total	131 095	153 165	(22 070)	(14,4 %)
Marge d'exploitation (excluant éléments inhabituels)				
Magasins corporatifs et franchisés	10,10 %	11,17 %	-	-107 p.b.
Distribution	7,89 %	7,85 %	-	+ 4 p.b.
Total	9,57 %	10,40 %	-	-83 p.b.

Note : Les résultats des trimestres de l'exercice 2008 ont été retraités pour tenir compte de l'application du chapitre 3064 du Manuel de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA), *Écarts d'acquisition et actifs incorporels*.

Magasins corporatifs et franchisés

Pour le deuxième trimestre 2009, les ventes du secteur des magasins corporatifs et franchisés ont atteint 1 040,1 millions de dollars, soit une diminution de 89,9 millions ou 8,0 % sur 2008. Tel que mentionné dans l'analyse des résultats consolidés, cette diminution provient principalement d'une baisse de 6,2 % des ventes comparables, attribuable en grande partie à la forte baisse des mises en chantier, particulièrement dans l'ouest du pays, laquelle a grandement affecté les ventes de nos magasins spécialisés en matériaux de construction. Les ventes comparables ont également été affectées par un effet négatif de 0,75 % puisque le deuxième trimestre 2009 comptait une journée d'activité de moins qu'en 2008 compte tenu de'un congé férié. Au cours du deuxième trimestre, les conditions météorologiques ont été une fois de plus défavorables à l'activité de la rénovation-construction ainsi qu'à la vente de produits saisonniers et d'articles reliés à la climatisation.

Les activités de fidélisation et de stimulation des ventes de RONA, ainsi que les efforts déployés par nos employés pour offrir le meilleur service et la meilleure expérience de magasinage de notre industrie ont limité la diminution du nombre de transactions en magasin. Compte tenu de la faiblesse du niveau de confiance des consommateurs, de plus petits projets de rénovation semblent avoir été réalisés par notre clientèle au cours du trimestre, résultant ainsi en une pression à la baisse sur le panier moyen. D'ailleurs, les catégories de produits ayant les mieux performé au cours du trimestre sont celles rattachées aux petits projets de rénovation tel que la peinture et la quincaillerie. Les services connexes, tels les services d'installation, ont continué d'afficher une forte croissance des ventes. Il importe toutefois de mentionner que la grande popularité du programme de bonification des crédits d'impôts fédéral et provincial, pourrait inciter les consommateurs à investir davantage dans la rénovation de leur propriété au cours des prochains trimestres.

Plusieurs initiatives ont été mises en place en 2008 et au début de 2009 pour stimuler les ventes et atténuer cette pression sur les ventes dans notre industrie. Ces initiatives, tel que le Guide projet, de nouveaux concepts Les prêts-à-rénover RONA, de nouveaux produits de la marque privée et de marque contrôlée incluant une ligne de produits éco-responsables, des produits RONA ÉCO ainsi que des produits d'outillage de marque HAUSSMANN ont donné de très bons résultats.

Enfin, le magasin à grande surface Réno-Dépôt situé à Lasalle au Québec a été entièrement reconstruit et agrandi à la suite de la démolition de l'ancien magasin de la bannière, qui était situé au même endroit. Le nouveau magasin qui compte maintenant 130 000 pieds carrés de superficie a ouvert ses portes au début du trimestre. Au début du trimestre, RONA a également poursuivi son développement dans les provinces de l'Atlantique par l'acquisition de Bishop's Building Center. Cette acquisition a été intégrée au réseau existant de huit magasins de la bannière Chester Dawe située à Terre-Neuve. En comptant cette acquisition, RONA et ses marchands affiliés exploitent maintenant 26 magasins de multiples formats dans les provinces de l'Atlantique.

Le bénéfice d'exploitation des activités de détail, incluant les éléments inhabituels liés aux coûts de fermeture et au gain sur disposition d'actifs mentionnés dans l'analyse des résultats consolidés, s'est élevé à 96,8 millions de dollars, comparativement à 123,4 millions au deuxième trimestre 2008. Malgré une augmentation de la marge brute, la marge d'exploitation des activités de détail a diminué de 161 points de base, passant de 10,92 % en 2008 à 9,31 % en 2009. En excluant les éléments inhabituels, le bénéfice d'exploitation a atteint 105,1 millions de dollars au deuxième trimestre 2009, en baisse de 21,2 millions, soit 16,8 % sur celui de 2008. Quant à la marge d'exploitation, elle est passée de 11,17 % en 2008 à 10,10 % en 2009, soit une baisse de 107 points de base. Cette baisse est attribuable à la pression sur les ventes comparables. Plusieurs activités promotionnelles ont été réalisées au cours du trimestre et des efforts soutenus ont été consentis afin de continuer à supporter divers services à valeur ajoutée dont le programme de bonification des crédits d'impôt à la rénovation, RONAvantage, le Guide projet et les services d'installation. Les nombreuses améliorations d'efficacité enregistrées dans le cadre de la Phase 1 du plan stratégique 2008-2011, soit le programme PEP, ont permis d'atténuer une partie de ces effets négatifs. Pour le secteur du détail, le programme PEP a permis, entre autres, d'améliorer la marge brute, d'optimiser le réseau de magasins existants et d'améliorer le processus d'ouverture de nouveaux magasins.

Distribution

Nettes des activités intersectorielles, les ventes de distribution ont diminué de 3,9 % pour s'établir à 329,8 millions de dollars pour le deuxième trimestre 2009 comparativement à 343,2 millions en 2008. Cette diminution provient d'une baisse des ventes comparables de nos marchands affiliés, laquelle n'a pu être compensée par le recrutement de marchands indépendants. Tout comme les ventes de nos magasins corporatifs, les ventes des marchands affiliés ont été affectées par la diminution des mises en chantier, particulièrement dans l'ouest du pays.

Au cours du deuxième trimestre terminé le 28 juin 2009, RONA a recruté quatre nouveaux marchands indépendants; trois dans l'Ouest canadien et un au Québec. Ces marchands représentent des ventes au détail annuelles estimées à plus de 5 millions de dollars. Depuis la fin du deuxième trimestre, un marchand additionnel a été recruté dans l'Ouest canadien. Au total depuis le début de l'exercice, 11 marchands ont été recrutés représentant des ventes au détail annuelles estimées à plus de 30 millions de dollars.

Au deuxième trimestre, un marchand RONA recruté l'an dernier a ouvert un nouveau magasin de proximité de 52 000 pieds carrés à Grande Prairie en Alberta alors qu'un autre marchand situé en Colombie-Britannique a ouvert un magasin de 25 000 pieds carrés. Enfin, un marchand RONA situé en Ontario a consolidé ses deux points de vente avec le magasin à grande surface RONA de Windsor et un marchand RONA situé en Colombie-Britannique a fait l'acquisition d'un marchand Home Hardware avoisinant.

Les activités de distribution ont produit un bénéfice d'exploitation de 26,0 millions de dollars pour le deuxième trimestre 2009, comparativement à 26,9 millions en 2008, soit une diminution de seulement 0,9 million de dollars ou 3,4 %. La marge d'exploitation a pour sa part augmenté de 4 points de base. La croissance de la marge d'exploitation est principalement attribuable à une réduction des coûts de transport, à l'optimisation du volume de transport par remorque, à l'optimisation des canaux de distribution ainsi qu'à une amélioration du taux de productivité dans les centres de distribution.

ANALYSE DES RÉSULTATS CONSOLIDÉS DU PREMIER SEMESTRE DE 2009

Ventes consolidées

Les ventes consolidées du premier semestre 2009 se sont établies à 2 215,9 millions de dollars, soit 168,9 millions, ou 7,1 % de moins que les 2 384,8 millions enregistrés en 2008. La diminution est attribuable à la baisse des ventes comparables, laquelle a été plus prononcée en début d'exercice. Cette baisse s'explique par le faible niveau de confiance des consommateurs canadiens, par la diminution importante des mises en chantier de maisons individuelles depuis le début de l'exercice, particulièrement dans l'ouest du pays ainsi que par les conditions météorologiques particulièrement défavorable à l'activité de rénovation-construction depuis le début de l'exercice.

Marge brute

Au cours du premier semestre 2009, la marge brute de la Compagnie s'est améliorée de 23 points de base, passant de 27,37 % en 2008 à 27,60 % en 2009. En tenant compte de l'amélioration des conditions d'achat auprès des fournisseurs pour supporter la croissance du réseau, la marge brute ajustée s'est améliorée de 53 points de base, passant de 30,00 % à 30,53 %. Cette croissance provient d'une réduction des pertes en magasin (« shrink »), de l'amélioration des conditions d'achat auprès de nos fournisseurs et d'une meilleure gestion des catégories de produits.

Bénéfice d'exploitation consolidé

Le bénéfice d'exploitation, incluant les éléments inhabituels, a atteint 148,4 millions de dollars au premier semestre 2009, en baisse de 28,6 millions, soit 16,1 % sur les 176,9 millions enregistrés en 2008. Quant à la marge d'exploitation, elle est passée de 7,42 % en 2008 à 6,70 % en 2009, soit une baisse de 72 points de base, attribuable aux coûts de fermeture de magasins et à la pression sur les ventes comparables.

En excluant les éléments inhabituels liés aux coûts de fermeture de magasins enregistrés au deuxième trimestre 2009 et au trimestre correspondant en 2008, le bénéfice d'exploitation a atteint 156,6 millions de dollars au premier semestre 2009, en baisse de 23,2 millions, soit 12,9 % sur celui de 2008. Quant à la marge d'exploitation, elle est passée de 7,54 % en 2008 à 7,07 % en 2009, soit une baisse de 47 points de base.

Cette baisse s'explique principalement par la pression actuelle sur les ventes dans l'industrie de la rénovation-construction attribuable à l'importante diminution des mises en chantier depuis le début de l'exercice et à la baisse du niveau de confiance des consommateurs. Tel que mentionné dans l'analyse des résultats du deuxième trimestre, les nombreuses améliorations d'efficacité enregistrées dans le cadre de la Phase 1 du plan stratégique 2008-2011, soit le programme PEP, ont cependant permis d'atténuer l'effet négatif relié à ces facteurs. Au cours du premier semestre, le programme PEP a permis, entre autres, d'améliorer la marge brute, de réduire le niveau des inventaires excluant les acquisitions et les nouveaux magasins et d'optimiser le réseau de magasins existants et des centres de distribution.

Intérêts, amortissements et dépréciation

La dépense d'intérêt sur la dette à long terme et les emprunts bancaires pour le premier semestre 2009 a diminué de 5,3 millions de dollars, soit 31,3 % pour s'établir à 11,6 millions de dollars, comparativement à 16,9 millions en 2008. Cette baisse est attribuable à une gestion très disciplinée du bilan et des investissements en immobilisations, résultant en une baisse du niveau d'endettement. La diminution est également attribuable à la baisse des taux d'intérêts au cours de la dernière année ainsi qu'à l'émission d'actions, le 2 juin 2009, ayant permis de réduire le niveau d'endettement de la Compagnie en fin de trimestre.

L'amortissement et la dépréciation du premier semestre 2009 s'est élevé à 51,5 millions de dollars comparativement à 50,5 millions en 2008, soit une augmentation d'un million sur 2008. Tel que mentionné précédemment, un montant de 2,7 millions a été comptabilisé au cours du deuxième trimestre 2008 lié à la fermeture de magasins sous performants. En excluant ce montant, l'amortissement et la dépréciation s'est élevé à 47,8 millions de dollars au premier semestre 2009, une augmentation de 3,7 millions, soit 7,7 % sur 2008. Cette hausse découle de la mise en service de nouveaux magasins corporatifs, du programme de rénovation des magasins corporatifs existants et de l'amélioration continue de nos systèmes d'information.

Bénéfice net

Le bénéfice net, incluant les éléments inhabituels du premier semestre 2009 a diminué de 21,5 % pour s'établir à 58,3 millions de dollars, soit 0,49 \$ par action dilué, comparativement à 74,2 millions en 2008, ou 0,64 \$ par action dilué. Les facteurs ayant affecté le bénéfice d'exploitation s'appliquent également à la variation du bénéfice net. À ces facteurs s'ajoutent l'augmentation des frais fixes liés à la croissance du réseau, notamment l'amortissement relié aux récentes ouvertures de magasins, aux rénovations majeures ainsi qu'à l'amélioration continue de nos systèmes d'information.

En excluant les éléments inhabituels liés aux coûts de fermeture de magasins, le bénéfice net a atteint 64,0 millions de dollars au premier semestre 2009, soit 0,54 \$ par action dilué, comparativement à 78,2 millions en 2008, ou 0,67 \$ par action dilué. Il s'agit d'une baisse de 14,2 millions soit 18,2 % reflétant la pression sur les ventes particulièrement dans le segment de la construction résidentielle, laquelle n'a pu être complètement compensée par les mesures d'amélioration de l'efficacité mise en place depuis le début de l'exercice.

ANALYSE DES RÉSULTATS SECTORIELS DU PREMIER SEMESTRE DE 2009

RONA : chiffres clés sectoriels, premier semestre terminé le 28 juin 2009

(en milliers de dollars)	Premier semestre 2009	Premier semestre 2008 (retraités)	Variation \$ sur 2008	Variation % sur 2008
Ventes des secteurs				
Magasins corporatifs et franchisés	1 657 185	1 813 048	(155 863)	(8,6 %)
Distribution	1 170 083	1 208 383	(38 300)	(3,2 %)
Total	2 827 268	3 021 431	(194 163)	(6,4 %)
Ventes intersectorielles et redevances				
Magasins corporatifs et franchisés	–	–	–	–
Distribution	(611 351)	(636 643)	25 292	(4,0 %)
Total	(611 351)	(636 643)	25 292	(4,0 %)
Ventes				
Magasins corporatifs et franchisés	1 657 185	1 813 048	(155 863)	(8,6 %)
Distribution	558 732	571 740	(13 008)	(2,3 %)
Total	2 215 917	2 384 788	(168 871)	(7,1 %)
Bénéfice d'exploitation				
Magasins corporatifs et franchisés	106 373	136 667	(30 294)	(22,2 %)
Distribution	41 995	40 257	1 738	4,3 %
Total	148 368	176 924	(28 556)	(16,1 %)
Marge d'exploitation				
Magasins corporatifs et franchisés	6,42 %	7,54 %	–	-112 p.b.
Distribution	7,52 %	7,04 %	–	+48 p.b.
Total	6,70 %	7,42 %	–	-72 p.b.
Bénéfice d'exploitation (excluant éléments inhabituels)				
Magasins corporatifs et franchisés	114 611	139 511	(24 900)	(17,8 %)
Distribution	41 995	40 257	1 738	4,3 %
Total	156 606	179 768	(23 162)	(12,9 %)
Marge d'exploitation (excluant éléments inhabituels)				
Magasins corporatifs et franchisés	6,92 %	7,69 %	–	-77 p.b.
Distribution	7,52 %	7,04 %	–	+48 p.b.
Total	7,07 %	7,54 %	–	-47 p.b.

Note : Les résultats des trimestres de l'exercice 2008 ont été retraités pour tenir compte de l'application du chapitre 3064 du Manuel de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA), *Écarts d'acquisition et actifs incorporels*.

Magasins corporatifs et franchisés

Pour le premier semestre 2009, le secteur des magasins corporatifs et franchisés a enregistré des ventes de 1 657,2 millions de dollars comparativement à 1 813,0 millions pour la période correspondante en 2008. Cette diminution de 155,9 millions de dollars soit 8,6 % est attribuable à la faiblesse des ventes comparables particulièrement en début d'exercice, lesquelles ont été affectées par le faible niveau de confiance des consommateurs, l'important ralentissement des mises en chantier, particulièrement dans l'ouest du pays ainsi que par des conditions météorologiques défavorables à l'activité de rénovation-construction et la vente de produits saisonniers depuis le début de l'exercice. Les nombreux programmes de stimulation des ventes et de fidélisation de la clientèle mis en place au cours de la dernière année ont permis d'atténuer la baisse du nombre de transactions en magasin. Cependant, compte tenu du contexte économique actuel, on observe une certaine prudence des consommateurs par la réalisation de projets de rénovation de moindre envergure depuis le début de l'exercice.

Le bénéfice d'exploitation des activités de détail s'est élevé à 106,4 millions de dollars, comparativement à 136,7 millions au premier semestre 2008. Malgré une augmentation de la marge brute et des autres gains d'efficacité, la marge d'exploitation des activités de détail a diminué de 112 points de base, passant de 7,54 % en 2008 à 6,42 % en 2009. En excluant les éléments inhabituels liés aux coûts de fermeture, le bénéfice d'exploitation a atteint 114,6 millions de dollars au premier semestre 2009, en baisse de 24,9 millions, soit 17,8 % sur celui de 2008. Quant à la marge d'exploitation, elle est passée de 7,69 % en 2008 à 6,92 % en 2009, soit une baisse de 77 points de base. Tel que mentionné dans l'analyse des résultats du deuxième trimestre, cette baisse est attribuable à la pression sur les ventes comparables, à la réalisation de plusieurs activités promotionnelles et aux efforts soutenus consentis afin d'offrir divers services à valeur ajoutée à notre clientèle malgré un contexte moins favorable à l'activité de rénovation-construction. Les nombreuses améliorations d'efficacité enregistrées dans le cadre de la Phase 1 du plan stratégique 2008-2011, soit le programme PEP, ont permis d'atténuer une partie de ces effets négatifs.

Distribution

Nettes des activités intersectorielles, les ventes de distribution ont diminué de 2,3 % pour s'établir à 558,7 millions de dollars au premier semestre 2009 comparativement à 571,7 millions en 2008. Cette diminution provient d'une baisse des ventes comparables de nos marchands affiliés, laquelle n'a pu être compensée par le recrutement de marchands indépendants. Tout comme les ventes de nos magasins corporatifs, les ventes des marchands affiliés ont été affectées par la diminution des mises en chantier, particulièrement dans l'Ouest canadien.

Pour le premier semestre 2009, RONA a recruté dix nouveaux marchands indépendants; cinq dans l'Ouest canadien, un en Ontario et quatre au Québec. Depuis la fin du deuxième trimestre, un marchand additionnel a été recruté dans l'Ouest canadien. Au total depuis le début de l'exercice, 11 marchands ont donc été recrutés représentant des ventes au détail annuelles estimées à plus de 30 millions de dollars.

Les marchands RONA ont été très actifs depuis le début de l'exercice, réalisant 20 projets d'expansion et de rénovation représentant des investissements de près de 30 millions de dollars au total. Au deuxième trimestre, un marchand RONA recruté l'an dernier a d'ailleurs ouvert un nouveau magasin de proximité de 52 000 pieds carrés à Grande Prairie en Alberta alors qu'un autre marchand situé en Colombie-Britannique a ouvert un magasin de 25 000 pieds carrés. Enfin, un marchand RONA situé en Ontario a consolidé ses deux points de vente avec le magasin à grande surface RONA de Windsor et un marchand RONA situé en Colombie-Britannique a fait l'acquisition d'un marchand Home Hardware avoisinant.

Les activités de distribution ont produit un bénéfice d'exploitation de 42,0 millions de dollars pour le premier semestre 2009, comparativement à 40,3 millions en 2008, soit une augmentation de 1,7 million de dollars ou 4,3 %. La marge d'exploitation a pour sa part augmenté de 48 points de base. La croissance du bénéfice d'exploitation et de la marge d'exploitation est principalement attribuable à une réduction des coûts de transport, à l'optimisation du volume de transport par remorque ainsi qu'à une amélioration du taux de productivité dans les centres de distribution.

TRÉSORERIE ET SITUATION FINANCIÈRE

L'exploitation a généré des fonds de 86,6 millions de dollars au deuxième trimestre 2009, comparativement à 105,0 millions au trimestre correspondant en 2008. Nette de la variation d'éléments du fonds de roulement, l'exploitation a généré des fonds de 184,6 millions de dollars, contre 278,6 millions en 2008. Pour le premier semestre 2009, l'exploitation a généré des fonds de 113,5 millions de dollars comparativement à 126,5 millions en 2008. Nette de la variation d'éléments de fonds de roulement, l'exploitation a généré des fonds de 116,5 millions, contre 151,6 millions en 2008.

Au cours du deuxième trimestre 2009, nous avons investi 50,0 millions de dollars en immobilisations, comparativement à 47,8 millions en 2008. Ces investissements ont été consacrés à l'expansion de notre réseau de détail, à savoir la construction de nouveaux magasins ainsi que la réfection, la rénovation et la mise à niveau de magasins existants en fonction des nouveaux concepts, notamment des magasins exploités sous la bannière Réno-Dépôt. Nous avons également consenti une partie des investissements à l'amélioration continue des systèmes d'information afin d'accroître notre efficacité opérationnelle. Une entreprise a été acquise au début du trimestre pour un montant de 3,2 millions de dollars. Tout au long du trimestre, la Compagnie a appliqué une gestion financière disciplinée et un suivi rigoureux des investissements en immobilisations. Des actifs non stratégiques ont également été vendus au cours du trimestre résultant en une entrée de fonds de 2,0 millions de dollars.

Après six mois d'activité, RONA a investi 91,0 millions de dollars en immobilisations, soit seulement 1 million de plus que les 90,0 millions investis en 2008. La direction de RONA prévoit investir environ 160 millions de dollars pour l'exercice 2009, soit 36 millions ou 18,4 % de moins qu'en 2008 compte tenu des conditions de marché.

RONA a émis 11 630 000 actions le 2 juin dernier à un prix de 12,90 \$ par action moyennant un produit brut de 150 millions de dollars. À la suite de l'exercice de l'option de surallocation le 30 juin dernier, soit après la fermeture du trimestre, 1 744 500 actions supplémentaires ont été émises à un prix de 12,90 \$ par action, portant le produit brut global du placement à 172,5 millions de dollars, pour un total de 13 374 500 actions émises.

Avec les fonds de l'émission d'actions, les importants fonds générés par l'exploitation et la gestion disciplinée du fonds de roulement au cours du trimestre, les emprunts bancaires et crédit rotatif ont été réduits de 149,7 millions de dollars. L'endettement net de la Compagnie a été réduit de 259,2 millions comparativement à 2008. La dépense d'intérêt sur la dette à long terme et les emprunts bancaires a pour sa part diminué de 36,1 %. Au 28 juin 2009, RONA compte 139 millions de dollars en espèces et quasi-espèces, montant qui sera déployé au cours des prochains trimestres pour la réalisation de divers projets de croissance dans le cadre de la phase 2 du plan stratégique 2008-2011 de la Compagnie.

Le tableau ci-dessous présente un sommaire des obligations contractuelles de la Compagnie au 28 juin 2009, y compris les contrats de location exploitation hors bilan utilisés dans le cours normal des affaires. De plus, la Compagnie a conclu des arrangements hors bilan, tels que des conventions de rachat de biens en stocks et des garanties d'emprunts hypothécaires (arrangements qui n'apparaissent pas au tableau ci-dessous). La Compagnie se porte garante d'emprunts hypothécaires pour un montant de 1,6 million de dollars. Ces emprunts s'échelonnent jusqu'en 2012 et la valeur nette comptable des actifs détenus en garantie, principalement composés de terrains et de bâtiments, est de 5,8 millions. En vertu de conventions de rachat de biens en stocks, la Compagnie s'est engagée auprès d'institutions financières à racheter les stocks de certains de ses clients à une moyenne de 62 % de la valeur au coûtant des stocks pour un montant maximal de 69,1 millions de dollars. Dans l'éventualité d'un recours, les stocks seraient écoulés dans le cours normal des activités de la Compagnie. Ces conventions ont une durée indéterminée mais peuvent être résiliées par la Compagnie avec un préavis de 30 jours. De l'avis de la direction, la probabilité que des paiements importants soient engagés en vertu de ces obligations est faible. Enfin, des lettres de crédit à l'importation totalisant près de 10 millions de dollars étaient en circulation en fin de trimestre pour l'achat de divers produits, principalement des produits saisonniers.

**RONA : obligations contractuelles selon l'échéance
(au 28 juin 2009)**

Obligations contractuelles	Versements à effectuer selon l'échéance (milliers de dollars)				
	Total	Moins de un an	1-2 ans	3-4 ans	5 ans et plus
Emprunts à long terme	438 387	4 732	15 524	12 052	406 079
Obligations relatives aux biens loués	9 238	4 098	4 187	865	88
Contrats de location exploitation et baux	1 170 756	121 028	229 244	196 309	624 175
Autres obligations à long terme	28 580	15 617	10 938	2 025	-
Total	1 646 961	145 475	259 893	211 251	1 030 342

**RONA : données sur les actions en circulation
Au 31 juillet 2009**

Actions ordinaires	129 557 749
Options non exercées	2 014 694
Total	131 572 443

Le bilan de RONA est solide. Au 28 juin 2009, le ratio dette totale / capital utilisé se chiffrait à 21,6 %, comparativement à 30,2 % à la clôture du trimestre correspondant en 2008. Le ratio capitaux propres / total de l'actif atteignait 58,2 % au terme du deuxième trimestre 2009, comparativement à 50,6 % à pareille date en 2008.

L'exploitation de la Compagnie produit des flux financiers importants. Avec un niveau d'endettement relativement bas et des taux fixés à long terme sur la majeure partie de sa dette à long terme, RONA dispose en outre de liquidités importantes et d'un accès à plusieurs millions de dollars de crédit à des taux compétitifs. Nos ressources financières sont donc suffisantes pour poursuivre le développement de façon disciplinée sur nos quatre vecteurs de croissance : la croissance des ventes de notre réseau existant, la construction de nouveaux magasins corporatifs et franchisés, le recrutement de nouveaux marchands affiliés et les acquisitions.

INFORMATION TRIMESTRIELLE

Les résultats de RONA varient beaucoup d'un trimestre à l'autre en raison de la forte saisonnalité liée à l'activité de rénovation-construction. Les plus fortes périodes de l'année sont enregistrées au printemps et à l'automne, de sorte que plus de 80 % du bénéfice net annuel de la Compagnie est généré au cours des deuxième et troisième trimestres de l'exercice. De plus, les ventes du premier trimestre de l'exercice sont toujours largement inférieures à celles des trois autres, en raison du faible niveau d'activité du secteur de la rénovation-construction en hiver. Enfin, des conditions météorologiques défavorables peuvent avoir une incidence importante sur les ventes. Avec la croissance de la proportion de nos activités provenant du secteur des magasins corporatifs et franchisés, l'effet saisonnier du premier trimestre s'avère également plus important en 2007, 2008 et 2009 que par les années passées. Le deuxième trimestre quant à lui représente toujours le plus fort trimestre de l'exercice, suivi du troisième trimestre.

RONA : résultats financiers trimestriels consolidés
(En millions de dollars, à l'exception des bénéfices par action)

	2009		2008 (retraités)				2007 (non retraités)		
	T2	T1	T4	T3	T2	T1	T4	T3	T2
Ventes	1 369,9	846,0	1 124,6	1 381,7	1 473,3	911,5	1 087,0	1 350,5	1 469,1
Bénéfice d'exploitation	122,9	25,5	75,3	112,5	150,3	26,6	75,9	121,6	161,8
Bénéfice d'exploitation (ex. éléments inhabituels)	131,1	25,5	76,2	121,0	153,1	26,6	75,9	121,6	161,8
Bénéfice net (perte nette)	60,8	(2,5)	29,8	52,5	76,6	(2,4)	30,5	59,4	86,2
Bénéfice net (perte nette) (ex. éléments inhabituels)	66,5	(2,5)	30,4	58,9	80,6	(2,4)	30,5	59,4	86,2
Bénéfice (perte) par action (\$)	0,51	(0,02)	0,26	0,45	0,66	(0,02)	0,26	0,52	0,75
Bénéfice (perte) par action (\$) (ex. éléments inhabituels)	0,56	(0,02)	0,26	0,51	0,70	(0,02)	0,26	0,52	0,75
Bénéfice (perte) dilué(e) par action (\$)	0,51	(0,02)	0,25	0,45	0,66	(0,02)	0,26	0,51	0,74
Bénéfice (perte) dilué(e) par action (\$) (ex. éléments inhabituels)	0,55	(0,02)	0,26	0,50	0,69	(0,02)	0,26	0,51	0,74

Note : Les résultats des trimestres de l'exercice 2008 ont été retraités pour tenir compte de l'application du chapitre 3064 du Manuel de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA), *Écarts d'acquisition et actifs incorporels*.

Croissance annuelle des ventes par magasins comparables
Neuf derniers trimestres

T2-2007	T3-2007	T4-2007	T1-2008	T2-2008	T3-2008	T4-2008	T1-2009	T2-2009
+0,3 %	-0,6 %	-2,5 %	-7,0 %	-4,9 %	-3,5 %	-1,4 %	-8,5 %	-6,2 %

Note : Les ventes comparables ont été retraitées pour 2007 et 2008 afin de refléter les ventes sans ajustements pour les congés fériés et déflation de matériaux.

PERSPECTIVES

Les plus récentes statistiques publiées par la SCHL de même que les prévisions de la Banque du Canada semblent indiquer un changement de tendance dans les conditions économiques du pays, ce qui pourrait influencer positivement la confiance et le comportement des consommateurs canadiens dans les trimestres à venir. La direction de RONA demeure toutefois prudente dans ses prévisions puisqu'à présent rien n'indique que la situation s'améliore dans notre industrie, le niveau de confiance des consommateurs demeure relativement bas et le taux de chômage très élevé, incitant ainsi les consommateurs à la prudence et à la réalisation de travaux de rénovation de moindre envergure.

Dans ce contexte nous poursuivrons les nombreuses mesures d'optimisation de nos activités en cours dans le cadre de la Phase 1 de notre plan stratégique 2008-2011, soit le programme PEP au cours des prochains trimestres. Compte tenu des importants gains d'efficacité réalisés à ce jour dans le programme PEP ainsi que de la flexibilité financière accrue dont dispose la Compagnie à la suite de son émission d'actions ordinaire de juin dernier, la direction de RONA estime être en excellente position pour débiter la phase 2 du plan stratégique 2008-2011 tel que prévu au début de 2010. Nous travaillons présentement à la finalisation de cette deuxième phase, laquelle sera axée sur une réaccélération des activités de développement de RONA afin de pleinement tirer avantage des quatre vecteurs de croissance qui ont fait le succès de l'entreprise depuis de nombreuses années.

ÉVÉNEMENT POSTÉRIEUR

Le 30 juin 2009, la Compagnie a émis 1 744 500 actions ordinaires au prix de 12,90 \$ l'action, à la suite de l'exercice de l'option de surallocation relativement à l'émission d'actions ordinaires, aux termes d'une convention de prise ferme intervenue le 12 mai 2009. Cette convention portait sur une émission de 11 630 000 actions ordinaires moyennant un produit brut de 150,0 millions de dollars, encaissé le 2 juin 2009. En tenant compte de l'exercice de l'option de surallocation, le produit brut global revenant à la compagnie totalise donc 172,5 millions pour 13 374 500 actions ordinaires.

RISQUES ET INCERTITUDES

Il n'y a pas de changements importants constatés au cours du deuxième trimestre 2009 quant aux principaux risques et incertitudes de la Compagnie. Veuillez vous référer au *Rapport annuel de gestion* pour une description complète des risques auxquels fait face la Compagnie.

MODIFICATIONS DE CONVENTIONS COMPTABLES

Écarts d'acquisition et actifs incorporels

Au début de l'exercice 2009, la Compagnie a adopté rétroactivement le chapitre 3064 du Manuel de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA), *Écarts d'acquisition et actifs incorporels*, remplaçant le chapitre 3062 du même nom. Ce chapitre établit les normes de comptabilisation, d'évaluation, de présentation et d'information applicables aux écarts d'acquisition et aux actifs incorporels, y compris les actifs incorporels développés à l'interne. Les frais de préouverture de magasins et de centres de distribution (auparavant inclus dans les autres éléments d'actifs), les frais de publicité dont ceux relatifs aux ouvertures de magasin ainsi que les frais engagés dans le cadre de la commandite olympique et paralympique (auparavant inclus dans les frais payés d'avance), ne répondent plus aux exigences du nouveau chapitre. Les soldes de ces actifs au 31 décembre 2007, soit au début du premier trimestre 2008, ont été retraités et présentés dans les bénéfices non répartis et les résultats de 2008 ont également été retraités afin de les rendre comparables à ceux de 2009.

L'impact de l'application des recommandations du nouveau chapitre sur les états financiers consolidés est comme suit :

(milliers de dollars)	Deuxième trimestre 2008			Cumulatif au 29 juin 2008		
	Présenté antérieurement	Ajustements	Retraités	Présenté antérieurement	Ajustements	Retraités
Résultats consolidés						
Bénéfice avant les postes suivants	157 284 \$	(6 963) \$	150 321 \$	190 685 \$	(13 761) \$	176 924 \$
Amortissements et dépréciation	29 113	(1 935)	27 178	54 360	(3 861)	50 499
Impôts sur les bénéfices	36 713	(1 551)	35 162	36 783	(3 049)	33 734
Part des actionnaires sans contrôle	2 360	22	2 382	1 509	89	1 598
Bénéfice net et résultat étendu	80 119	(3 499)	76 620	81 134	(6 940)	74 194
Bénéfice net de base et dilué par action	0,69	(0,03)	0,66	0,70	(0,06)	0,64
Flux de trésorerie consolidés						
Bénéfice net	80 119	(3 499)	76 620	81 134	(6 940)	74 194
Amortissements et dépréciation	29 113	(1 935)	27 178	54 360	(3 861)	50 499
Impôts futurs	23	(194)	(171)	101	(636)	(535)
Part des actionnaires sans contrôle	2 360	22	2 382	1 509	89	1 598
Variations d'éléments du fonds de roulement	164 534	9 009	173 543	11 429	13 646	25 075
Autres éléments d'actifs	(2 070)	(3 403)	(5 473)	(4 172)	(2 298)	(6 470)
Bilans consolidés						
Actif						
Impôts sur les bénéfices à recevoir				20 796	2 411	23 207
Frais payés d'avances				65 796	(32 018)	33 778
Impôts futurs – court terme				10 351	4 133	14 484
Autres éléments d'actifs				28 485	(5 798)	22 687
Passif						
Impôts futurs – court terme				3 716	(286)	3 430
Impôts futurs – long terme				22 631	(3 593)	19 038
Part des actionnaires sans contrôle				27 968	89	28 057
Bénéfices non répartis – au début de l'exercice				892 967	(20 542)	872 425
au 28 décembre 2008						
Présenté						
antérieurement Ajustements Retraités						
Bilans consolidés						
Actif						
Impôts sur les bénéfices à recevoir				6 046 \$	429 \$	6 475 \$
Frais payés d'avances				33 104	(21 902)	11 202
Impôts futurs – court terme				13 800	5 474	19 274
Autres éléments d'actifs				38 466	(11 256)	27 210
Passif						
Impôts futurs – court terme				4 854	(393)	4 461
Impôts futurs – long terme				23 998	(2 694)	21 304
Part des actionnaires sans contrôle				29 098	122	29 220
Bénéfices non répartis – au début de l'exercice				892 967	(20 542)	872 425

Risque de crédit et juste valeur des actifs financiers et passifs financiers

Le Comité sur les problèmes nouveaux a publié le CPN-173, *Risque de crédit et juste valeur des actifs financiers et passifs financiers*, qui fournit des précisions sur la manière de mesurer les actifs et les passifs financiers, en tenant compte du risque de crédit propre à la compagnie ainsi que celui de la contrepartie dans la détermination de la juste valeur des actifs et passifs financiers. L'adoption de ces recommandations n'a pas eu d'incidence significative sur les résultats, la situation financière et les flux de trésorerie de la Compagnie.

NOUVELLES NORMES COMPTABLES NON ENCORE APPLIQUÉES

Regroupements d'entreprises

En janvier 2009, l'ICCA a publié le chapitre 1582, *Regroupements d'entreprises*, remplaçant le chapitre 1581 du même nom. Ce chapitre s'applique prospectivement aux regroupements d'entreprises effectués au cours des exercices ouverts à compter du 1er janvier 2011. Le chapitre établit des normes pour la comptabilisation d'un regroupement d'entreprises.

États financiers consolidés et participations sans contrôle

En janvier 2009, l'ICCA a publié le chapitre 1601, *États financiers consolidés* et le chapitre 1602, *Participations sans contrôle* qui tous deux remplacent le chapitre 1600, *États financiers consolidés*. Les présents chapitres s'appliquent aux états financiers intermédiaires et annuels consolidés des exercices ouverts à compter du 1er janvier 2011. Ces chapitres définissent des normes pour l'établissement d'états financiers consolidés et la comptabilisation de participations sans contrôle dans une filiale dans les états financiers consolidés établis postérieurement à un regroupement d'entreprises.

Instruments financiers – informations à fournir

En juin 2009, l'ICCA a publié la lettre de mise à jour no. 54 qui inclut, entre autres, plusieurs modifications au chapitre 3862, *Instruments financiers- Informations à fournir*. Ce chapitre a été modifié afin d'inclure de nouvelles obligations d'information sur les évaluations de la juste valeur des instruments financiers et d'étoffer les obligations d'information sur le risque de liquidité des instruments financiers. Les modifications s'appliquent aux états financiers annuels des exercices se terminant après le 30 septembre 2009.

Normes internationales d'information financière

En février 2008, le Conseil des normes comptables du Canada (CNC) a annoncé que les PCGR du Canada pour les entités ayant une obligation publique de rendre des comptes seront remplacés par les IFRS avec prise d'effet au cours de l'année civile 2011. Les IFRS utilisent un cadre conceptuel semblable à celui des PCGR du Canada, mais comportent des différences importantes au chapitre de la comptabilisation, de l'évaluation, de la présentation et de l'information à fournir. Au cours de la période précédant la conversion, l'International Accounting Standards Board (IASB) continuera de publier de nouvelles normes comptables et, par conséquent, l'incidence finale des IFRS sur les états financiers consolidés de la Compagnie ne sera évaluée que lorsque tous les IFRS applicables à la date de conversion seront connus.

Pour la Compagnie, la conversion aux IFRS sera exigée pour les états financiers des périodes ouvertes à compter du 1^{er} janvier 2011. Les données comparatives devront être retraitées afin de respecter les IFRS. Par conséquent, la Compagnie a élaboré un plan de conversion de ses états financiers aux IFRS en quatre phases : Phase 1 – Diagnostic préliminaire, planification et la définition de l'étendue, Phase 2 – Évaluation détaillée, Phase 3 – Définition de la solution et Phase 4 – Mise en place.

La Compagnie est présentement dans la phase 2 de son plan de conversion, soit la formation de son personnel et l'évaluation détaillée des impacts potentiels. Pour se faire, les normes IFRS ont été regroupées par sujet et réparties parmi les 11 ateliers de travail mis sur pied. Les ateliers sont composés d'employés provenant de tous les secteurs touchés de la Compagnie. Les membres de chaque atelier ont comme responsabilité d'évaluer l'impact des écarts entre les normes Canadiennes et les IFRS et de recommander à la direction les choix de conventions comptables. Les principales conclusions de quatre des ateliers ont été présentées au Comité de vérification du mois d'août. Lors du prochain Comité de vérification les impacts de quatre autres ateliers seront présentés. Les dates de présentation de deux des ateliers n'ont pas été déterminées car les normes définitives n'ont pas encore été publiées. Les conclusions du dernier atelier, portant sur la présentation des états financiers, seront présentées en début d'année 2010. La phase 3 devrait débiter au début du troisième trimestre alors que la phase 4 débutera au début du quatrième trimestre. La Compagnie estime avoir complété son plan de conversion avant la fin du deuxième trimestre 2010. Des modifications de conventions comptables sont probables et susceptibles d'avoir une incidence notable sur les états financiers consolidés de la Compagnie.

Principales estimations comptables

Aucun changement important n'a été constaté depuis la publication du *Rapport annuel de gestion* pour l'exercice terminé le 28 décembre 2008.

Contrôles internes à l'égard de l'information financière

Au cours du deuxième trimestre terminé le 28 juin 2009, aucun changement aux contrôles internes à l'égard de l'information financière n'a été fait qui aurait eu une incidence importante ou dont on peut raisonnablement penser qu'il pourrait avoir une incidence importante sur ces contrôles.

INFORMATION PROSPECTIVE

Ce *Rapport de gestion* comprend des énoncés prospectifs comportant des risques et des incertitudes. Tous les énoncés autres que des énoncés de faits historiques inclus dans ce rapport de gestion, y compris des énoncés sur les perspectives de l'industrie et sur les perspectives, les projets, la situation financière et la stratégie d'affaires de la Compagnie, peuvent constituer des énoncés prospectifs au sens de la législation et la réglementation canadiennes en matière de valeurs mobilières. Ces énoncés prospectifs sont généralement reconnaissables à l'utilisation d'expressions comme « pouvoir », « s'attendre à », « avoir l'intention de », « estimer que », « anticiper », « prévoir », « désirer » ou « poursuivre », y compris dans une tournure négative, ou de leurs variantes ou de toute terminologie similaire ou à l'emploi du futur. Bien que la Compagnie soit d'avis que les attentes reflétées dans ces énoncés prospectifs sont raisonnables, elle ne peut donner aucune garantie que ces attentes s'avéreront exactes. Les énoncés prospectifs ne tiennent pas compte de l'effet que des transactions, des éléments non récurrents ou d'autres éléments extraordinaires annoncés ou survenant après que ces énoncés sont faits auront sur les activités de la Compagnie. Par exemple, ils ne tiennent pas compte de l'incidence des cessions, des acquisitions, d'autres transactions commerciales, des réductions de la valeur d'actifs ni d'autres charges annoncées ou survenues après que les énoncés prospectifs sont faits.

Les investisseurs et autres personnes devraient éviter de se fier indûment à tout énoncé prospectif. Pour de plus amples renseignements sur les risques, incertitudes et hypothèses susceptibles d'entraîner un écart entre les résultats réels de la Compagnie et les attentes actuelles, veuillez vous reporter également aux documents publics déposés par la Compagnie qui sont accessibles à www.sedar.com et à www.rona.ca. Plus particulièrement, d'autres précisions et la description de ces facteurs et d'autres facteurs sont présentées dans ce rapport de gestion, sous la rubrique « Risques et incertitudes », et sous la rubrique « Facteurs de risque » de la notice annuelle courante de la Compagnie.

Les énoncés prospectifs figurant dans ce rapport de gestion reflètent les attentes de la Compagnie au 11 août 2009 et sont sous réserve des changements pouvant survenir après cette date. La Compagnie nie expressément toute obligation ou tout engagement de mettre à jour ou de réviser ces énoncés prospectifs, que ce soit en raison de nouveaux renseignements ou d'événements futurs ou pour quelque autre motif que ce soit, à moins que les lois sur les valeurs mobilières applicables le requièrent.

INFORMATION ADDITIONNELLE

Le présent *Rapport de gestion* est préparé en date du 11 août 2009. Le lecteur trouvera d'autres informations relatives à RONA, y compris sa *Notice annuelle*, sur le site Internet de la Compagnie à l'adresse www.rona.ca et sur celui de SEDAR à l'adresse www.sedar.com.

Le premier vice-président
et chef de la direction financière,

Le président et chef de la direction,

Claude Guévin (signé)

Robert Dutton (signé)

Claude Guévin CA

Robert Dutton