

Meubles Léon Limitée, le plus important détaillant d'ameublement au Canada, publie des résultats financiers records pour le troisième trimestre 2020, une augmentation de 14,3 % de son dividende trimestriel et un dividende spécial de 0,30 \$

TORONTO, le 10 nov. 2020 /CNW/ - Meubles Léon Limitée (« **LFL** » ou la « **Société** ») (TSX: LNF) a annoncé aujourd'hui des résultats financiers records pour le troisième trimestre 2020.

Faits saillants - Troisième trimestre 2020

- Le chiffre d'affaires total du réseau de magasins¹ a augmenté de 7 % pour atteindre 762,8 millions de dollars au troisième trimestre de 2020, par rapport à 712,6 millions de dollars au troisième trimestre de 2019.
- Les produits du trimestre ont atteint un niveau record de 630,8 millions de dollars comparativement à 601,4 millions de dollars au troisième trimestre de 2019, une hausse de 4,9 %. Avec des augmentations dans toutes les catégories de produits.
- Le chiffre d'affaires des magasins comparables¹ a augmenté de 4,5 % au troisième trimestre de 2020 en comparaison au troisième trimestre de 2019.
- Croissance des ventes continue à trois chiffres de 235 % de nos propriétés de commerce électronique au cours du trimestre.
- La marge bénéficiaire brute s'est améliorée dans toutes les catégories de produits, passant de 43,13 % au troisième trimestre de 2019 à 44,20 % au troisième trimestre de 2020.
- Le bénéfice net a augmenté de 47,9 % pour s'établir à 49,1 millions de dollars au troisième trimestre de 2020 par rapport au troisième trimestre de 2019.
- Le bénéfice dilué par action a augmenté de 50 % pour passer de 0,40 \$ au troisième trimestre de 2019 à 0,60 \$ au troisième trimestre de 2020.
- Ouverture de trois nouveaux magasins détenus en propre au cours du trimestre, soit deux magasins sous la bannière Léon et un magasin sous la bannière The Brick.
- La liquidité disponible et non affectée s'élève à environ 638 millions de dollars; ce montant se compose de 464 millions de dollars de trésorerie et de placements, et de 174 millions de dollars de facilité de crédit inutilisés de la Société au 30 septembre 2020.

Edward Leon, chef de la direction de LFL Group, a déclaré : « Dans un contexte qui demeure difficile pour de nombreux détaillants au Canada, le troisième trimestre a été un trimestre record pour l'ensemble de LFL. Les efforts de notre équipe dévouée ont généré une augmentation du chiffre d'affaires des magasins comparables de 4,5 %, grâce à l'accent mis sur une expérience utilisateur renforcée et une valeur accrue. L'attention constante que nous avons mise sur l'efficacité opérationnelle et le rendement des dépenses de publicité nous a permis de tirer parti de la croissance des revenus à un chiffre pour obtenir une hausse du bénéfice dilué par action de 50 % par rapport au troisième trimestre de l'exercice précédent. Nous continuons d'élargir notre présence de façon sélective, avec deux magasins Léon à Calgary, en Alberta, et à Kelowna, en Colombie-Britannique, qui ont célébré leur grande ouverture pendant le trimestre, ainsi qu'un nouveau magasin complet The Brick à Fredericton, au Nouveau-Brunswick, qui sera approvisionné à partir du premier trimestre de 2021 par notre deuxième centre de distribution ultramoderne, situé à Dartmouth, en Nouvelle-Écosse. Les résultats financiers obtenus au cours du présent trimestre mettent en évidence le pouvoir de notre modèle à long terme de prudence financière et de création de

valeur, accompagné d'une quête incessante pour aller au-delà des besoins de nos clients et veiller à ce qu'ils puissent magasiner où, quand et de la manière dont ils le souhaitent. »

M. Leon a ajouté : « Les mesures stratégiques que nous avons prises en 2018 pour renforcer notre plateforme de commerce électronique afin d'améliorer l'expérience client et d'assurer l'adaptabilité continuent de porter fruit. Au cours des derniers trimestres, nous avons observé une amélioration importante de l'engagement et du lancement des ventes dans nos canaux en ligne, les ventes initiées par le commerce électronique au troisième trimestre ayant augmenté de 235 % d'un trimestre à l'autre sur leons.ca, thebrick.com et furniture.ca. Malgré l'incertitude à laquelle nous sommes confrontés dans le monde d'aujourd'hui, LFL se trouve dans une position unique et figure parmi les détaillants omnicanaux les plus solides au Canada aujourd'hui. Nos bannières de détail reposent sur une base solide, qui comprend une structure de distribution stratégique d'un océan à l'autre, l'une des plus grandes activités de livraison de dernier kilomètre du Canada, un portefeuille de premier plan d'entreprises de services à valeur ajoutée, un bilan solide avec 638 millions de dollars de liquidité non affectée et la propriété à part entière d'un grand nombre de nos importants biens immobiliers nationaux situés stratégiquement. »

1 Pour une description complète de l'emploi que fait la Société des mesures financières non conformes aux IFRS, consulter la rubrique du présent communiqué de presse intitulée « Mesures financières non conformes aux IFRS ».

Sommaire des faits saillants pour les trimestres clos le 30 septembre 2020 et le 30 septembre 2019

Pour les catégories suivantes	Trimestre clos les			
(en millions de dollars CA, sauf les données et les montants par action et en %)	30 septembre 2020	30 septembre 2019	Augmentation en \$	Augmentation en %
Chiffre d'affaires total du réseau de magasins ¹	762,8	712,6	50,2	7,0 %
Chiffre d'affaires des franchises ¹	132,0	111,2	20,8	18,7 %
Produits	630,8	601,4	29,4	4,9 %
Chiffre d'affaires des magasins comparables ¹	616,6	590,0	26,6	4,5 %
Marge bénéficiaire brute en pourcentage des produits	44,20 %	43,13 %		
Frais de vente, frais généraux et frais d'administration ^{2, 3}	210,6	209,3	1,3	0,6 %
Frais de vente, frais généraux et frais d'administration ^{2, 3} en pourcentage des produits	33,39 %	34,80 %		
BALIA ajusté	96,0	80,5	15,5	19,3 %
Bénéfice net ajusté ¹	49,3	33,0	16,3	49,4 %
Bénéfice dilué par action ajusté ¹	0,61 \$	0,40 \$	0,21 \$	52,5 %
Bénéfice net	49,1	33,2	15,9	47,9 %
Dividendes déclarés par action ordinaire	0,14 \$	0,14 \$	-	-

(1) Voir la rubrique « Mesures financières non conformes aux IFRS » du présent communiqué pour obtenir de plus amples renseignements sur ces mesures

(2) Frais de vente, frais généraux et frais d'administration

(3) Les frais de vente, frais généraux et frais d'administration en pourcentage des produits pour le trimestre clos le 30 septembre 2020 comprennent l'incidence de la subvention salariale d'urgence du Canada (« SSUC ») de 2 millions de dollars. Par conséquent, si l'on exclut l'incidence de la SSUC, le total des frais de vente, frais généraux et frais d'administration en pourcentage des produits du trimestre s'établit à 33,70 %

Produits

Pour le trimestre clos le 30 septembre 2020, les produits se sont élevés à 630,8 millions de dollars, comparativement à 601,4 millions de dollars au troisième trimestre de 2019. Les produits ont augmenté de 29,4 millions de dollars (4,9 %) par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent en raison de l'augmentation de toutes les catégories de produits, laquelle est attribuable à la hausse de la demande des consommateurs au cours du trimestre. L'accent que la Société continue de mettre sur le commerce électronique, y compris son initiative de clavardage en direct, a généré une augmentation d'une année à l'autre de 235 % des ventes en ligne au cours du trimestre.

La robustesse constante des ventes en ligne au cours du trimestre continue également de confirmer que la plateforme numérique de l'entreprise est très adaptable et capable de contribuer de façon significative à des pourcentages de marge bénéficiaire d'exploitation plus élevés en raison de sa structure de coûts d'exploitation actuelle. La plateforme numérique est essentielle pour permettre à l'entreprise d'attirer de nouveaux clients au moment où ils commencent leur expérience de magasinage en ligne, puis de continuer en magasin à bénéficier de l'aide de nos associés aux ventes compétents.

Frais de vente, frais généraux et frais d'administration

Les frais de vente, frais généraux et frais d'administration, exprimés en pourcentage des produits pour le trimestre à l'étude, ont diminué de 141 points de base en raison de la gestion efficace desdits frais tout au long du trimestre, tout en ajustant les dépenses de publicité pour stimuler l'achalandage tant dans les magasins de vente au détail que sur les sites Web de la Société.

Bénéfice net et bénéfice dilué par action

Le bénéfice net pour le troisième trimestre de 2020 s'est élevé à 49,1 millions de dollars, soit un bénéfice par action dilué de 0,60 \$, comparativement au bénéfice net de 33,2 millions de dollars pour le trimestre correspondant de l'exercice précédent, ou un bénéfice par action dilué de 0,40 \$.

Sommaire des faits saillants pour les périodes de neuf mois closes le 30 septembre 2020 et le 30 septembre 2019

Pour les catégories suivantes	Neuf mois terminés le			
(en millions de dollars CA, sauf les données et les montants par action et en %)	30 septembre 2020	30 septembre 2019	Augmentation (diminution) en \$	Augmentation (diminution) en %
Chiffre d'affaires total du réseau de magasins ¹	1 870,6	1 977,4	(106,8)	(5,4 %)
Chiffre d'affaires des franchises ¹	325,6	315,4	10,2	3,2 %
Produits	1 545,0	1 662,0	(117,0)	(7,0 %)
Chiffre d'affaires des magasins comparables ¹	1 504,6	1 630,3	(125,7)	(7,7 %)
Marge bénéficiaire brute en pourcentage des produits	43,71 %	43,30 %		
Frais de vente, frais généraux et frais d'administration ^{2, 3}	520,2	610,1	(89,9)	(14,7 %)
Frais de vente, frais généraux et frais d'administration ^{2, 3} en pourcentage des produits	33,67 %	36,71 %		
BALIA ajusté	238,2	202,6	35,6	17,6 %
Bénéfice net ajusté ¹	110,4	67,5	42,9	63,6 %
Bénéfice dilué par action ajusté ¹	1,34 \$	0,82 \$	0,52 \$	63,4 %
Bénéfice net	110,0	67,6	42,4	62,7 %
Dividendes déclarés par action ordinaire	0,42 \$	0,42 \$	-	-

(1) Voir la rubrique « Mesures financières non conformes aux IFRS » du présent communiqué pour obtenir de plus amples renseignements sur ces mesures

(2) Frais de vente, frais généraux et frais d'administration

(3) Les frais de vente, frais généraux et frais d'administration en pourcentage des produits pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2020 comprennent l'incidence de la SSUC de 31,8 millions de dollars, ou 2,1 % en pourcentage des produits de la période de neuf mois. Par conséquent, si l'on exclut l'incidence de la SSUC, le total des frais de vente, frais généraux et frais d'administration en pourcentage des produits de la période de neuf mois s'établit à 35,73 %

Produits

Pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2020, les produits s'élèvent à 1 545 millions de dollars, comparativement à 1 662 millions de dollars pour la période correspondante de l'exercice précédent, soit une diminution de 117 millions de dollars, ou 7 %, par rapport à la période de neuf mois précédente. Cette réduction des produits est imputable à des réductions importantes de l'achalandage en magasin en raison des fermetures de magasins dues à la COVID-19 partout au pays en avril et mai 2020. Comme tous les magasins de la Société ont rouvert leurs portes à l'échelle du Canada au début de juin 2020, les ventes totales de marchandises ont augmenté considérablement par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent.

Frais de vente, frais généraux et frais d'administration

En raison de la COVID-19 et de la détérioration rapide de l'achalandage client qui a commencé rapidement vers la fin de mars 2020 et qui s'est poursuivie pendant la majeure partie du deuxième trimestre, la Société a pris les mesures nécessaires pour redresser ses activités et préserver sa liquidité.

Au deuxième trimestre, le gouvernement du Canada a annoncé l'instauration de la Subvention salariale d'urgence du Canada (« SSUC ») destinée à aider les employeurs à réintégrer leurs employés et à les garder sur leur liste de paye. Après avoir constaté qu'elle satisfaisait aux critères d'admissibilité, la Société a demandé la SSUC afin d'être mieux placée pour réembaucher la plupart de ses précieux associés à la fin du troisième trimestre.

En excluant la SSUC, les frais de vente, frais généraux et frais d'administration de la Société, en

pourcentage des produits de la période de neuf mois close le 30 septembre 2020, ont été de 35,73 %, soit une diminution de 98 points de base à la période de neuf mois précédente, de 36,71 %. En incluant la SSUC, les frais de vente, frais généraux et frais d'administration, en pourcentage des produits de la Société, ont atteint 33,67 %, soit une amélioration de 304 points de base par rapport à la période de neuf mois de l'exercice précédent.

Bénéfice net et bénéfice dilué par action

Compte tenu de l'incidence du rajustement à la valeur de marché des produits financiers dérivés de la Société, le bénéfice net pour le troisième trimestre de 2020 s'est élevé à 110 millions de dollars, soit un bénéfice par action dilué de 1,33 \$ (bénéfice net de 67,6 millions de dollars, bénéfice par action dilué de 0,82 \$ en 2019).

Dividendes

Comme elle l'a annoncé précédemment, la Société a versé un dividende trimestriel de 0,14 \$ le jeudi 8 octobre 2020. Aujourd'hui, les administrateurs ont déclaré une augmentation du dividende trimestriel de la Société de 0,02 \$ à 0,16 \$ par action ordinaire payable le 7 janvier 2021 aux actionnaires dûment inscrits à la clôture des marchés le 7 décembre 2020. En outre, le dividende annuel de 0,29 \$ sur les actions privilégiées convertibles sans droit de vote sera versé le 7 janvier 2021 aux actionnaires dûment inscrits à la clôture des marchés le 7 décembre 2020. De plus, du fait de notre position de trésorerie, les administrateurs sont heureux de déclarer un dividende spécial de 0,30 \$ par action ordinaire payable le 7 janvier 2021 aux actionnaires dûment inscrits à la clôture des marchés le 7 décembre 2020. Depuis 2007, les dividendes versés par Meubles Léon Limitée sont des « dividendes déterminés » en vertu des changements apportés à la *Loi de l'impôt sur le revenu* par le projet de loi C-28 du Canada.

Perspectives

Personne ne peut prédire pour l'instant quelles seront la durée et l'incidence sur le plan financier de la COVID-19 ni quelle sera l'efficacité des interventions des gouvernements et des banques centrales dans la lutte pour freiner la propagation de la COVID19 et stimuler l'économie. Les gouvernements fédéral et provinciaux ont mis en place des exigences en matière de distanciation sociale, des interdictions de voyages non essentiels et d'autres mesures qui ont mené directement à l'incertitude quant à la demande des clients. La Société continue de surveiller activement l'évolution de la situation et de s'adapter aux effets de la pandémie de COVID-19 à mesure qu'ils surviennent; ces effets sont liés à un certain nombre de facteurs, notamment l'évolution du virus, les réactions de nos clients et de nos employés et les nouvelles mesures gouvernementales, dont aucun ne peut être prédit avec certitude.

La direction est d'avis que les mesures prises à ce jour permettent à la Société de faire face à la crise actuelle et de tirer parti de toutes les occasions rentables qui pourraient se présenter. On s'attend à ce que plusieurs des présents attributs de la Société s'avèrent des atouts sur le plan de l'exploitation dans le contexte actuel :

- La nature essentielle de certains produits et services de la Société. Les gouvernements provinciaux ont décrété que les appareils électroménagers nécessaires à la cuisson et au nettoyage étaient des produits essentiels. De plus, la Société est propriétaire de la plus grande entreprise indépendante d'entretien d'électroménagers au Canada, Transglobal Service, qui exerce ses activités dans l'ensemble du pays en appliquant des protocoles améliorés assurant la protection de la santé et la sécurité de nos clients et techniciens.
- L'adaptabilité rapide de nos activités de commerce électronique. Les activités de commerce électronique de l'entreprise ont continué de croître considérablement au troisième trimestre. Depuis que la Société a transféré ses magasins en ligne sur la plateforme Shopify Plus,

l'expérience de commerce électronique est devenue plus riche et interactive pour nos clients. Cette mesure s'est traduite par une meilleure évolutivité et a créé un important levier opérationnel, qui a procuré et continue de procurer un avantage concurrentiel à l'entreprise.

- Portefeuille de biens immobiliers exempts de contraintes détenus à l'échelle du pays. Sur environ 13 millions de pieds carrés de surface de biens immobiliers utilisés actuellement par la Société, LFL en possède 4,4 millions de pieds carrés (bureaux, locaux de vente au détail, installations industrielles). Il s'agit d'un avantage concurrentiel important dans le contexte actuel, qui se traduit par des coûts de possession inférieurs pour les magasins fermés ou d'autres propriétés par rapport à ceux des propriétés semblables louées. En outre, la valeur inhérente à ce portefeuille permettrait à la Société d'avoir facilement accès à une liquidité supplémentaire pour soutenir ses activités existantes et de tirer parti des occasions rentables au fur et à mesure qu'elles se présentent.
- Un bilan solide, comme en témoigne l'engagement de la Société de réduire son endettement de plus de 440 millions de dollars sous diverses formes. La Société dispose d'environ 638 millions de dollars de liquidité non affectée au 30 septembre 2020, avec une marge de manœuvre pour l'augmenter au besoin.

À plus long terme, nous sommes encore d'avis que l'économie canadienne sous-jacente demeure relativement forte. Bien qu'il soit difficile de prédire le niveau de confiance futur des consommateurs et son éventuelle incidence sur les ventes au détail, nous affichons un optimisme raisonnable en estimant que nos ventes et notre rentabilité iront en augmentant. Compte tenu de la situation financière solide et en amélioration constante de la Société, notre principal objectif consiste à accroître notre part de marché et notre rentabilité. Nous demeurons centrés sur notre engagement à gérer efficacement nos coûts, mais aussi à continuer d'investir de façon soutenue dans l'innovation numérique qui permettra d'attirer davantage de clients à la fois vers notre plateforme de commerce électronique et nos 305 magasins physiques d'un bout à l'autre du Canada.

Réseau de magasins

Au 30 septembre 2020, l'entreprise comptait 305 magasins de vente au détail au Canada. Le tableau qui suit illustre la continuité du nombre de magasins de la Société du 31 décembre 2019 au 30 septembre 2020 par bannière :

Bannière	Nombre de magasins au 31 décembre 2019		Nombre de magasins au 30 septembre 2020	
		Ouverts	Fermés	
Magasins détenus en propre				
Léon	52	2	-	54
Appliance Canada	5	-	-	5
The Brick ⁽¹⁾	115	4	(2)	117
The Brick Mattress Store	24	-	(2)	22
The Brick Outlet	9	-	(2)	7
Sous-total des magasins détenus en propre	205	6	(6)	205
Magasins franchisés				
Léon	34	1	-	35
The Brick	65	1	(1)	65
Sous-total des magasins franchisés	99	2	(1)	100
Total des magasins détenus en propre et des magasins franchisés	304	8	(7)	305

(1) Comprend la bannière Mdnorthern Appliance

Mesures financières non conformes aux IFRS

La Société fait appel à des mesures financières qui n'ont pas de signification normalisée aux termes des normes IFRS et qui pourraient donc ne pas être comparables aux mesures semblables présentées par d'autres émetteurs. La Société calcule les mesures financières non conformes aux IFRS en rajustant certaines mesures conformes aux IFRS pour des éléments précis que la Société considère comme importants, mais qui ne sont pas représentatifs du rendement d'exploitation sous-

jacent des activités de la Société pendant la période, comme il est décrit ci-dessous :

Mesures non conformes aux IFRS	Mesures conformes aux IFRS
Bénéfice net ajusté	Bénéfice net
Bénéfice ajusté avant impôts sur le résultat	Bénéfice avant impôts sur le résultat
Bénéfice ajusté par action - de base	Bénéfice par action - de base
Bénéfice ajusté par action - dilué	Bénéfice par action - dilué
BAIIA ajusté	Bénéfice net

Bénéfice net ajusté

LFL calcule les mesures comparables en excluant l'incidence de la variation de la juste valeur des instruments dérivés liée à l'incidence nette des contrats de change à terme libellés en dollars américains. La Société utilise des instruments dérivés pour gérer son risque financier conformément à la politique de trésorerie de l'entreprise. La direction est d'avis que l'exclusion du bénéfice de l'incidence des rajustements à la valeur de marché et les modifications qui y seraient apportées, jusqu'au règlement, établit une meilleure concordance entre l'intention et l'effet financier de ces contrats avec les flux de trésorerie sous-jacents.

BAIIA ajusté

Le bénéfice ajusté avant intérêts, impôt sur le résultat et amortissement, et avant les rajustements à la valeur de marché liés aux changements apportés à la juste valeur des instruments financiers dérivés de la Société et les charges uniques imputables aux bénéfices (« BAIIA ajusté ») est une mesure financière non conforme aux IFRS utilisée par la Société. La Société considère le BAIIA ajusté comme une mesure efficace de la rentabilité du point de vue de l'exploitation, qui est communément perçue comme une mesure indirecte des flux de trésorerie d'exploitation, un important indicateur de succès pour nombre d'entreprises. Le BAIIA ajusté est une mesure financière non conforme aux IFRS utilisée par la Société. Le BAIIA ajusté de la Société pourrait ne pas être comparable au BAIIA ajusté d'autres entreprises, mais, de l'avis de la direction, il reflète de manière adéquate la situation financière particulière de LFL. Cette mesure n'est pas présentée comme un substitut du bénéfice net, lequel, conformément aux IFRS, est un indicateur du rendement opérationnel.

Chiffre d'affaires des magasins comparables

Le chiffre d'affaires des magasins comparables représente les ventes générées, à la fois en magasin et en ligne, par des magasins ouverts depuis plus de 12 mois sur une base annuelle. Le chiffre d'affaires des magasins comparables ne constitue pas une mesure du bénéfice reconnue par les IFRS et il n'a pas une définition normalisée prescrite par les IFRS, mais il est un indicateur clé utilisé par la Société pour mesurer le rendement par rapport aux résultats de la période précédente. Le chiffre d'affaires des magasins comparables figurant dans ce rapport de gestion peut ne pas être comparable à des mesures semblables présentées par d'autres émetteurs. Cependant, cette mesure est couramment utilisée dans le secteur du commerce de détail. Nous croyons qu'il est utile de communiquer cette mesure pour les investisseurs parce qu'elle leur permet de mieux comprendre le niveau de croissance de notre entreprise.

Chiffre d'affaires total du réseau de magasins

Le chiffre d'affaires total du réseau de magasins représente les produits agrégés comptabilisés dans les états financiers consolidés de la Société plus les ventes aux clients effectuées dans les magasins franchisés qui ne sont pas comprises dans les produits présentés dans les états financiers consolidés de la Société. Le chiffre d'affaires total du réseau de magasins ne constitue pas une mesure reconnue par les IFRS et il n'a pas une définition normalisée prescrite par les IFRS, mais il est un indicateur clé utilisé par la Société pour mesurer le rendement par rapport aux résultats de la période précédente. Par conséquent, le chiffre d'affaires total du réseau de magasins figurant dans le présent rapport de gestion peut ne pas être comparable à des mesures semblables présentées par d'autres émetteurs. Nous croyons qu'il est utile de communiquer cette mesure pour les

investisseurs parce qu'elle sert d'indicateur de la force du réseau global de magasins de la Société, qui a, au bout du compte, une incidence sur les résultats financiers.

Chiffre d'affaires des franchises

Le chiffre d'affaires des franchises représente les ventes aux clients effectuées dans les magasins franchisés qui ne sont pas comprises dans les produits présentés dans les états financiers consolidés de la Société ni dans le chiffre d'affaires des magasins comparables présenté dans le rapport de gestion. Le chiffre d'affaires des franchises ne constitue pas une mesure reconnue par les IFRS et il n'a pas une définition normalisée prescrite par les IFRS, mais il est un indicateur clé utilisé par la Société pour mesurer le rendement par rapport aux résultats de la période précédente. Par conséquent, le chiffre d'affaires des franchises figurant dans le présent rapport de gestion peut ne pas être comparable à des mesures semblables présentées par d'autres émetteurs. Encore une fois, nous croyons qu'il est utile de communiquer cette mesure pour les investisseurs parce qu'elle sert d'indicateur de la force des marques de la Société, qui a, au bout du compte, une incidence sur les résultats financiers.

Meubles Léon Limitée

Meubles Léon Limitée est le plus important détaillant de meubles, d'appareils électroménagers et d'appareils électroniques au Canada. Nos bannières de détail sont les suivantes : Léon, The Brick, The Brick Mattress Store et The Brick Outlet. Enfin, avec la bannière Midnorthern Appliance de la division de The Brick et la bannière Appliance Canada de la division de Léon, la Société est le plus important détaillant d'appareils électroménagers auprès des constructeurs, des promoteurs immobiliers, des hôtels et des entreprises de gestion immobilière. Meubles Léon possède 305 magasins de détail sous diverses bannières d'un océan à l'autre au pays. La Société exploite trois sites Web : leons.ca, thebrick.com et furniture.ca.

Mise en garde

Ce communiqué peut contenir des énoncés prospectifs qui sont assujettis à des risques et à des incertitudes connus et inconnus et qui pourraient mener à des résultats réels qui diffèrent sensiblement des résultats visés. Ces risques et incertitudes comprennent ceux décrits dans les rapports périodiques de Meubles Léon Limitée, dont le rapport annuel, ou les documents déposés de temps à autre par la Société auprès des organismes de réglementation des valeurs mobilières.

Le présent communiqué peut comprendre certains « énoncés prospectifs » qui ne sont pas constitués de faits historiques. Les énoncés prospectifs comprennent des estimations et des énoncés qui décrivent les plans, les objectifs ou les buts futurs de la Société, y compris des déclarations indiquant que la Société ou la direction s'attend à ce qu'une condition ou un résultat énoncé se produise. Les énoncés prospectifs se caractérisent par le recours à des termes comme les suivants : « croit », « prévoit », « s'attend à », « estime », « peut », « pourrait », « ferait », « fera » ou « planifiera ». Étant donné que les énoncés prospectifs sont fondés sur des hypothèses et tiennent compte de conditions et d'événements futurs, ils comportent, par nature, des risques et des incertitudes. Bien que ces énoncés soient fondés sur les renseignements dont dispose l'entreprise au moment de leur publication, celle-ci ne fournit aucune assurance que les résultats réels répondront aux attentes de la direction. Les risques, les incertitudes et les autres facteurs associés à l'information prospective pourraient faire en sorte que les événements, les résultats, le rendement, les perspectives et les occasions réels diffèrent sensiblement de ceux suggérés par cette information ou qui lui sont implicites. Les renseignements prospectifs contenus dans le présent communiqué comprennent, sans s'y limiter, les objectifs, buts et plans futurs de l'entreprise, ainsi que les estimations des conditions du marché. Les facteurs qui pourraient faire en sorte que les résultats réels diffèrent sensiblement de ces renseignements prospectifs comprennent, sans toutefois s'y limiter, l'incapacité de cerner des occasions d'affaires avantageuses, l'incapacité de convertir les occasions d'affaires recherchées en avantages concrets pour la Société ou ses

actionnaires, la capacité de la Société de contrer l'incidence potentielle de la COVID-19 sur les facteurs influençant les activités de la Société, les retards dans l'obtention des approbations requises des actionnaires et de la Bourse de Toronto ou l'incapacité de les obtenir, les variations des marchés boursiers, l'inflation, les variations des taux de change, les fluctuations des prix des produits de base, les retards dans l'avancement de projets et les risques énoncés dans les documents publics de la Société déposés sur SEDAR. Même si la Société croit que les hypothèses et les facteurs utilisés pour préparer l'information prospective dans ce communiqué sont raisonnables, il ne faut pas se fier indûment à ces renseignements, qui s'appliquent uniquement à la date de publication du communiqué, et aucune garantie n'est fournie que ces événements se produiront dans les délais mentionnés ou même qu'ils se produiront ou non. À moins que la loi ne l'exige, la Société n'assume aucune obligation ou intention quant à la mise à jour ou à la révision des renseignements prospectifs, que ce soit à la lumière de nouvelles informations, d'événements futurs ou d'autres facteurs.

SOURCE Meubles Leon Limitée

Consultez le contenu original :

<http://www.newswire.ca/fr/releases/archive/November2020/13/c8217.html>

%SEDAR: 00001116F

Renseignements : Pour en savoir plus, veuillez communiquer avec : Constantine Pefanis, Chef de la direction financière, Meubles Léon Limitée, Tél. : 416 243-4073, iflgroup.ca; Jonathan Ross, LodeRock Advisors, Relations avec les investisseurs - Meubles Léon Limitée, jon.ross@loderockadvisors.com, Tél. : 416 283-0178

CO: Meubles Leon Limitée

CNW 11:31e 13-NOV-20