



Pour diffusion immédiate

www.ale-sleeman.com

SLEEMAN PRÉSENTE SES RÉSULTATS DU DEUXIÈME TRIMESTRE **Produits records, contrôle des dépenses et hausse du bénéfice net**

Guelph (Ontario), le 6 août 2003 – Sleeman Breweries Ltd. (TSX: ALE) a publié aujourd'hui ses résultats financiers du deuxième trimestre terminé le 28 juin 2003.

« Nous sommes satisfaits de la croissance de nos produits, de notre volume et de notre bénéfice pour ce trimestre, dit John Sleeman, président et chef de la direction de Sleeman Breweries. Grâce à la mise en place d'un contrôle serré des frais généraux, de vente et d'administration, nous avons haussé le volume de nos marques principales de 3 % et continué à suivre le pas de l'industrie. »

Revue financière du deuxième trimestre :

- Les produits nets ont augmenté à 49,9 millions de dollars au cours du deuxième trimestre de 2003, en hausse de 16 % par rapport à la même période de l'exercice précédent. La croissance des produits résulte d'une augmentation du volume des ventes de nos marques principales et des ventes reliées à la production contractuelle des produits Sapporo. Notre volume a augmenté de 17 % pour atteindre 362 000 hectolitres.
- Le bénéfice net du deuxième trimestre s'est élevé à 2,0 millions de dollars, soit un bénéfice dilué de 0,13 \$ par action, en comparaison de 4,6 millions ou 0,29 \$ par action en 2002. Compte non tenu de la contribution de la vente du contrat d'agence de Beck's en 2002, le bénéfice net a augmenté de 13 % par rapport à la même période de l'exercice précédent, et le bénéfice par action (BPA) a augmenté par rapport aux 0,11 \$ par action qu'il aurait affichés lors du précédent exercice si ce n'avait été du gain réalisé sur la vente de l'entente avec Beck's.
- Le bénéfice avant intérêts, impôts et amortissement (BAIIA) du deuxième trimestre du présent exercice s'est élevé à 6,4 millions de dollars, en comparaison de 8,9 millions de dollars l'exercice précédent. Compte non tenu de la contribution de la vente du contrat d'agence de Beck's en 2002, le BAIIA du deuxième trimestre de l'exercice en cours a augmenté de 18 % par rapport à la même période de l'exercice précédent.
- Les frais généraux, de vente et d'administration ont augmenté de 2 % pour s'établir à 16,8 millions de dollars, ce qui représentait une baisse de 6 \$ par hectolitre en comparaison du deuxième trimestre de l'exercice précédent.
- Le flux de trésorerie net du trimestre s'est élevé à 15,5 millions de dollars par rapport à 1,6 million de dollars l'exercice précédent. Cette hausse est principalement attribuable à la restructuration du calendrier de financement à long terme de la Société au cours du trimestre.
- La nouvelle structure de financement à long terme de la Société a réduit les remboursements du principal requis et a augmenté sa capacité d'emprunt selon des modalités très favorables. Cette nouvelle structure donne à la Société la flexibilité financière nécessaire pour assurer la croissance de sa production et de ses ventes.

Revue financière du premier semestre :

- Pour le premier semestre de l'exercice financier 2003, les produits nets ont augmenté de 17 % pour s'élever à 83,2 millions de dollars par rapport à la même période de l'exercice précédent et le volume a augmenté de 18 %, pour s'établir à 606 000 hectolitres.
- Le bénéfice net s'est élevé à 4,0 millions de dollars, soit un bénéfice dilué de 0,24 \$ par action, par rapport à 6,6 millions de dollars ou 0,42 \$ par action en 2002. Compte non tenu de la contribution de la vente du contrat d'agence de Beck's en 2002, le bénéfice net a augmenté de 4 % par rapport à la même période de l'exercice précédent.
- Le BAIIA s'est élevé à 11,9 millions de dollars par rapport à 14,5 millions de dollars au cours du premier semestre de 2002. Compte non tenu de la contribution de la vente du contrat d'agence de Beck's en 2002, le BAIIA a augmenté de 9 % par rapport à la même période de l'exercice précédent.
- Les frais généraux, de vente et d'administration ont augmenté de 4 % pour s'établir à 25,2 millions de dollars. Toutefois, calculés par hectolitre, les frais généraux, de vente et d'administration ont baissé de 6 \$ par

rapport au premier semestre de 2002, principalement dû à la baisse des frais généraux, de vente et d'administration par hectolitre des volumes de Sapporo produits au cours du premier semestre de 2003.

Faits saillants d'exploitation du deuxième trimestre :

- Sleeman a annoncé le lancement de sa bière en canettes au Québec. La bière Sleeman Cream Ale, Premium Light et Honey Brown Lager est maintenant offerte en canettes traditionnelles de 330 millilitres dans les supermarchés et les dépanneurs partout dans la province. Cette initiative élargit le territoire où les produits de qualité supérieure de la Société peuvent être consommés.
- Des ententes de distribution ont été signées avec Diageo Canada Inc. Sleeman distribue maintenant ces bières à la pression et emballées, y compris la marque Guinness, en Colombie-Britannique et au Québec.
- Le lancement par la division de l'Ouest de la 1516 Bavarian Lager sur le marché de l'Alberta à la fin du premier trimestre a continué de faire augmenter les ventes au cours du deuxième trimestre. Les campagnes médiatique, promotionnelle et de relations publiques au moment du lancement ont réussi à procurer un niveau élevé d'acceptation du produit par les amateurs de bière de qualité supérieure de l'Alberta.
- Sleeman a déménagé son ancien entrepôt de distribution de Vancouver dans un entrepôt et centre de distribution plus vaste de Vancouver en prévision de l'augmentation prévue de la demande à la suite de la privatisation de la vente de bière au détail en Colombie-Britannique.
- À la fin du trimestre, Sleeman a annoncé la nomination de John Bailey à titre de directeur général des activités de la Société au Québec. Monsieur Bailey possède une vaste expérience dans le domaine du marketing acquise au cours de sa carrière de 20 ans dans le domaine des biens et services aux consommateurs. Depuis 1998, monsieur Bailey était vice-président du marketing chez Molson Inc., où il a joué un rôle clé dans la croissance des activités de cette société au Québec.

« Les résultats favorables de la Société reflètent la force de notre gamme de bières de qualité supérieure, de bières à prix populaire et de bières internationales sélectionnées, poursuit monsieur Sleeman. L'intégration de la production des produits Sapporo à notre usine de Guelph et un meilleur contrôle des dépenses ont aidé Sleeman à atteindre une croissance rentable en 2003. La Société est en bonne position pour tirer profit des occasions d'expansion et pour poursuivre ses objectifs de croissance durant le reste de l'exercice. »

Avis de conférence téléphonique trimestrielle

Veillez noter que la conférence téléphonique de la Société à l'intention des analystes et des médias sera diffusée en direct sur Internet le 6 août 2003 à 11 h, heure de l'Est, au www.cdn-news.com et sur le site de Sleeman à l'intention des investisseurs au www.ale-sleeman.com. Pour pouvoir entendre la conférence, les participants devront utiliser le lecteur Windows Media Player^{MC}, qui peut être téléchargé avant la conférence. Le numéro à composer pour assister à la conférence est le **416-695-5800**. Pour assurer votre participation, veuillez appeler environ cinq minutes avant le début de la conférence. Pour les personnes qui ne pourront écouter la conférence en direct sur Internet, une rediffusion enregistrée sera disponible après la fin de la conférence jusqu'au 13 août 2003. Pour accéder à la rediffusion, veuillez composer le **416-695-5800**. Le numéro de réservation est le **1458479**. Tous les actionnaires et autres personnes intéressées sont invités à assister à la conférence diffusée sur le Web, offerte en mode d'écoute seulement.

Sleeman Breweries Ltd. est le plus important brasseur et distributeur de bière de qualité supérieure au Canada et le troisième plus grand brasseur au pays. La société a complété sa gamme centrale de marques Sleeman, offertes dans toutes les provinces, avec une famille de marques régionales exceptionnelles. Ces marques comprennent Okanagan Spring et Shaftebury en Colombie-Britannique et en Alberta, Upper Canada en Ontario, Seigneuriale au Québec et MacLays dans les provinces de l'Atlantique. En 1999, Sleeman a fait son entrée dans le segment en forte croissance des bières à prix populaire en faisant l'acquisition de la gamme de marques Stroh au Canada. La société commercialise et distribue également des produits d'importation de classe mondiale, comme Guinness, Grolsch, Samuel Adams, Scottish & Newcastle, Pilsner Urquell et Strongbow Cider et assure la production des produits japonais Sapporo sur une base contractuelle aux États-Unis. La marque Sleeman est également offerte sur certains marchés sélectionnés aux États-Unis et en Angleterre. Veuillez visiter notre site Web au www.ale.sleeman.com.

Énoncés prévisionnels

Tous les énoncés contenus dans le présent communiqué et non reliés directement et exclusivement à des faits historiques constituent des énoncés prévisionnels. Ces énoncés reflètent les intentions, les plans, les attentes et les convictions de Sleeman Breweries Ltd. et sont offerts sous réserve de certains risques, de certaines incertitudes et d'autres facteurs totalement indépendants de la volonté de la société. Compte tenu de ces facteurs, les résultats réels peuvent différer considérablement de ceux présentés dans ces énoncés prévisionnels. Sleeman Breweries Ltd. réfute toute intention ou obligation de mettre à jour ou de réviser ces énoncés prévisionnels en fonction d'information nouvelle, d'événements futurs ou de tout autre facteur.

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

John Sleeman
Président du conseil et chef de la direction
Tél. : 519-822-1834
Télec. : 519-822-0221

Dan Rogozynski
V.-p., Finance et administration
Tél. : 519-826-5494
Télec. : 519-822-2850