



## COMMUNIQUÉ

### Couche-Tard lance la marque Circle K à l'échelle mondiale

---

**Laval (Québec), le 22 septembre 2015.** – Alimentation Couche-Tard inc. (« **Couche-Tard** ») (TSX : ATD.A / ATD.B) annonce le regroupement de ses marques de commerce Circle K<sup>MD</sup>, Statoil<sup>MD</sup>, Mac's<sup>MD</sup> et Kangaroo Express<sup>MD</sup> sous une bannière mondiale unique et renouvelée.

Couche-Tard, un des géants mondiaux du commerce de proximité, annonce la création d'une nouvelle marque mondiale, « Circle K ». Celle-ci remplacera les marques de commerce Circle K<sup>MD</sup>, Statoil<sup>MD</sup>, Mac's<sup>MD</sup> et Kangaroo Express<sup>MD</sup> des magasins et stations-service au Canada, aux États-Unis, en Scandinavie ainsi qu'en Europe centrale et orientale. La nouvelle bannière Circle K sera également affichée sur les magasins exploités en vertu d'un contrat de licence en Asie et sera un élément clé de la croissance future de Couche-Tard.

Couche-Tard a décidé de conserver sa marque d'origine dans la province de Québec en raison des spécificités de ce marché. La marque mondiale Circle K commencera à être déployée dans les magasins des États-Unis dès janvier 2016; ce sera au tour des stations-service européennes en mai 2016, puis des sites canadiens hors Québec à compter de mai 2017.



« La marque Circle K est déjà extrêmement populaire auprès de nos clients et de nos employés, estime Brian Hannasch, président et chef de la direction de Couche-Tard. Ce regroupement permettra d'en faire une marque reconnue de magasins d'accommodation et de stations-service à travers le monde. En plus d'une image renouvelée, les magasins Circle K proposeront à leurs clients des produits améliorés, tout en offrant un service toujours aussi pratique, rapide et chaleureux. »

Circle K<sup>MD</sup> est déjà la marque de commerce la plus répandue et la plus internationale de Couche-Tard. Cette bannière est sur des milliers de magasins et de stations-service situés dans 14 pays, et c'est la bannière de Couche-Tard la mieux positionnée pour développer de

nouveaux marchés. En plus d'améliorer la perception de la marque auprès des clients, le regroupement des magasins et des stations-service de la société sous une marque unique contribuera à consolider et harmoniser la culture d'excellence de Couche-Tard, grâce à la mise en commun de pratiques exemplaires et de données de référence à l'échelle internationale, aux économies d'échelle et à la simplification du portefeuille de marques.

## Conférence de presse

Les journalistes sont invités à assister à la conférence de presse d'Alimentation Couche-Tard en compagnie de Alain Bouchard, Fondateur et président exécutif du conseil et le Président et chef de la direction, Brian Hannasch. Venez jeter un premier coup d'œil au logo et en apprendre davantage sur la marque.

**Mardi 22 septembre 2015 de 11h30 à 12h30**

Hôtel Sheraton Laval  
2440 Autoroute des Laurentides, Laval (Québec) Canada

(Des rafraîchissements seront servis)

RSVP: Pascale Gagnon, Cell: +1 514-346-3376, [pgagnon@tactconseil.ca](mailto:pgagnon@tactconseil.ca)

Pour joindre la conférence de presse **par téléphone**, veuillez communiquer avec CNW au 1-866-865-3087 ou 514-807-9895, vous aurez besoin du numéro de conférence **45702768** et devrez confirmer votre identité.

Les lignes seront disponibles 30 minutes à l'avance pour permettre aux participants de s'inscrire.

### ***Personnes-ressources :***

**Karen Romer**, directrice, communications globales  
Tél. : +47 950 74 950  
[karen.romer@couche-tard.com](mailto:karen.romer@couche-tard.com)

**Raymond Paré**, vice-président et chef de la direction financière  
Tél. : +1 450 662-6632, poste 4607  
[relations.investisseurs@couche-tard.com](mailto:relations.investisseurs@couche-tard.com)

### ***À propos d'Alimentation Couche-Tard inc.***

Couche-Tard est le chef de file de l'industrie canadienne du commerce de l'accommodation. Aux États-Unis, elle est la plus importante société en tant que chaîne de magasins d'accommodation indépendante en fonction du nombre de magasins exploités par la société (magasins corporatifs). En Europe, Couche-Tard est un chef de file du commerce de l'accommodation et de la vente de détail de carburant pour le transport routier dans les pays scandinaves et baltiques avec une présence significative en Pologne.

Au 19 juillet 2015, le réseau de Couche-Tard comptait 7 987 magasins d'accommodation en Amérique du Nord, dont 6 556 offraient du carburant. Son réseau nord-américain est constitué de 15 unités d'affaires, dont 11 aux États-Unis, couvrant 41 États et quatre au Canada, couvrant les dix provinces. Environ 80 000 personnes œuvrent dans l'ensemble de son réseau de magasins et aux centres de services en Amérique du Nord.

En Europe, Couche-Tard exploite un vaste réseau de vente au détail en Scandinavie (Norvège, Suède et Danemark), en Pologne, dans les pays baltiques (Estonie, Lettonie et Lituanie) et en Russie. Au 19 juillet 2015, il comptait 2 229 stations-service, dont la majorité offrent du carburant pour le transport routier et des produits d'accommodation alors que certaines sont des stations-service automatisées sans employé vendant du carburant pour le transport routier seulement. La société offre aussi d'autres produits tels que de l'énergie stationnaire, du carburant pour le secteur maritime, des lubrifiants et des produits chimiques. Couche-Tard exploite des terminaux clés et des dépôts de carburant dans six pays. En incluant les employés travaillant dans les stations franchisées portant la bannière Statoil, environ 19 000 personnes travaillent dans son réseau de détail européen, ses terminaux et ses centres de services.

De plus, quelque 4 700 magasins sont exploités par des opérateurs indépendants sous la marque Circle K dans 12 autres pays et régions à l'international (Chine, Émirats arabes unis, Guam, Honduras, Hong Kong, Indonésie, Japon, Macao, Malaisie, Mexique, Philippines et Vietnam), ce qui porte à plus de 14 900 le nombre de magasins dans le réseau de Couche-Tard.

### ***Déclarations prospectives***

Les déclarations contenues dans ce communiqué, qui décrivent les objectifs, les projections, les estimations, les attentes ou les prévisions de Couche-Tard, peuvent constituer des déclarations prospectives au sens des lois sur les valeurs mobilières. Ces déclarations se caractérisent par l'emploi de verbes à la forme affirmative ou négative tels que « prévoir », « évaluer », « estimer », « croire » et « s'attendre à », de verbes au futur ainsi que d'autres expressions apparentées. Couche-Tard tient à préciser que, par leur nature même, les déclarations prospectives comportent des risques et des incertitudes, et que ses résultats, ou les mesures qu'elle adopte, pourraient différer considérablement de ceux qui sont indiqués ou sous-entendus dans ces déclarations, ou pourraient avoir une incidence sur le degré de réalisation d'une projection particulière. Parmi les facteurs importants pouvant entraîner une différence considérable entre les résultats réels de Couche-Tard et les projections ou attentes formulées dans les déclarations prospectives, mentionnons les effets de l'intégration d'entreprises acquises et la capacité de concrétiser les synergies projetées, les fluctuations des marges sur les ventes d'essence, la concurrence dans les secteurs du commerce de proximité et de la vente de carburant, les variations de taux de change, ainsi que d'autres risques décrits en détail de temps à autre dans les documents déposés par Couche-Tard auprès des autorités en valeurs mobilières du Canada. À moins qu'elle n'y soit tenue en vertu des lois sur les valeurs mobilières applicables, Couche-Tard nie toute intention ou obligation de mettre à jour ou de réviser des déclarations prospectives, que ce soit à la lumière de nouveaux renseignements ou d'événements futurs ou pour d'autres raisons. Enfin, l'information prospective contenue dans ce communiqué est basée sur l'information disponible à la date du communiqué.