



# AIR CANADA

Communiqués de presse

## Groupe Aeroplan Inc. annonce des résultats solides pour le deuxième trimestre de 2010

Perspectives de 2010 confirmées et révision à la hausse pour Nectar Italia

Augmentation du nombre d'actions visé par l'offre publique de rachat dans le cours normal des activités qui passe à environ 20 millions d'actions ordinaires

- Les programmes Aéroplan et Nectar UK affichent une solide croissance
  - L'entente sur l'ajustement des prix avec Air Canada et la réclamation relative à la méthodologie de facturation se concluent sans incidence significative sur le coût moyen des primes par mille Aéroplan échangé à l'avenir
- Carlson Marketing en voie d'atteindre ses perspectives financières pour l'année et d'achever la transition avant la fin de l'exercice
- Nectar Italia compte 5 millions de membres et ajoute 3 nouveaux partenaires
- L'expansion à l'échelle mondiale continue avec l'ouverture des marchés en Inde et au Chili

Faits saillants du deuxième trimestre

Trimestre terminé le 30 juin 2010 comparé au trimestre terminé le 30 juin 2009

- Facturation brute de 555,7 M\$ (577,4 M\$ en devises constantes) contre 358,9 M\$
- Produits totaux de 473,2 M\$ (487,3 M\$ en devises constantes) contre 333,5 M\$
- Bénéfice d'exploitation de 26,2 M\$ (23,8 M\$ en devises constantes) contre 37,5 M\$
- BAIIA ajusté(1) de 89,9 M\$ (90,1 M\$ en devises constantes) contre 70,6 M\$
- Bénéfice par action de 0,06 \$ contre 0,13 \$

MONTRÉAL, le 11 août /CNW Telbec/ - Groupe Aeroplan Inc. ("Groupe Aeroplan" ou la "Société") (TSX : AER) a annoncé aujourd'hui ses résultats du deuxième trimestre terminé le 30 juin 2010. Toutes les données financières sont présentées en dollars canadiens, sauf indication contraire.

"Groupe Aeroplan a connu un deuxième trimestre très vigoureux, qui est à l'image même de notre stratégie en action, a déclaré Rupert Duchesne, président et chef de la direction de Groupe Aeroplan. Nous avons travaillé sans répit pour mettre au point une stratégie à long terme qui nous permette de bâtir une valeur solide pour nos actionnaires depuis notre conversion en société par actions au milieu de 2008, tout en réussissant également à faire face à la pire récession depuis les années 1970, ce qui témoigne indubitablement de la solidité de notre modèle d'entreprise. Nos efforts ont porté sur les initiatives suivantes : renforcer les principaux programmes d'Aéroplan et de Nectar et leurs flux de trésorerie; réduire de façon sensible la concentration de nos revenus; atténuer les risques liés à Air Canada; exploiter les actifs intrinsèques afin de développer des nouveaux programmes, l'analyse des données, le transfert de notre savoir-faire en matière de programmes de fidélisation en vue d'une croissance sur les marchés internationaux clés et l'accès aux marchés de la fidélisation complète par le biais de Carlson Marketing. À la réalisation de toutes ces initiatives, s'ajoutent la constitution d'un bilan solide, des réserves en trésorerie prudentes, le maintien d'un taux de dividendes élevé ainsi que l'obtention d'une notation de qualité investissement."

M. Duchesne a ajouté : "Je suis emballé par nos perspectives pour 2011. La Société est en croissance alors que les marchés mondiaux commencent à amorcer une reprise, et nous sommes nettement en avance sur nos concurrents sur les principaux marchés, comme en témoignent la récente annonce de notre expansion en Inde et en Amérique du Sud et notre investissement imminent dans le programme de fidélisation d'Aeromexico."

Éléments non comparables

L'exercice 2010 représente une année de transition et d'intégration pour la Société en raison des

investissements importants conclus pendant les 12 derniers mois. En conséquence, les résultats du trimestre incluent plusieurs éléments non comparables s'élevant à 12,4 M\$ et affectant les frais de vente, frais généraux et d'administration, notamment des coûts de 7,4 M\$ associés au lancement de Nectar Italia, un montant de 3,0 M\$ dans le cadre de la migration de Carlson Marketing et des honoraires de consultation stratégique au niveau du siège social de 2,0 M\$. De plus, suite à l'intégration de Carlson Marketing, nous avons identifié un ajustement positif non récurrent au montant de 17,4 M\$ affectant la facturation brute et le BAIIA ajusté, lié au reclassement de dépôts clients aux produits perçus d'avance au 30 juin 2010.

## Résultats sectoriels

### Aéroplan Canada

Aéroplan Canada poursuit sa croissance et affiche un effet de levier opérationnel satisfaisant ainsi qu'une stabilité et une solidité au niveau de ses indicateurs critiques, tel le taux de désistements. Pendant le deuxième trimestre, Aéroplan Canada a connu une croissance de 3,1 % dans la facturation brute au titre de la vente des UFGA pour atteindre 254,0 M\$ en raison i) d'une amélioration des dépenses de consommation moyennes par carte financière active, ii) des activités accrues de la part des lignes aériennes partenaires et iii) de l'accroissement des ventes au détail lié à au fait que la confiance des consommateurs a montré des signes d'amélioration. La progression des milles Aéroplan émis a continué de surpasser celle des milles Aéroplan échangés. Le pourcentage de marge brute s'est amélioré de 170 points de base. La marge du BAIIA ajusté d'Aéroplan Canada (calculée sur la base de la facturation brute) s'est améliorée de 220 points de base, en raison d'une gestion rigoureuse des frais de vente, frais généraux et d'administration.

Le 4 août 2010, comme le prévoit le CPSC qui lie actuellement les parties, Aéroplan Canada et Air Canada ont conclu une entente visant le prix de la capacité fixe de places à payer par Aéroplan pour les échanges de primes aériennes, du 1er janvier 2011 au 31 décembre 2013. De plus, le différend avec Air Canada sur la facturation a été réglé à la satisfaction des deux parties et n'a pas donné lieu à des paiements ni à des charges à payer au titre de montants rétroactifs. Il n'y aura aucune incidence significative sur le coût moyen par mille échangé pour Aéroplan Canada à l'avenir grâce à ces ententes.

### Groupe Aeroplan Europe

Groupe Aeroplan Europe a affiché un trimestre solide malgré la conjoncture économique toujours difficile au Royaume-Uni. La facturation brute provenant de la vente des UFGA a progressé de 42,8 % pour atteindre 130,6 M\$ sur une base de devises constantes. Cette progression découle d'une performance solide des dépenses d'épicerie, de l'incidence du contrat avec Homebase pour la totalité de l'année et d'une contribution de 20,4 M\$ de notre nouveau programme de fidélisation, soit Nectar Italia. De plus, LMG Insight & Communication (I&C) continue sa progression et est à la source de la majorité de l'augmentation de la facturation brute. Par ailleurs, I&C a signé une entente avec un deuxième détaillant en dehors du Royaume-Uni et compte avec de bons prospects en entamant le deuxième semestre.

Pendant le trimestre, le pourcentage de marge brute de Groupe Aeroplan Europe a diminué de 280 points de base et le BAIIA ajusté a reculé. Ceci s'explique principalement par deux facteurs : En premier, la réussite de I&C qui a signé des ententes avec deux principaux détaillants hors du Royaume-Uni, dont un avec CVS aux États-Unis. À la suite de la signature de ces ententes, I&C a engagé des coûts directs d'environ 1,5 M\$ pendant le deuxième trimestre afin de procéder à l'implantation de ces deux contrats. La facturation brute ne commencera que pendant le deuxième semestre. En deuxième, le BAIIA ajusté a subi l'incidence négative d'une tranche de 7,4 M\$ des frais de lancement de Nectar Italia.

Excluant l'effet des frais de lancement en Italie, Groupe Aeroplan Europe a affiché une augmentation du BAIIA ajusté qui est passé de 4,2 M\$ (2,3 M de livres sterling) en 2009 à 8,5 M\$ (5,3 M de livres sterling) en 2010. Cette progression tient compte de la hausse des frais liée à Nectar Italia. Il est à noter que les frais du deuxième trimestre de 2009 incluait l'effet négatif de coûts de lancement de Homebase de 2,0 M\$.

Le nouveau programme Nectar Italia est en train de dépasser toutes les attentes. Il a atteint l'objectif sur 12 mois de 5 millions de membres en seulement quatre mois, et a récemment signé des ententes avec trois nouveaux partenaires, y compris UniCredit, la plus grande institution financière en Italie, IBS, un libraire en ligne de premier plan, et Quixa, un prestataire d'assurance directe. D'après la performance de Nectar Italia à ce jour, nous portons nos prévisions de facturation brute à une fourchette de 40 à 50 M(euro) par rapport à nos prévisions initiales de 30 à 40 M(euro).

### Carlson Marketing

Par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent, Carlson Marketing a connu une croissance de la facturation brute, laquelle a atteint 169,0 M\$, dont un montant de 17,4 M\$, est lié au reclassement de dépôts clients dans les produits perçus d'avance. La progression de la facturation brute s'explique par la performance

solide des opérations de Carlson Marketing au Canada et en Asie-Pacifique. Le BAIIA ajusté s'élève à 21,9 M\$. Compte non tenu de l'ajustement de 17,4 M\$ et des frais de migration de 3,0 M\$ et de 5,6 M\$ pour le trimestre et le semestre, respectivement, le BAIIA ajusté de Carlson Marketing aurait été de 7,5 M\$ et 18,3 M\$ pour le trimestre et le semestre, respectivement, ce qui représente une marge cumulative du BAIIA ajusté de 5,9 %. Sur la base de la performance de Carlson Marketing du premier semestre, nous confirmons nos prévisions de la fourchette du BAIIA ajusté pour l'exercice 2010.

La migration des plateformes technologiques de Carlson Marketing procède tel que prévu, et on prévoit la mener à terme d'ici à la fin de l'exercice. Les coûts progressent en fonction de l'estimation révisée indiquée en mai dernier.

#### Flux de trésorerie et situation de trésorerie

Au 30 juin 2010, Groupe Aeroplan disposait de 541,1 M\$ en trésorerie et équivalents de trésorerie, de 6,8 M\$ en liquidités soumises à restrictions et de 11,5 M\$ en placements à court terme, pour un total de 599,4 M\$.

Les flux de trésorerie disponibles du deuxième trimestre de 2010 de Groupe Aeroplan se sont élevés à 11,7 M\$.

#### Dépenses en immobilisations

Les dépenses en immobilisations du trimestre et du semestre terminés le 30 juin 2010 se sont chiffrées à 8,9 M\$ et 18,1 M\$, respectivement. Les dépenses en immobilisations prévues, qui consistent essentiellement en des programmes de développement de logiciels devant être réalisés au cours de l'exercice 2010, devraient atteindre environ 40,0 M\$ pour l'exercice 2010 complet.

#### Impôts sur les bénéfices

Les impôts sur les bénéfices comprennent 7,7 M\$ en impôts exigibles, ce qui représente un taux d'imposition effectif de 29,4 %. Nos prévisions continuent à indiquer un taux moyen approximatif d'impôts exigibles de 30 % pour l'exercice.

#### Offre publique de rachat dans le cours normal des activités

La Société a annoncé aujourd'hui l'approbation de la Bourse de Toronto pour augmenter le nombre d'actions qu'elle peut racheter aux termes de l'offre publique de rachat dans le cours normal des activités qui passe de 5 000 000 à 19 983 631 pendant la période du 14 mai 2010 au 13 mai 2011 au plus tard, ce qui représente environ 10 % du nombre d'actions ordinaires en circulation de 199 836 311 au 11 mai 2010.

Pendant le deuxième trimestre de 2010, à la suite de l'offre publique de rachat dans le cours normal des activités annoncée le 11 mai dernier, la Société a racheté 2 500 000 actions ordinaires en contrepartie de 23,7 M\$ en espèces. En juillet et en août 2010, après la clôture du deuxième trimestre, la Société a racheté 2 255 900 actions ordinaires additionnelles en contrepartie de 22,1 M\$ en espèces.

#### Déclaration de dividendes

##### Actions ordinaires

Le conseil d'administration a déclaré un dividende trimestriel de 0,125 \$ par action ordinaire, payable le 30 septembre 2010 aux actionnaires inscrits à la clôture des activités le 16 septembre 2010.

##### Actions privilégiées

Le conseil d'administration a également déclaré un dividende trimestriel de 0,40625 \$ par action privilégiée à taux rajusté et à dividende cumulatif de série 1, payable le 30 septembre 2010 aux détenteurs inscrits à la clôture des activités le 16 septembre 2010.

Les dividendes payés par Groupe Aeroplan aux résidents canadiens sur les actions ordinaires et privilégiées constituent des "dividendes admissibles" au sens des lois canadiennes de l'impôt.

#### Chili

Groupe Aeroplan a étendu ses activités en Amérique du Sud, où il a été actif, au cours des trois dernières années, dans les activités de licence visant notre expertise en matière de TI. Nous avons en effet accepté d'octroyer une licence visant la marque Nectar à Cencosud pour le relancement duprogramme de fidélisation de celui-ci.. Cencosud est l'un des plus importants détaillants en Amérique latine avec une présence en Argentine, au Brésil, au Chili, en Colombie et au Pérou, et un chiffre d'affaires de 11,6 G\$ US.

Groupe Aeroplan n'a aucun intérêt financier dans le programme mais recevra des redevances en contrepartie des licences de l'utilisation de la marque Nectar, d'infrastructure TI et d'autre propriété intellectuelle. C'est une excellente occasion pour accéder de façon rentable au Chili et peut-être à d'autres régions d'Amérique du Sud, de bénéficier d'occasions importantes tout en atténuant les risques.

## Inde

Carlson Marketing a annoncé son expansion en Inde, avec l'ouverture d'un bureau à Mumbai sur la force de sa relation avec Kingfisher Airlines. L'Inde représente une possibilité stratégique importante tant pour Carlson Marketing que Groupe Aeroplan. Carlson Marketing a travaillé avec Kingfisher au cours de la dernière année afin de développer et de différencier le programme King Club, un élément clé de la proposition de valeur de la ligne aérienne. Carlson Marketing a été choisi pour ce projet grâce à son expertise internationale en matière de fidélisation et son expertise dans le secteur des lignes aériennes. Le nouveau bureau de Mumbai offre une gamme complète de services à l'appui de programmes de fidélisation et de programmes d'établissement de relations.

## Perspectives

Pour l'exercice se terminant en 2010, Groupe Aeroplan prévoit une facturation brute consolidée se situant entre 2,0 et 2,1 G\$ et une croissance du BAIIA ajusté consolidé par rapport au BAIIA ajusté inscrit en 2009. Pour 2010, les flux de trésorerie disponibles devraient diminuer par rapport à ceux de 2009, par suite des investissements dans la croissance future et de l'incidence d'éléments favorables non récurrents qui sont survenus en 2009.

Le taux d'imposition au Canada devrait être d'environ 30 %, et la Société est d'avis que ses autres activités étrangères n'auront pas à payer d'importants impôts sur les bénéfices en trésorerie.

Pour 2010, Groupe Aeroplan prévoit une croissance de 2 % à 4 % de la facturation brute pour Aéroplan Canada et Groupe Aeroplan Europe (excluant Nectar Italia). D'après la performance de ces programmes de fidélisation depuis le début de l'exercice et compte tenu des facteurs qui touchent actuellement leur marché respectif, la Société s'attend désormais à ce que les résultats atteignent la valeur supérieure de cette fourchette.

Groupe Aeroplan prévoit une progression du BAIIA ajusté consolidé dans ses secteurs d'activités angulaires, déduction faite des charges d'exploitation non récurrentes qui se rapportent au lancement du programme Nectar Italia, et grâce à l'incidence des campagnes d'investissement au niveau des marques prévues en 2010 pour promouvoir les programmes Aéroplan et Nectar UK.

La Société s'attend actuellement à ce que le coût moyen des primes par mille Aéroplan échangé ne dépasse pas 0,95 cent annuellement jusqu'à la fin de 2011 et à ce que la marge brute demeure relativement stable.

La facturation brute de Carlson Marketing en 2010 devrait s'élever à 600,0 M\$ US environ, tandis que son BAIIA ajusté devrait s'établir dans une fourchette de 6 % à 8 %, avant les coûts de transition non récurrents estimés à 26,0 M\$ US et l'ajustement de reclassement de 17,4 M\$. La transition de l'infrastructure de l'ancienne société mère de Carlson Marketing à une plateforme autonome se poursuit dans les délais prévus et devrait être achevée d'ici à la fin de 2010.

Les exigences de financement au titre du lancement du programme Nectar Italia, qui influera sur le BAIIA ajusté consolidé, devraient s'établir à quelque 15 M(euro) en 2010. Nectar Italia devrait générer une facturation brute annuelle de 60 M(euro) à 80 M(euro) d'ici trois ans. Pour 2010, la Société s'attend désormais à ce que Nectar Italia génère une facturation annuelle de l'ordre de 40 M(euro) à 50 M(euro) (en hausse par rapport à l'estimation antérieure, qui était de l'ordre de 30 M(euro) à 40 M(euro)).

Les prévisions qui précèdent excluent l'incidence des fluctuations de devises sur les résultats d'exploitation de Groupe Aeroplan.

Les perspectives constituent des énoncés prospectifs au sens des lois sur les valeurs mobilières applicables et doivent être lues parallèlement à la rubrique "Avertissement concernant les énoncés prospectifs".

## Utilisation de mesures non conformes aux PCGR

Afin de mieux comprendre les résultats, les termes suivants sont utilisés :

Bénéfice avant intérêts, impôts et amortissement ajusté ("BAIIA ajusté")

La direction se sert du BAIIA ajusté en fonction de certains facteurs propres aux activités de la Société, tels que les variations des produits perçus d'avance et la variation des frais d'échange futurs (le "BAIIA ajusté"), pour évaluer le rendement et pour mesurer la conformité aux clauses restrictives relatives à la dette. De l'avis de la direction, le BAIIA ajusté aide les investisseurs à comparer le rendement de la Société d'une manière uniforme,

sans égard à l'amortissement qui, de par sa nature, est un élément hors trésorerie et peut varier de façon importante en fonction des méthodes de comptabilisation utilisées et de divers facteurs hors exploitation tels que le coût d'origine.

Le BAIIA ajusté n'est pas une mesure conforme aux PCGR, il ne saurait se substituer au bénéfice d'exploitation ou au bénéfice net pour mesurer le rendement et il n'est pas comparable aux mesures similaires employées par d'autres émetteurs. Pour un rapprochement avec les PCGR, se reporter au Sommaire des résultats d'exploitation consolidés et rapprochement du BAIIA, du BAIIA ajusté, du bénéfice net ajusté et des flux de trésorerie disponibles inclus à l'annexe ci-jointe. Le BAIIA ajusté ne doit pas être utilisé comme mesure exclusive des flux de trésorerie, puisqu'il ne tient compte ni de la croissance du fonds de roulement, ni des dépenses en immobilisations, des remboursements de la dette et d'autres sources et utilisations de la trésorerie, lesquels sont présentés dans les états des flux de trésorerie.

#### Bénéfice net ajusté

Le bénéfice net ajusté se définit comme le bénéfice net calculé selon les PCGR, ajusté pour tenir compte de l'amortissement des contrats avec des partenaires d'accumulation, des relations clients et de la technologie, de la variation des produits perçus d'avance, de la variation des frais d'échange futurs et de l'incidence fiscale connexe au taux d'imposition effectif tel que présenté dans l'état des résultats. Le bénéfice net ajusté aide à évaluer la rentabilité d'une manière cohérente avec le BAIIA ajusté.

Le bénéfice net ajusté n'est pas une mesure conforme aux PCGR, il ne saurait se substituer au bénéfice net pour mesurer la rentabilité et il n'est pas comparable aux mesures similaires employées par d'autres émetteurs. Pour un rapprochement avec les PCGR, se reporter au Sommaire des résultats d'exploitation consolidés et rapprochement du BAIIA, du BAIIA ajusté, du bénéfice net ajusté et des flux de trésorerie disponibles inclus à l'annexe ci-jointe.

#### Flux de trésorerie disponibles normalisés ("Flux de trésorerie disponibles")

Les flux de trésorerie disponibles sont une mesure non conforme aux PCGR recommandée par l'ICCA en vue d'établir une mesure cohérente et comparable des flux de trésorerie disponibles d'une entité à l'autre à partir des flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation. Cette mesure est utilisée comme indicateur de la solidité et de la performance financière.

Les flux de trésorerie disponibles se définissent comme étant les flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation, comme ils sont comptabilisés selon les PCGR, déduction faite des ajustements pour tenir compte :

- a) du total des dépenses en immobilisations inscrit selon les PCGR;
- b) des dividendes, quand cela est stipulé, à moins qu'ils ne soient déduits du calcul des flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation.

Pour un rapprochement avec les flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation, se reporter au Sommaire des résultats d'exploitation consolidés et rapprochement du BAIIA, du BAIIA ajusté, du bénéfice net ajusté et des flux de trésorerie disponibles inclus à l'annexe ci-jointe.

Le BAIIA et les flux de trésorerie disponibles sont des mesures non conformes aux PCGR recommandées par l'ICCA conformément au projet formulé dans sa publication de février 2008, intitulée Améliorer la communication de l'information au moyen de mesures financières hors PCGR - Principes généraux et lignes directrices sur la présentation du BAIIA et des flux de trésorerie disponibles.

#### Devises constantes

Les taux de change représentent un facteur important dans la compréhension de comparaisons d'une période à l'autre. La présentation de divers indicateurs financiers en devises constantes ou après avoir donné effet à la conversion de devises, en supplément des indicateurs financiers réels, contribue à améliorer la capacité de compréhension des résultats d'exploitation et facilite l'évaluation du rendement par rapport aux périodes antérieures. Les informations en devises constantes comparent les résultats entre les périodes, comme si les taux de change n'avaient pas fluctué au cours de la période faisant l'objet de l'analyse. Pour obtenir les résultats en devises constantes, on recalcule les résultats de l'exercice précédent en utilisant les taux de change de l'année en cours. Les résultats calculés en devises constantes devraient se rajouter, et dans aucun cas se substituer, aux résultats présentés conformément aux PCGR. Par ailleurs, il se peut que les résultats calculés en devises constantes ne soient pas comparables aux mesures semblables utilisées par d'autres sociétés.

## Téléconférence trimestrielle avec les investisseurs et webdiffusion

Groupe Aeroplan Inc. tiendra une téléconférence avec les analystes à 8 h HE le jeudi 12 août 2010 pour discuter des résultats du deuxième trimestre de 2010. On peut y participer en composant le 1 888 231 8191 (sans frais) ou le 1-647-427-7450, dans la région de Toronto. La téléconférence sera webdiffusée simultanément à l'adresse <http://www.newswire.ca/en/webcast/viewEvent.cgi?eventID=3147980>.

Une présentation d'accompagnement à l'appel sera affichée à partir du soir du 11 août 2010. La téléconférence et la présentation d'accompagnement seront archivées à l'adresse <http://www.groupeaeroplan.com/pages/invEvents.php> pendant les 90 jours qui suivront la diffusion originale.

Les états financiers consolidés intermédiaires non vérifiés, le rapport de gestion et la présentation des faits saillants des résultats seront accessibles sur le site Web des Relations avec les investisseurs au [www.groupeaeroplan.com](http://www.groupeaeroplan.com), sous Résultats financiers.

À propos de Groupe Aeroplan Inc.

Groupe Aeroplan Inc. est un chef de file mondial de la gestion de la fidélisation et est propriétaire d'Aéroplan, programme de fidélisation coalisé par excellence du Canada, de Carlson Marketing, un fournisseur international de services de marketing de fidélisation, d'activités visant à susciter l'engagement et d'événements dont le siège est situé aux États-Unis, et de Nectar, le plus important programme de fidélisation coalisé du Royaume-Uni. Dans la région du Golfe, Groupe Aeroplan détient une participation de 60 % dans les programmes Air Miles Moyen-Orient aux Émirats arabes unis, au Qatar et à Bahrein. Groupe Aeroplan exploite également LMG Insight & Communication, une société d'analyse des connaissances et des données sur la clientèle offrant des services internationaux aux détaillants et à leurs fournisseurs, et détient en outre une participation majoritaire de 75 % dans Nectar Italia, le premier programme de fidélisation coalisé indépendant qui regroupe les principaux détaillants d'Italie.

Pour en savoir plus sur Groupe Aeroplan, visitez le [www.groupeaeroplan.com](http://www.groupeaeroplan.com).

### Avertissement concernant les énoncés prospectifs

Le présent communiqué de presse contient des énoncés prospectifs. Ces énoncés prospectifs se reconnaissent à l'usage de termes tels que "prévoir", "croire", "pouvoir", "estimer", "s'attendre à", "avoir l'intention de", "planifier", "projeter" et d'autres termes semblables, parfois employés au futur ou au conditionnel, et à l'emploi d'autres termes semblables, notamment à la mention de certaines hypothèses. Ces énoncés peuvent porter, par exemple, sur des stratégies, des attentes, des objectifs, des activités prévues ou des mesures à venir. De par leur nature, les énoncés prospectifs partent d'hypothèses et sont soumis à d'importants risques et incertitudes. Les prévisions, les prédictions ou les énoncés prospectifs ne sont pas fiables en raison notamment de la nature évolutive des événements externes et des incertitudes auxquelles les activités et la structure de l'entreprise sont soumises en général.

La réalité pourra se révéler très différente des résultats exprimés dans les énoncés prospectifs pour de nombreuses raisons, entre autres les risques liés à l'entreprise et au secteur d'activité, les problèmes de liquidité d'Air Canada, la dépendance envers les principaux partenaires d'accumulation et clients, les conflits d'intérêts, les perturbations affectant Air Canada ou le secteur du voyage, des changements dans l'industrie du transport aérien et une hausse des frais aériens, un ralentissement de l'économie ou du marché de détail, un nombre plus élevé que prévu d'échanges contre des primes, la concurrence, l'intégration de Carlson Marketing, les coûts d'approvisionnement et de capacité, les frais d'échange futurs non provisionnés, l'omission de protéger les bases de données et les renseignements personnels des consommateurs, les lois sur la protection des renseignements personnels des consommateurs, les modifications apportées aux programmes de fidélisation, le caractère saisonnier des activités, d'autres facteurs et le rendement antérieur, les questions de réglementation, les litiges, la dépendance envers le personnel clé, les relations de travail, le passif au titre du régime de retraite, les pannes technologiques et l'incapacité d'utiliser les logiciels de tiers, l'omission de protéger les droits de propriété intellectuelle, les fluctuations des taux d'intérêt et des devises, les restrictions et engagements relatifs au niveau d'endettement stipulés dans les emprunts actuels et futurs, la dilution pour les actionnaires, l'incertitude relative aux paiements des dividendes, le risque de refinancement de la dette, la gestion de la croissance, les notes de crédit de même que les autres facteurs précisés dans le dossier de divulgation publique de Groupe Aeroplan déposé auprès des instances de réglementation des valeurs mobilières canadiennes.

Les énoncés prospectifs contenus dans les présentes témoignent des attentes de Groupe Aeroplan au 11 août 2010 et ils pourraient changer après cette date. Toutefois, Groupe Aeroplan n'a aucunement l'intention ni l'obligation de mettre à jour ou de réviser les énoncés prospectifs, que ce soit en raison d'une nouvelle information, d'un fait nouveau ou pour toute autre raison, sauf si cela est exigé en vertu des règlements en valeurs mobilières applicables.

1 Mesure hors PCGR

Sommaire des résultats d'exploitation consolidés et rapprochement  
du BAIIA, du BAIIA ajusté, du bénéfice net ajusté et  
des flux de trésorerie disponibles

(en milliers, sauf  
l'information sur  
les actions et les  
données par action)

|  | Trimestres terminés<br>les 30 juin |           | Semestres terminés<br>les 30 juin |           |
|--|------------------------------------|-----------|-----------------------------------|-----------|
|  | 2010                               | 2009      | 2010                              | 2009      |
|  | \$                                 | \$        | \$                                | \$        |
| Facturation brute  | 555 734(e)                         | 358 947   | 1 073 681(e)                      | 705 275   |
| Facturation brute<br>au titre de la<br>vente des UFGA  | 364 722                            | 337 832   | 702 991                           | 664 080   |
| Produits   | 451 869                            | 312 400   | 935 861                           | 648 144   |
| Autres produits  | 21 328                             | 21 115    | 44 115                            | 41 195    |
| Total des produits   | 473 197                            | 333 515   | 979 976                           | 689 339   |
| Coût des primes et<br>coûts directs  | (274 256)                          | (204 360) | (579 996)                         | (433 016) |
| Marge brute  | 198 941                            | 129 155   | 399 980                           | 256 323   |
| Frais de vente,<br>frais généraux et<br>d'administration   | (141 746)                          | (65 994)  | (288 181)                         | (129 841) |
| Amortissement  | (7 166)                            | (5 127)   | (14 793)                          | (10 064)  |
| Bénéfice d'explo-<br>itation avant<br>amortissement<br>des contrats avec<br>des partenaires<br>d'accumulation,<br>des relations<br>clients et de la<br>technologie | 50 029                             | 58 034    | 97 006                            | 116 418   |
| Amortissement  | 7 166                              | 5 127     | 14 793                            | 10 064    |
| BAIIA(a)   | 57 195                             | 63 161    | 111 799                           | 126 482   |
| Ajustements:   |                                    |           |                                   |           |
| Variation des<br>produits<br>perçus<br>d'avance  |                                    |           |                                   |           |
| Facturation<br>brute   | 555 734                            | 358 947   | 1 073 681                         | 705 275   |
| Produits   | (473 197)                          | (333 515) | (979 976)                         | (689 339) |
| Variation<br>des frais<br>d'échange<br>futurs(b)   | (49 849)                           | (18 029)  | (60 401)                          | (7 101)   |
| (Variation du<br>nombre net de<br>UFGA en cours<br>x coût moyen<br>des primes par  |                                    |           |                                   |           |

| UFGA pour la période)  |             |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Total partiel des ajustements  | 32 688      | 7 403       | 33 304      | 8 835       |
| BAlIA ajusté(a)  | 89 883(e)   | 70 564      | 145 103(e)  | 135 317     |
| Bénéfice net selon les PCGR  | 13 991      | 26 746      | 28 863      | 49 974      |
| Nombre moyen pondéré d'actions   | 198 905 059 | 199 462 480 | 199 181 460 | 199 423 366 |
| Résultat par action(c)   | 0,06        | 0,13        | 0,12        | 0,25        |
| Bénéfice net selon les PCGR  | 13 991      | 26 746      | 28 863      | 49 974      |
| Amortissement des contrats avec des partenaires d'accumulation, des relations clients et de la technologie | 23 812      | 20 485      | 46 780      | 40 200      |
| Total partiel des ajustements (indiqué plus haut)  | 32 688      | 7 403       | 33 304      | 8 835       |
| Taux d'imposition effectif(d)  | 29,37%      | 32,15%      | 24,37%      | 25,38%      |
| Impôts liés aux ajustements au taux d'imposition effectif  | (9 601)     | (2 380)     | (8 117)     | (2 242)     |
| Bénéfice net ajusté (a)&(c)  | 60 890      | 52 254      | 100 830     | 96 767      |
| Bénéfice net ajusté par action(c)  | 0,29        | 0,26        | 0,48        | 0,49        |
| Bénéfice net   | 13 991      | 26 746      | 28 863      | 49 974      |
| Résultat par action  | 0,06        | 0,13        | 0,12        | 0,25        |
| Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation   | 48 141      | 121 843     | 18 410      | 105 831     |
| Dépenses en immobilisations  | (8 910)     | (6 005)     | (18 069)    | (13 987)    |
| Dividendes   | (27 567)    | (24 997)    | (54 716)    | (49 994)    |
| Flux de trésorerie disponibles(a)  | 11 664      | 90 841      | (54 375)    | 41 850      |
| Total de l'actif   | 5 124 126   | 4 983 382   | 5 124 126   | 4 983 382   |
| Total du passif à long terme   | 1 445 334   | 1 437 791   | 1 445 334   | 1 437 791   |
| Total des dividendes   | 27 567      | 24 997      | 54 716      | 49 994      |
| Total des dividendes par action privilégiée  | 0,406       | s/o         | 0,718       | s/o         |
| Total des dividendes par action ordinaire  | 0,125       | 0,125       | 0,25        | 0,25        |

(en milliers, sauf l'information sur les actions et les données par action)

% Variation



|  | T2     | Cumul<br>annuel |
|--|--------|-----------------|
| Facturation brute  | 54,8   | 52,2            |
| Facturation brute<br>au titre de la<br>vente des UFGA  | 8,0    | 5,9             |
| Produits   | 44,6   | 44,4            |
| Autres produits  | 1,0    | 7,1             |
| Total des produits   | 41,9   | 42,2            |
| Coût des primes et<br>coûts directs  | 34,2   | 33,9            |
| Marge brute  | 54,0   | 56,0            |
| Frais de vente,<br>frais généraux et<br>d'administration   | 114,8  | 121,9           |
| Amortissement  | 39,8   | 47,0            |
| Bénéfice d'exploit-<br>ation avant<br>amortissement<br>des contrats avec<br>des partenaires<br>d'accumulation,<br>des relations<br>clients et de la<br>technologie   | (13,8) | (16,7)          |
| Amortissement  | 39,8   | 47,0            |
| BAIIA(a)   | (9,4)  | (11,6)          |
| Ajustements:<br>Variation des<br>produits<br>perçus<br>d'avance<br>Facturation<br>brute<br>Produits<br>Variation<br>des frais<br>d'échange<br>futurs(b)<br>(Variation du<br>nombre net de<br>UFGA en cours<br>x coût moyen<br>des primes par<br>UFGA pour la<br>période) |        |                 |
| Total partiel des<br>ajustements   |        |                 |
| BAIIA ajusté(a)  | 27,4   | 7,2             |
| Bénéfice net selon<br>les PCGR<br>Nombre moyen<br>pondéré<br>d'actions<br>Résultat par<br>action(c)  |        |                 |
| Bénéfice net selon<br>les PCGR<br>Amortissement des  | (47,7) | (42,2)          |

contrats avec des  
partenaires  
d'accumulation,  
des relations  
clients et de la  
technologie  
Total partiel des  
ajustements  
(indiqué plus haut)  
Taux d'imposition  
effectif(d)  
Impôts liés aux  
ajustements au  
taux d'imposition  
effectif

|  |        |         |
|--|--------|---------|
| Bénéfice net ajusté<br>(a)&(c)                             | 16,5   | 4,2     |
| Bénéfice net ajusté<br>par action(c)                       |        |         |
| Bénéfice net<br>Résultat par action                        |        |         |
| Flux de trésorerie<br>liés aux activités<br>d'exploitation | (60,5) | (82,6)  |
| Dépenses en<br>immobilisations<br>Dividendes               |        |         |
| Flux de trésorerie<br>disponibles(a)                       | (87,2) | (229,9) |
| Total de l'actif   |        |         |
| Total du passif à<br>long terme                            |        |         |
| Total des dividendes                                       |        |         |
| Total des dividendes<br>par action<br>privilégiée          |        |         |
| Total des dividendes<br>par action ordinaire               |        |         |

(a) Mesure hors PCGR.

(b) Le coût unitaire issu de ce calcul s'applique rétroactivement à toutes les périodes antérieures, donnant lieu à une réévaluation du passif en fonction du dernier coût moyen unitaire disponible.

(c) Déduction faite des dividendes payés sur les actions privilégiées en 2010.

(d) Le taux d'imposition effectif correspond à la charge d'impôts présentée dans l'état des résultats, divisée par le bénéfice avant impôts de la période.

(e) Reflète l'incidence positive d'un ajustement de 17,4 M\$ provenant du reclassement des produits perçus d'avance antérieurement présentés dans les dépôts clients.

#### INFORMATIONS SECTORIELLES

Au 30 juin 2010, la Société comptait trois secteurs d'activité : Aéroplan Canada, Carlson Marketing et Groupe Aéroplan Europe. Les informations financières sectorielles se détaillent comme suit :

| (en milliers, sauf<br>l'information sur<br>les milles et les<br>UFGA) | Trimestres terminés les 30 juin |      |      |      |
|---|---------------------------------|------|------|------|
|   | 2010                            | 2009 | 2010 | 2009 |
|   |                                 |      |      |      |

| Secteurs d'activité                                      | Groupe Aeroplan |           |            |         |
|--|-----------------|-----------|------------|---------|
|  | Aeroplan Canada |           | Europe     |         |
| -----  |                 |           |            |         |
| Nombre de milles<br>Aéroplan émis<br>(en milliards)      | 20,5            | 20,1      | -          | -       |
| Nombre total de<br>milles échangés<br>(en milliards)     | 15,0            | 17,0      | -          | -       |
| Nombre de milles<br>Aéroplan échangés<br>(en milliards)  | 15,0            | 16,3      | -          | -       |
|  | \$              | \$        | \$         | \$      |
| -----  |                 |           |            |         |
| Facturation brute  | 265 521         | 260 463   | 121 256(d) | 98 484  |
| -----  |                 |           |            |         |
| Facturation brute<br>au titre des UFGA                   | 253 960         | 246 401   | 110 762    | 91 431  |
| -----  |                 |           |            |         |
| Produits   | 227 060         | 241 085   | 69 160     | 71 315  |
| Autres produits  | 11 562          | 14 062    | 9 765      | 7 053   |
| -----  |                 |           |            |         |
| Total des produits                                       | 238 622         | 255 147   | 78 925     | 78 368  |
| Coût des primes et<br>coûts directs                      | 136 136         | 149 916   | 57 045     | 54 444  |
| -----  |                 |           |            |         |
| Marge brute  | 102 486         | 105 231   | 21 880     | 23 924  |
| Frais de vente,<br>frais généraux et<br>d'administration | 34 730          | 38 458    | 30 593     | 23 709  |
| Amortissement(a)   | 21 983          | 21 531    | 3 675      | 4 081   |
| Intérêts sur dette<br>à long terme                       | -               | -         | 96         | -       |
| Intérêts créditeurs                                      | 4 198           | 410       | 2 799      | 1 640   |
| Gain de change   | -               | -         | -          | -       |
| BALIA ajusté(b)  | 77 528          | 70 217    | 896(d)     | 4 174   |
| Bénéfice (perte)<br>avant impôts sur<br>les bénéfices    | 49 280          | 47 542    | (9 685)    | (2 308) |
| -----  |                 |           |            |         |
| Dépenses en<br>immobilisations<br>corporelles            | 4 403           | 4 985     | 135        | 1 020   |
| Écart d'acquisition                                      | 1 675 842       | 1 675 842 | 263 779    | 312 778 |
| Produits perçus<br>d'avance                              | 1 682 476       | 1 624 180 | 299 951    | 318 771 |
| Total de l'actif   | 4 886 642       | 4 780 610 | 79 728     | 202 772 |

(en milliers, sauf  
l'information sur  
les milles et les  
UFGA)

-----

|  | 2010 | 2009 | 2010 | 2009 |
|--|------|------|------|------|
|--|------|------|------|------|

-----

| Secteurs d'activité | Carlson Marketing |  | Siège social(c) |  |
|---------------------|-------------------|--|-----------------|--|
|---------------------|-------------------|--|-----------------|--|

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| Nombre de milles<br>Aéroplan émis<br>(en milliards) | - | - | - | - |
|---|---|---|---|---|

|  |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|
| Nombre total de<br>milles échangés<br>(en milliards) | - | - | - | - |
|--|---|---|---|---|

|  |                |    |          |         |
|--|----------------|----|----------|---------|
| Nombre de milles<br>Aéroplan échangés<br>(en milliards)  | -              | -  | -        | -       |
|  | \$             | \$ | \$       | \$      |
| Facturation brute  | 168 957(d)&(e) | -  | -        | -       |
| Facturation brute<br>au titre des UFGA                   | -              | -  | -        | -       |
| Produits   | 155 650        | -  | -        | -       |
| Autres produits  | -              | -  | -        | -       |
| Total des produits                                       | 155 650        | -  | -        | -       |
| Coût des primes et<br>coûts directs                      | 81 075         | -  | -        | -       |
| Marge brute  | 74 575         | -  | -        | -       |
| Frais de vente,<br>frais généraux et<br>d'administration | 65 936         | -  | 10 487   | 3 827   |
| Amortissement(a)   | 5 320          | -  | -        | -       |
| Intérêts sur dette<br>à long terme                       | -              | -  | 12 645   | 9 125   |
| Intérêts créditeurs                                      | 27             | -  | -        | -       |
| Gain de change   | -              | -  | -        | 9 224   |
| BAlIA ajusté(b)  | 21 946(d)&(e)  | -  | (10 487) | (3 827) |
| Bénéfice (perte)<br>avant impôts sur<br>les bénéfices    | 3 346          | -  | (23 132) | (5 814) |
| Dépenses en<br>immobilisations<br>corporelles            | 4 372          | -  | s/o      | s/o     |
| Écart d'acquisition                                      | 106 088        | -  | s/o      | s/o     |
| Produits perçus<br>d'avance                              | 28 975         | -  | s/o      | s/o     |
| Total de l'actif   | 157 756        | -  | s/o      | s/o     |

(en milliers, sauf  
l'information sur  
les milles et les  
UFGA)

|   | 2010                | 2009    |
|---|---------------------|---------|
| Secteurs d'activité                                     | Données consolidées |         |
| Nombre de milles<br>Aéroplan émis<br>(en milliards)     | -                   | -       |
| Nombre total de<br>milles échangés<br>(en milliards)    | -                   | -       |
| Nombre de milles<br>Aéroplan échangés<br>(en milliards) | -                   | -       |
|   | \$                  | \$      |
| Facturation brute                                       | 555 734(d)&(e)      | 358 947 |
| Facturation brute<br>au titre des UFGA                  | 364 722             | 337 832 |
| Produits  | 451 870             | 312 400 |

|  |               |           |
|--|---------------|-----------|
| Autres produits  | 21 327        | 21 115    |
| -----  |               |           |
| Total des produits                                       | 473 197       | 333 515   |
| Coût des primes et<br>coûts directs                      | 274 256       | 204 360   |
| -----  |               |           |
| Marge brute  | 198 941       | 129 155   |
| Frais de vente,<br>frais généraux et<br>d'administration | 141 746       | 65 994    |
| Amortissement(a)   | 30 978        | 25 612    |
| Intérêts sur dette<br>à long terme                       | 12 741        | 9 125     |
| Intérêts créditeurs                                      | 7 024         | 2 050     |
| Gain de change   | -             | 9 224     |
| BAlIA ajusté(b)  | 89 883(d)&(e) | 70 564    |
| Bénéfice (perte)<br>avant impôts sur<br>les bénéfices    | 19 809        | 39 420    |
| -----  |               |           |
| Dépenses en<br>immobilisations<br>corporelles            | 8 910         | 6 005     |
| Écart d'acquisition                                      | 2 045 709     | 1 988 620 |
| Produits perçus<br>d'avance                              | 2 011 402     | 1 942 951 |
| Total de l'actif   | 5 124 126     | 4 983 382 |
| -----  |               |           |

(a) Inclut l'amortissement des contrats avec des partenaires d'accumulation, des relations clients et de la technologie.

(b) Mesure hors PCGR.

(c) Inclut les produits et les charges qui ne sont pas directement attribuables à un secteur d'activité.

(d) Inclut la facturation brute de 101,6 M\$ au R.-U. (provenant des activités de Groupe Aeroplan Europe et des activités de Carlson Marketing en EMOA) et 87,7 M\$ aux États-Unis pour le trimestre terminé le 30 juin 2010, contre une facturation brute de 80,3 M\$ au R.-U. pour le trimestre terminé le 30 juin 2009.

(e) Reflète l'incidence positive d'un ajustement de 17,4 M\$ provenant du reclassement des produits perçus d'avance antérieurement présentés dans les dépôts clients.

%SEDAR: 00027127EF c9167

Pour plus de renseignements: Renseignements: Médias: Michèle Meier, 514-205-7028, [michele.meier@groupeaeroplan.com](mailto:michele.meier@groupeaeroplan.com); JoAnne Hayes, 416-352-3706, [joanne.hayes@aeroplan.com](mailto:joanne.hayes@aeroplan.com); Analystes et investisseurs: Trish Moran, 416-352-3728, [trish.moran@groupeaeroplan.com](mailto:trish.moran@groupeaeroplan.com)

<https://aircanada-fr.mediaroom.com/2010-08-11-Groupe-Aeroplan-Inc-annonce-des-resultats-solides-pour-le-deuxieme-trimestre-de-2010>

MEMBRE DU RÉSEAU STAR ALLIANCE



Le seul transporteur exploitant  
un réseau international quatre  
étoiles en Amérique du Nord