



PRÉSENTATION AUX INVESTISSEURS

2009 FAITS SAILLANTS



LE 4 MARS 2010

Énoncés prospectifs



La présentation 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 cette présentation. Les énoncés prospectifs contenus dans les présentes témoignent des attentes de Groupe AeroPLAN au 3 mars 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.

Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec les Relations avec les investisseurs au (416) 352-3765 ou à ir@aeroplan.com.

Aperçu



- ❑ **Plan de conversion aux IFRS bien avancé**
 - ❑ Nous anticipons être prêts pour la conversion en 2011

- ❑ **Acquisition de Carlson Marketing Acquisition – Déc. 7, 2009**
 - ❑ Incluse au Bilan consolidé
 - ❑ Résultats non-significatifs pour la période de 24 jours
 - ❑ Pas inclus à l'état des résultats

- ❑ **Facturation brute consolidée**
 - ❑ Réduction de 4% par rapport à 2008
 - ❑ Réduction de 0,4% par rapport au T4 de 2008

Aperçu financier – Annuel



	Exercices terminés les 31 décembre			
	2009	2008	Variation	
<i>(en millions de \$, sauf indication contraire)</i>				
Facturation brute	1 363,0 \$	1 420,5 \$	(57,5) \$	-4,0%
Produits d'exploitation	1 436,8	1 458,2	(21,4)	-1,5%
Bénéfice d'exploitation avant amortissement des contrats avec des partenaires d'accumulation et de la technologie	244,0	306,9	(62,9)	-20,5%
Bénéfice net	89,3	195,5 ⁽³⁾	(106,2)	-54,3%
BAIIA ajusté ⁽²⁾	281,6	319,2	(37,6)	-11,8%
Bénéfice net ajusté ⁽¹⁾	181,8	275,0 ⁽³⁾	(93,2)	-33,9%
Flux de trésorerie disponibles ⁽¹⁾	165,0	177,5	(12,5)	-7,0%
Dividendes payés	100,0	123,0	(23,0)	-18,7%

⁽¹⁾ Mesure non conforme aux PCGR.

⁽²⁾ Mesure hors PCGR qui fait abstraction de l'incidence du poste « Gain (perte) de change » de l'état des résultats, celui-ci tenant compte de l'incidence du swap de devises.

⁽³⁾ Exclut l'effet de la perte de valeur de 1 160,7 M\$.

Aperçu financier – Annuel en devises constantes



Exercices terminés les 31 décembre

(en millions de \$, sauf indication contraire)

	2009 (Devises constantes) A	Variation de change (FX)	2009 (Tel que présenté)	2008 B	Change (Devises constantes) (A-B) / B
Facturation brute	1 400,5 \$	(37,5) \$	1 363,0 \$	1 420,5 \$	-1,4%
Produits d'exploitation	1 479,0	(42,2)	1 436,8	1 458,2	1,4%
Bénéfice d'exploitation avant amortissement des contrats avec des partenaires d'accumulation et de la technologie	246,1	(2,1)	244,0	306,9	-19,8%
Bénéfice net	90,5	(1,2)	89,3	195,5 ⁽²⁾	-53,7%
BAIIA ajusté ⁽¹⁾	284,6	(3,0)	281,6	319,2	-10,8%

⁽¹⁾ Mesure hors PCGR qui fait abstraction de l'incidence du poste « Gain (perte) de change » de l'état des résultats, celui-ci tenant compte de l'incidence du swap de devises.

⁽²⁾ Exclut l'effet de la perte de valeur de 1 160,7 M\$.

Taux de désistements



- ❑ **Le taux moyen de désistements calculé sur une base pondérée s'élève à 20% par rapport à 17% en 2008**
 - ❑ Moyenne pondérée calculée en fonction du nombre total d'Unités de Fidélisation émis et en circulation de tous les programmes combinés

- ❑ **Première application du modèle économétrique à RMEL**

- ❑ **Résultat:**
 - ❑ Augmentation du taux de désistements
 - ❑ Augmentation de la durée de vie des Unités de Fidélisation passant de 35 à 72 mois

- ❑ **Aucun impact significatif en 2009 ou dans les années futures, les deux s'annulent**

Informations sectorielles



	Exercice terminé les 31 décembre,		2009	2008
(en millions de \$, sauf indication contraire)	Canada	Europe et Moyen-Orient	Consolidé	Consolidé
Facturation brute	993,3 \$	369,7 \$	1 363,0 \$	1 420,5 \$
Produits				
UFGA (Unité de fidélisation Groupe AeroPlan)	967,6	384,9	1 352,5	1 377,7
Autres	53,3	31,0	84,3	80,5
	1 020,9	415,9	1 436,8	1 458,2
Coût des primes	601,7	291,7	893,4	859,1
Marge brute	419,2	124,2	543,4	599,1
Frais généraux, frais de vente et d'administration	182,6	97,5	280,1	271,6
Amortissement ⁽¹⁾	85,7	13,8	99,5	108,5
BAILA ajusté ⁽²⁾	252,3	29,3	281,6	319,2

⁽¹⁾ Inclut l'effet de l'amortissement des contrats conclus avec des partenaires d'accumulation et de la technologie.

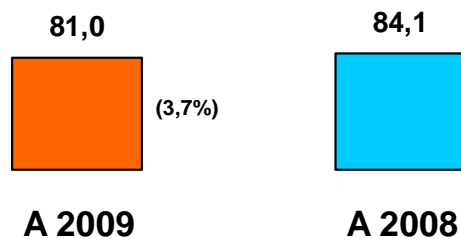
⁽²⁾ Mesure hors PCGR qui fait abstraction de l'incidence du poste « Gain (perte) de change » de l'état des résultats, celui-ci tenant compte de l'incidence du swap de devises.

Facturation brute – secteur Canada



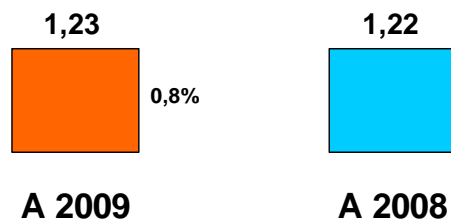
Milles émis

(en milliards)



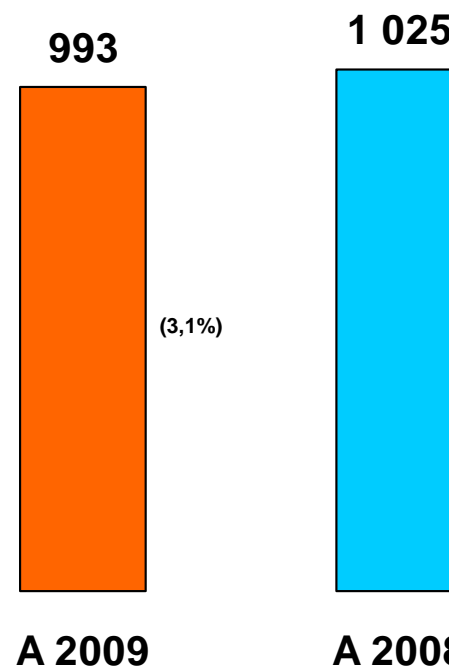
Prix de vente moyen

(cents)



Facturation brute

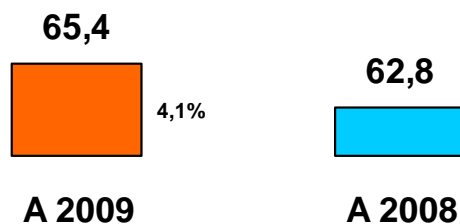
(en millions de \$)



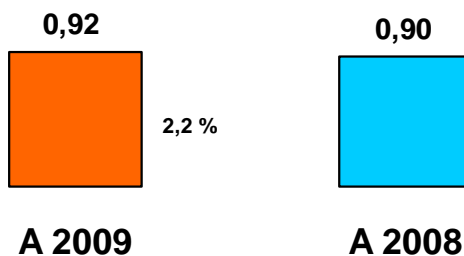
Coût des primes – secteur Canada



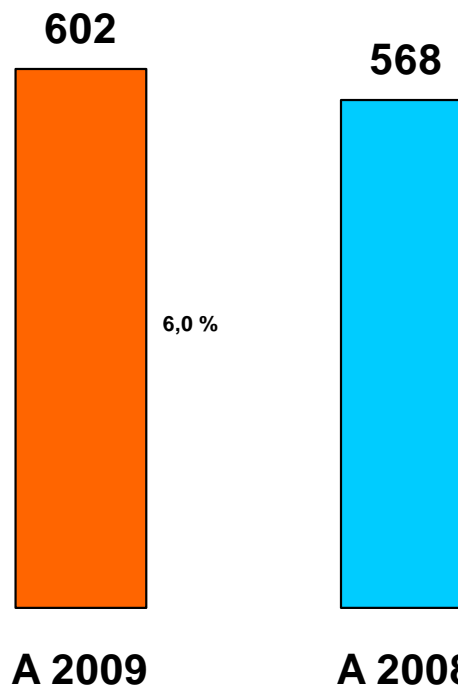
Milles Aéroplan échange (en milliards)



Coût moyen / Mille échangé (cents)



Coût des primes (en millions de \$)



Information sectorielles – Europe et Moyen-Orient



(en millions de \$, sauf indication contraire)	Exercices terminés les 31 décembre				
	2009 (Devises constantes) A	Variation de change (FX)	2009 (Tel que présenté)	2008 B	Change ⁽¹⁾ (Devises constantes) (A-B)/B
Facturation brute	407,2	\$ (37,5) \$	369,7	\$ 395,4	\$ 3%
Produits	458,1	(42,2)	415,9	449,2 ⁽²⁾	2%
Coût des primes	321,3	(29,6)	291,7	291,5	10%
Marge brute	136,8	(12,6)	124,2	157,7	-13%
Frais généraux, frais de vente et d'administration	107,4	(9,9)	97,5	96,2	12%
Amortissement ⁽³⁾	15,2	(1,4)	13,8	22,6	-33%
Bénéfice avant impôts sur les bénéfices	20,1	(1,9)	18,2	49,5 ⁽⁵⁾	-59%
BAIIA ajusté ⁽⁴⁾	32,3	(3,0)	29,3	38,1	-15%

⁽¹⁾ Représente le % de variation en devises constantes.

⁽²⁾ Inclut un ajustement comptable favorable relatif à la juste valeur de 19,3 M\$ découlant de l'acquisition.

⁽³⁾ Inclut l'effet de l'amortissement des contrats conclus avec des partenaires d'accumulation et de la technologie.

⁽⁴⁾ Mesure hors PCGR qui fait abstraction de l'incidence du poste « Gain (perte) de change » de l'état des résultats, celui-ci tenant compte de l'incidence du swap de devises.

⁽⁵⁾ Exclut l'effet de la perte de valeur de 319,3 M\$.

Acquisition de Carlson Marketing



	7 décembre 2009
	\$
Prix d'achat:	
Trésorerie	280 071
Coûts de transaction	6 844
	286 915
Valeur comptable nette de la participation acquise:	
Actifs et passifs à court terme	
Trésorerie et équivalents de trésorerie	90 399
Trésorerie assujettie à des restrictions	4 216
Autres éléments du fonds de roulement	30 682
Produits perçus d'avance	(49 245)
Dépôts sur cartes prépayées	(16 354)
Immobilisations corporelles	9 621
Actifs incorporels	
À durée de vie limitée	
Clientèle (8 à 14 ans)	71 797
Logiciels et technologie (5 ans)	23 953
Autres actifs incorporels (3 à 5 ans) ^(a)	16 280
À durée de vie indéfinie	
Écart d'acquisition ^(b)	109 566
Impôts futurs	(4 000)
	286 915

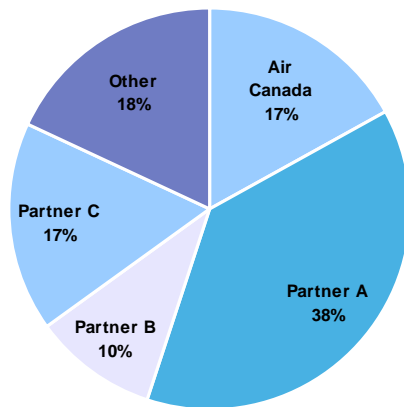
- a) Sont inclus dans les autres actifs incorporels les droits d'utilisation de la marque de commerce de Carlson Marketing sur une période de 3 ans et les clauses de non-concurrences, sur 5 ans, tel qu'accordé avec le vendeur
- b) L'écart d'acquisition résultant de l'acquisition autre qu'au Canada (où les actifs ont été achetés), et les États-Unis n'est pas déductible aux fins fiscales.

Diversification de nos activités



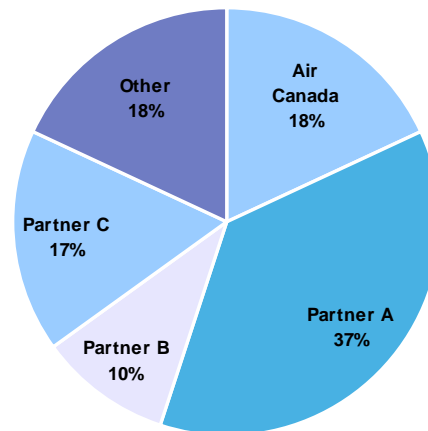
A 2008

Facturation brute = 1 420,6 M\$



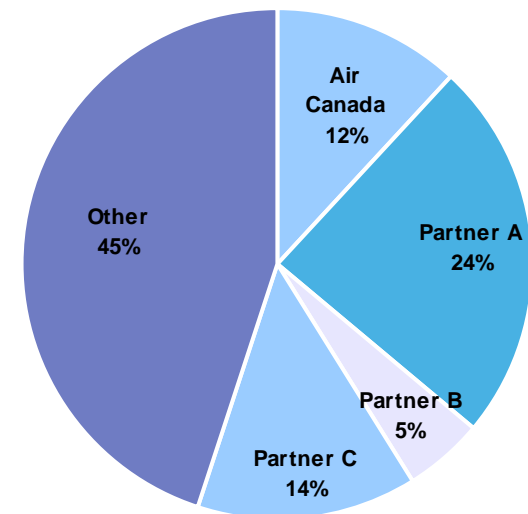
A 2009

Facturation brute = 1 363,0 M\$



E 2010

Facturation brute = 2 000,0 M\$



Note: La facturation brute du partenaire B reflète les chiffres consolidés des deux programmes: Aéroplan et Nectar. Inclus dans Air Canada, sont ceux générés par Jazz, alors que la facturation brute des partenaires Star Alliance est classée dans autres, et Sainsbury's représente la catégorie du partenaire C.

Structure du capital



<i>(en millions de \$, sauf indication contraire)</i>	31 déc. 2009 Pro Forma	⁽¹⁾	31 déc. 2009 actuel	31 déc. 2008
Trésorerie et équivalents de trésorerie & trésorerie à restriction	641,4	\$	614,1	188,0
Placements à court terme	14,4		14,4	477,3
Total	655,8		628,5	665,3
Dette à long terme	640,1		780,1	697,0
Capitaux propres	2 082,7		1 915,4	1 948,6

⁽¹⁾ Après application des actions privilégiées, série 1 et des billets garantis de la Série 3 en janvier 2010.

Dette à long-terme



	31 déc. 2009 Pro Forma ⁽¹⁾		31 déc. 2009	
	Autorisé	Utilisé	Autorisé	Utilisé
Facilité de crédit renouvelable	\$ 300,0	\$ -	\$ 300,0	\$ 140,0
Facilité de crédit à terme	100,0	100,0	300,0	300,0
Billet garantis de premier rang série 1	S/O	200,0	S/O	200,0
Billet garantis de premier rang série 2	S/O	150,0	S/O	150,0
Billet garantis de premier rang série 3	S/O	200,0	S/O	S/O
Total	400,0	650,0	600,0	790,0

⁽¹⁾ *Après application des actions privilégiées, série 1 et des billets garantis de la Série 3 en janvier 2010.*

Flux de trésorerie disponibles



- ❑ **2009 - 165\$ M inclut:**
 - ❑ Impact positif de 63 \$ M relatif au retour aux termes de paiement normaux avec Air Canada.
 - ❑ Impact positif de 10 \$ M relatif à l'augmentation des comptes à payer par rapport à 2008, découlant de l'accroissement des activités d'échange au RU.
 - ❑ Montants à payer de 14,5 \$ M relatifs à l'acquisition de Carlson Marketing.

- ❑ **2010 – sera affectée par les facteurs suivants:**
 - ❑ Carlson Marketing coûts de transition ~ 15 \$US M
 - ❑ Nectar Italia – dépenses de marketing ~ 15 €M
 - ❑ Dépenses en immobilisations consolidées ~ 40 \$ M
 - ❑ Dividendes actions ordinaires et préférentielles ~ 112 \$ M
 - ❑ Augmentation de la dépense d'intérêt ~ 6.8 \$ M

Perspectives financières de 2010



- ❑ **Facturation brute – Croissance interne modeste des activités existantes**
- ❑ **BAIIA Ajusté – Croissance interne modeste compte tenu de l' acquisition de Carlson Marketing**
- ❑ **Aéroplan Canada**
 - ❑ Coût moyen des primes par mille annuel $\leq 0.95\text{¢}$
 - ❑ Marge brute stable
- ❑ **Carlson Marketing**
 - ❑ Facturation brute ~ 600\$US M
 - ❑ BAIIA Ajusté ~ 6% à 8%
 - ❑ Coûts de transition ~ 15\$US M
 - ❑ Retard de chaque mois additionnel ~ 2\$US M
- ❑ **Nectar Italia**
 - ❑ ~ 15€M pour financer les dépenses en marketing relatives au lancement du programme
 - ❑ Génération de facturation brute annuelle d'entre 60€M et 80 €M d'ici 3 mois
- ❑ **Taux d'impôts exigibles**
 - ❑ 30% – Canada
 - ❑ Néant – Reste du monde

Q&R

The image features the letters 'Q', '&', and 'R' in a large, bold, serif font. Each letter is filled with a photograph of a dense crowd of people, likely at a sporting event or concert. The crowd is blurred, suggesting movement and a large gathering. The colors in the crowd are varied, with some individuals wearing red and white, possibly indicating team colors. The background of the entire image is plain white.



PRÉSENTATION AUX INVESTISSEURS

