



T1 2010

Faits saillants

Le 12 mai 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 et 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 mai 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) 352-3728 ou à trish.moran@groupeaeroplan.com.



DAVID ADAMS

**Vice-président général et chef
des Affaires financières**

Indicateurs financiers consolidés tel que présentés et en devises constantes

<i>(en milliers de dollars sauf les données par action)</i>	T1 2010 (tel que présentés)	T1 2009 (tel que présentés)	% Variation	Effet du taux de change	T1 2010 Devises constantes	Q1 2009 (tel que présentés)	% Variation
Facturation brute	517 947	346 328	49,6%	(9 099)	527 046	346 328	52,2%
Facturation brute au titre de la vente des UFGA	338 269	326 248	3,7%	(8 238)	346 507	326 248	6,2%
Total des produits	506 779	355 824	42,4%	(7 811)	514 590	355 824	44,6%
Coût des primes et coûts directs	305 740	228 656	33,7%	(5 356)	311 096	228 656	36,1%
Marge brute	201 039	127 168	58,1%	(2 455)	203 494	127 168	60,0%
Frais de vente, généraux et d'administration	146 435	63 847	129,4%	(1 861)	148 296	63 847	132,3%
Amortissement	7 627	4 937	54,5%	(172)	7 799	4 937	58,0%
Amortissement des contrats avec des partenaires d'accumulation, des relations clients et de la technologie	22 968	19 715	16,5%	(118)	23 086	19 715	17,1%
Bénéfice d'exploitation	24 009	38 669	(37,9%)	(1 114)	22 895	38 669	(40,8%)
Bénéfice net	14 872	23 228	(36,0%)	(448)	14 424	23 228	(37,9%)
Mesures hors PCGR							
BAIIA	54 604	63 321	(13,8%)	(824)	53 780	63 321	(15,1%)
BAIIA ajusté	55 990	65 228	(14,2%)	(1 749)	54 241	65 228	(16,8%)

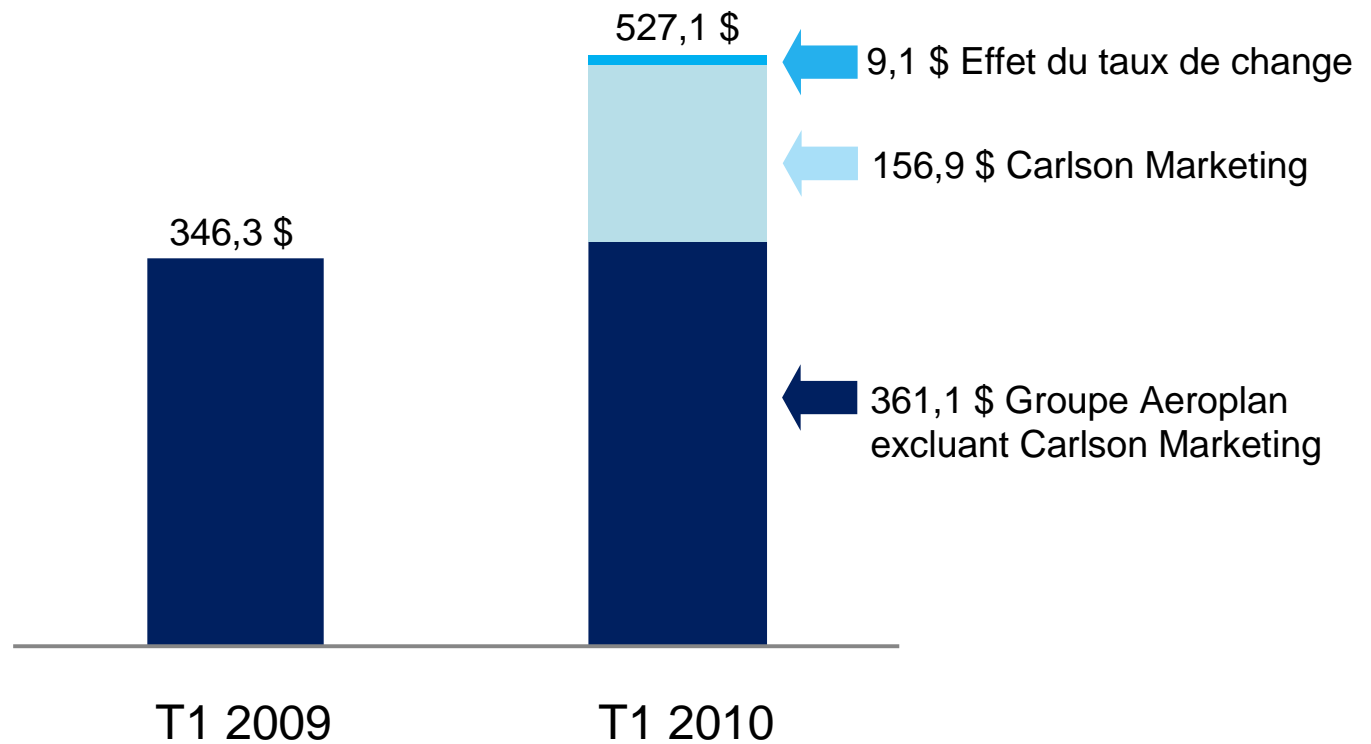
Éléments non comparables

	Effet sur le BAIIA ajusté	Effet sur les flux de trésorerie disponibles
1. Nectar Italia - coûts de lancement	11,1 M\$	11,1 M\$
2. Carlson Marketing - coûts de transition et de migration		
– Frais payés en vertu de la convention de service de transition	7,8 M\$	7,8 M\$
– Coûts de migration	2,6 M\$	2,6 M\$
3. Frais du siège social (honoraires de consultation stratégique)	2,0 M\$	2,0 M\$
4. Augmentation des frais d'échange en T4 2009 au R.-U.		10,0 M\$
5. Paiement de dividendes sur actions privilégiées à compter du T1 2010		2,1 M\$
6. Dépenses en immobilisations liées à la migration de Carlson Marketing		3,1 M\$

Note: Taux de change du \$ CAD en hausse par rapport à toutes les devises locales

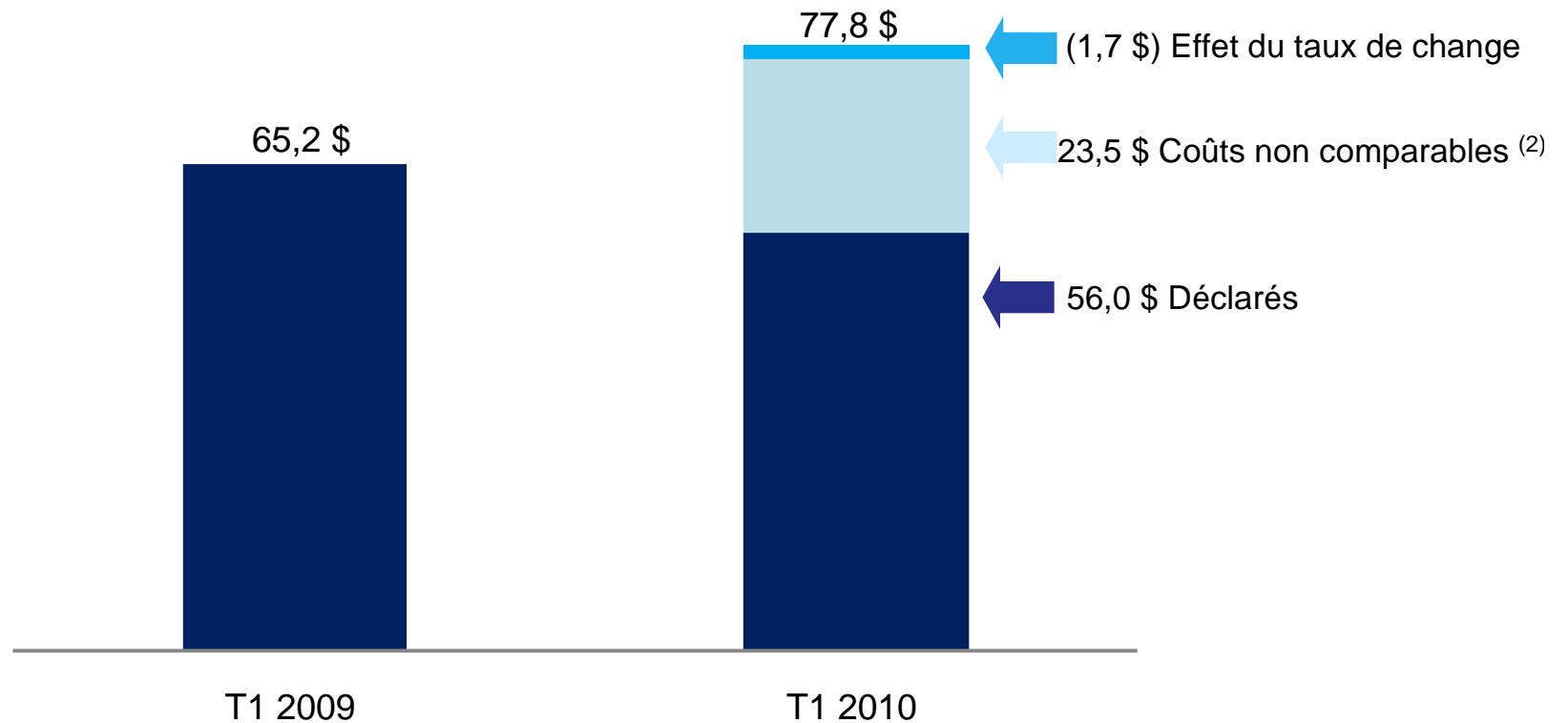
Facturation brute consolidée

(en millions de \$)



BAIIA ajusté consolidé (1)

(en millions de \$)



(1) Calculé selon la définition apparaissant dans le rapport de gestion de la société du trimestre terminé le 31 mars 2010.

(2) Les éléments non comparables s'élèvent à 23,5 M\$ et ont affecté les frais de vente, frais généraux et d'administration. Ils sont constitués de coûts de 11,1 M\$ associés au lancement de Nectar Italia, d'un montant de 10,4 M\$ dans le cadre de la transition et de la migration de Carlson Marketing et d'honoraires de consultation stratégique au niveau du siège social de 2,0 M\$.

Flux de trésorerie disponibles ⁽¹⁾

(en millions de \$)

Flux de trésorerie disponibles déclarés au T1 2010 (66,0 M\$)

Éléments non comparables ⁽²⁾ ayant eu un effet sur le BAIIA ajusté 23,5 M\$

En plus des coûts non comparables de 23,5 M\$ ayant eu une incidence sur le BAIIA ajusté, les éléments suivants ont aussi affecté les flux de trésorerie disponibles consolidés:

- Augmentation des échanges en T4 2009 au R.-U. 10,0 M\$
- Paiement de dividendes sur actions privilégiées au T1 2010 2,1 M\$
- Immobilisation liées à la migration de Carlson Marketing 3,1 M\$

(1) Calculé selon la définition apparaissant dans le rapport de gestion de la société du trimestre terminé le 31 mars 2010.

(2) Les éléments non comparables s'élèvent à 23,5 M\$ et ont affecté les frais de vente, frais généraux et d'administration. Ils sont constitués de coûts de 11,1 M\$ associés au lancement de Nectar Italia, d'un montant de 10,4 M\$ dans le cadre de la transition et de la migration de Carlson Marketing et d'honoraires de consultation stratégique au niveau du siège social de 2,0 M\$.

Aéropian Canada – Faits saillants financiers

<i>(en milliers de \$)</i>	Aéropian Canada		%
	T1 2010	T1 2009	Variation
Facturation brute	260 553	254 726	2,3%
Facturation brute au titre de la vente des UFGA	246 491	240 184	2,6%
Total des produits	272 595	277 837	(1,9%)
Coût des primes et coûts directs	168 501	173 046	(2,6%)
Marge brute	104 094	104 791	(0,7%)
Frais de vente, frais généraux et d'administration	35 832	37 263	(3,8%)
Bénéfice avant impôts sur les bénéfices	52 158	45 547	14,5%
BAIIA ajusté	68 553	65 469	4,7%
Marge brute - % du total des produits	38,2%	37,7%	50 pdb
BAIIA ajusté - % du total des produits	25,1%	23,6%	150 pdb

T1 2010 Faits saillants

- Croissance liée à l'augmentation des dépenses de consommation dans le portefeuille de cartes financières.
- Les milles émis ont continué à dépasser les milles échangés.
- Amélioration de la marge brute de 50 pdb et du levier opérationnel de 150 pdb démontré par Aéropian Canada.
- Dans l'avenir, Aéropian Canada est responsable de toute obligation découlant des frais d'échange contre des primes-voyages de milles Air Canada. Le montant maximal des frais d'échange éventuels pour honorer cette obligation, si tous les milles Air Canada ayant fait l'objet d'un désistement et encore valides étaient échangés, se chifferrait à 92,2 M\$ sur quatre ans, soit d'ici la fin de 2013, et est compris dans nos prévisions actuelles du coût par mille échangé. Par contre, la forme de la courbe d'échange indique que tous les milles Air Canada ne seront pas échangés.

Groupe Aeroplan Europe – Faits saillants financiers

	Déclarés			Devises constantes			
	Groupe Aeroplan Europe	Groupe Aeroplan Europe	% Variation	Effet du taux de change T1 2010	Groupe Aeroplan Europe T1 2010	Groupe Aeroplan Europe T1 2009	% Variation
<i>(en milliers de \$)</i>	T1 2010	T1 2009					
Facturation brute	100 503	91 602	9,7%	(9 099)	109 602	91 602	19,7%
Facturation brute au titre de la vente des UFGA	91 778	86 064	6,6%	(8 238)	100 016	86 064	16,2%
Total des produits	79 164	77 987	1,5%	(7 811)	86 975	77 987	11,4%
Coût des primes et coûts directs	54 283	55 610	(2,4%)	(5 356)	59 639	55 610	7,2%
Marge brute	24 881	22 377	11,2%	(2 455)	27 336	22 377	22,2%
Frais de vente, frais généraux et d'administration	33 545	19 108	75,6%	(1 861)	35 406	19 108	85,3%
Bénéfice avant impôts sur les bénéfices	(8 243)	1 980	(516,3%)	(813)	(9 056)	1 980	(557,4%)
BAIIA ajusté	(9 440)	7 235	(230,5%)	(1 749)	(11 189)	7 235	(254,7%)
Marge brute - % du total des produits	31,4%	28,7%	270 pdb		31,4%	28,7%	270 pdb
BAIIA ajusté - % du total des produits	(11,9%)	9,3%	(2120) pdb		(12,9%)	9,3%	(2220) pdb

T1 2010 Faits saillants

- Croissance solide de la facturation brute en devises constantes.
- Par suite du lancement de Nectar Italia, la facturation brute a été affectée d'une façon positive par certains coûts non récurrents caractéristiques d'un lancement de programme.
- Augmentation des points Nectar émis par rapport aux points Nectar échangés.
- Bien que la marge brute de Groupe Aeroplan Europe ait augmenté de 270 points de base, le BAIIA ajusté a été négatif, essentiellement en raison du lancement de Nectar Italia, qui s'est traduit par des frais de lancement de 11,1 M\$ et une augmentation importante du passif relatif aux frais d'échange futurs attribuable en partie à l'émission de points promotionnels émis en Italie dans le cadre du lancement et à l'effet du calendrier de certaines activités de promotion au Royaume-Uni, de même qu'aux frais d'exploitation des opérations italiennes pour un trimestre complet. De plus, les facteurs suivants ont également eu une incidence sur le BAIIA ajusté du trimestre : i) une augmentation des frais de main-d'œuvre relatifs à I&C afin de soutenir l'augmentation des activités, et ii) une augmentation des dépenses d'exploitation commerciale en raison des efforts de développement des affaires par I&C sur les marchés internationaux, lesquels ont commencé à se concrétiser, comme en témoigne la signature d'une première entente avec CVS Caremark. Nous prévoyons que cette entente commencera à produire des revenus au second semestre de l'année.

Carlson Marketing – Faits saillants financiers

	Carlson Marketing
	<u>T1 2010</u>
<i>(en milliers de \$)</i>	
Facturation brute	156 891
Total des produits	155 020
Coût des primes et coûts directs	82 956
Marge brute	72 064
Frais de vente, frais généraux et d'administration	65 732
Bénéfice avant impôts sur les bénéfices	634
BAIIA ajusté	8 202
Marge brute - % du total des produits	46,5%
BAIIA ajusté - % du total des produits	5,3%

T1 2010 Faits saillants

- Croissance d'année en année avec le Canada et l'Asie Pacifique en tête.
- Déduction faite des coûts de transition de 2,6 M\$, le BAIIA ajusté s'élevait à 10,8 M\$ et la marge du BAIIA ajusté s'élevait à 6,9%.

Mise à jour: Carlson Marketing

Migration et coûts non-récurrents

Coûts de migration

Prévision initiale des coûts de migration (lors de l'acquisition)	15,0 M\$
<ul style="list-style-type: none">• Migration requise de l'infrastructure de l'ancienne société mère de Carlson Marketing	
Changement dans l'approche de migration de la technologie	7,0 M\$
<ul style="list-style-type: none">• Nécessaire par suite des protections accrues de sécurité pendant la migration des applications d'affaires	
Réingénierie des processus financiers et implantation du système financier	4,0 M\$
<ul style="list-style-type: none">• Il est maintenant nécessaire de revoir entièrement les processus et les systèmes financiers pour les activités aux États-Unis	
	<hr/>
	26,0 M\$
<ul style="list-style-type: none">• <i>La direction de Groupe Aeroplan explore avec Carlson Companies, Inc. des possibilités des solutions potentielles afin d'atténuer la hausse des coûts de migration</i>	

Coûts non-récurrents

Primes de rétention des employés	3,0 M\$
Modernisation du système d'approvisionnement des primes d'échange aux États-Unis	<u>3,0 M\$</u>
	6,0 M\$

Liquidité, prêt à long-terme et structure du capital

<i>(en millions de \$)</i>	31 mars 2010	31 déc 2009
Trésorerie et équivalents de trésorerie*	551,6	609,8
Liquidités soumises à restrictions	6,7	4,2
Placements à court terme	11,1	14,4
	<u>569,4</u>	<u>628,5</u>
Prêt à recevoir d'Air Canada	<u>150,0</u>	<u>150,0</u>
Dette à long terme	641,2	780,1
Capitaux propres	<u>2 026,8</u>	<u>1 915,4</u>

* Ce montant comprend des réserves d'environ 469 M\$ relatives aux programmes d'Aéropian Canada et de Nectar R.-U.

Perspectives 2010

Pour 2010, Groupe Aeroplan prévoit une croissance interne de 2 % à 4 % de la facturation brute de ses secteurs d'activités angulaires.

Groupe Aeroplan s'attend aussi à enregistrer une croissance du BAIIA ajusté consolidé en 2010.

De plus, Groupe Aeroplan prévoit une progression du BAIIA ajusté dans ses secteurs d'activités angulaires, après ajustement au titre des charges d'exploitation, qui devraient être non récurrentes et qui se rapportent : i) au lancement du programme Nectar Italia; et ii) à l'incidence des campagnes d'investissement au niveau des marques prévues en 2010 pour promouvoir les programmes Aéroplan et Nectar. En 2010, les flux de trésorerie disponibles devraient diminuer par suite des investissements dans la croissance future.

Pour Aéroplan Canada, la Société s'attend à ce que le coût moyen des primes par mille Aéroplan échangé ne dépasse pas 0,95 cents annuellement en 2010, et à ce que la marge brute demeure relativement stable.

La facturation brute de Carlson Marketing en 2010 devrait se situer à 600 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, lesquels devraient totaliser quelque 26 M\$ US. L'abandon réussi des solutions technologiques du vendeur aux États-Unis représente à la fois la plus grande opportunité et le plus grand risque associé au rendement de Carlson Marketing pour 2010. Bien qu'il soit prévu que la migration soit achevée en 2010, si l'implantation des applications réseau et client et celle des systèmes financiers devaient se poursuivre en 2011, les coûts de migration additionnels et tout paiement supplémentaire qui pourrait être exigé advenant la prorogation de la convention de services de transition pourraient atteindre 4 M\$ US par mois.

La quote-part revenant à Groupe Aeroplan des exigences de financement au titre du lancement du programme Nectar Italia, qui influera sur le BAIIA ajusté consolidé, devrait s'établir à quelque 15 M€ en 2010. Nectar Italia devrait générer une facturation brute annuelle de 60 M€ à 80 M€ d'ici trois ans et une facturation brute annuelle d'entre 30 M€ à 40 M€ en 2010.

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.

Les prévisions identifiées ci-dessus 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 section « Avertissement concernant les énoncés prospectifs ».

A blue-toned world map with a grid overlay, featuring a sun in the top right corner. The map shows the continents of North America, South America, Europe, and Africa. The word "ANNEXES" is centered in white text.

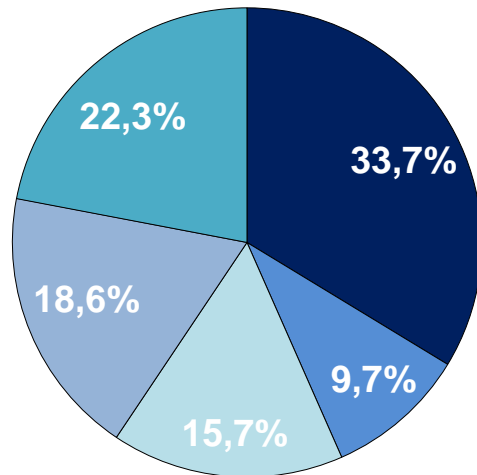
ANNEXES

Taux de change

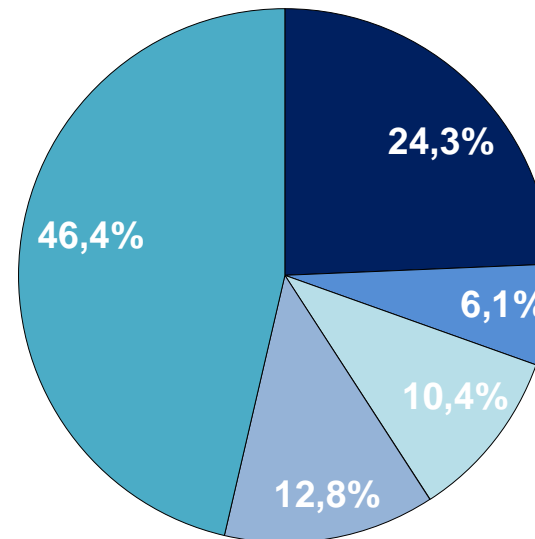
Période	Taux	T1 2010	T1 2009	Variation	Variation %
Taux à la fin de la période	£ à \$	1,5422	1,8022	(0,2600)	(14,4%)
Moyenne du trimestre	£ à \$	1,6256	1,7860	(0,1604)	(9,0%)
Taux à la fin de la période	AED à \$	0,2765	0,3431	(0,0666)	(19,4%)
Moyenne du trimestre	AED à \$	0,2834	0,3390	(0,0556)	(16,4%)
Taux à la fin de la période	AED à £	0,1807	0,1917	(0,0110)	(5,7%)
Moyenne du trimestre	AED à £	0,1746	0,1896	(0,0150)	(7,9%)
Taux à la fin de la période	USD à \$	1,0192	1,2613	(0,2421)	(19,2%)
Moyenne du trimestre	USD à \$	1,0409	1,2450	(0,2041)	(16,4%)
Taux à la fin de la période	EUR à \$	1,3737	1,6492	(0,2755)	(16,7%)
Moyenne du trimestre	EUR à \$	1,4406	1,6217	(0,1811)	(11,2%)

Facturation brute⁽¹⁾ par principal partenaire

T1 2009 Facturation brute
346,3 M\$



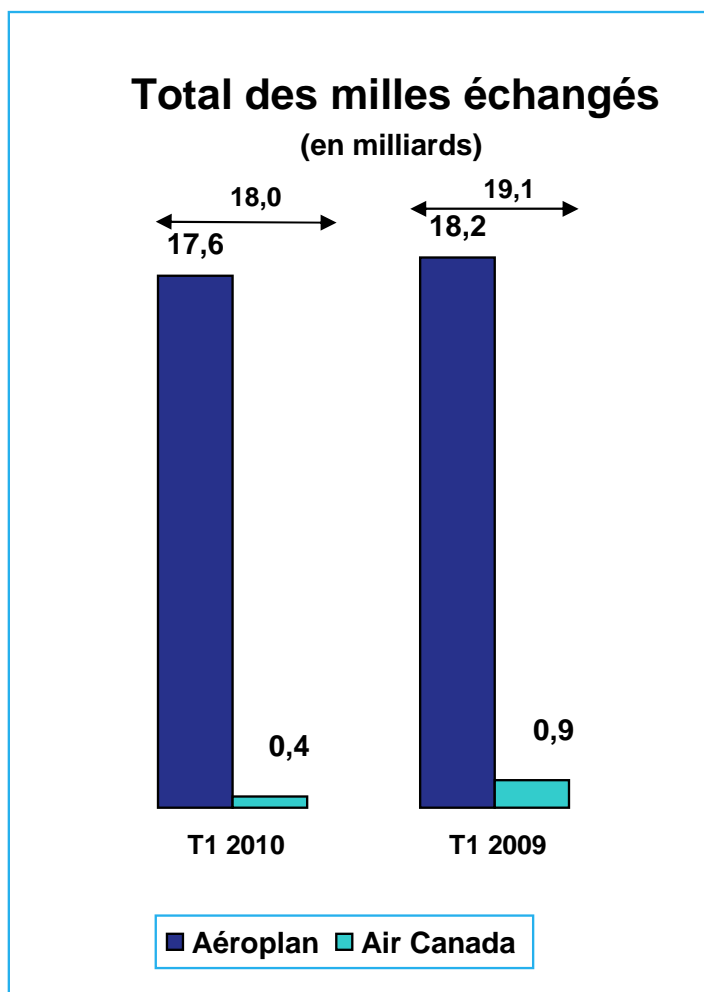
T1 2010 Facturation brute
517,9 M\$



■ Partenaire A ■ Partenaire B ■ Partenaire C ■ Air Canada ■ Autres

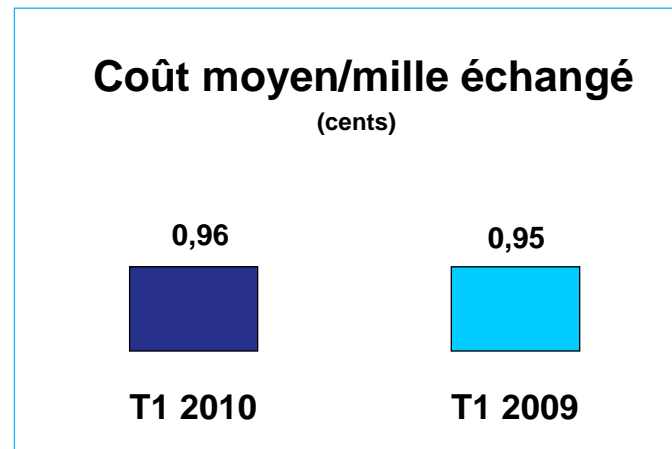
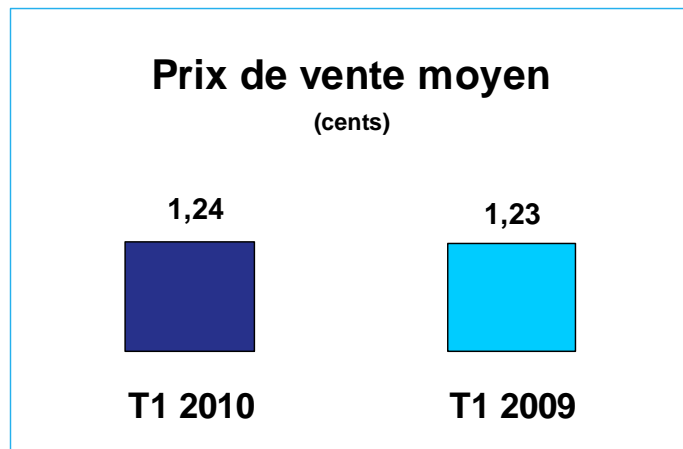
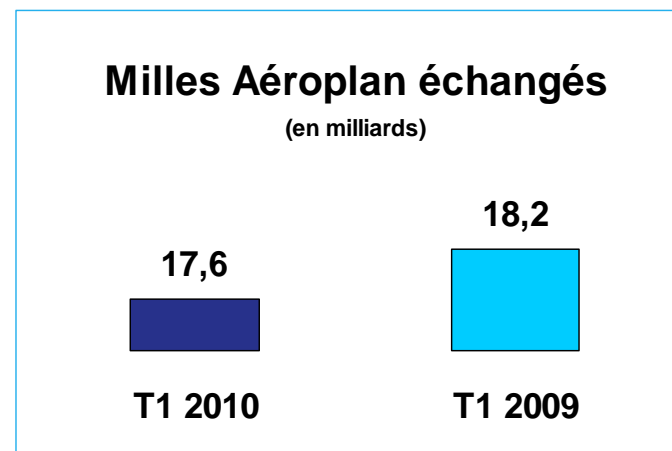
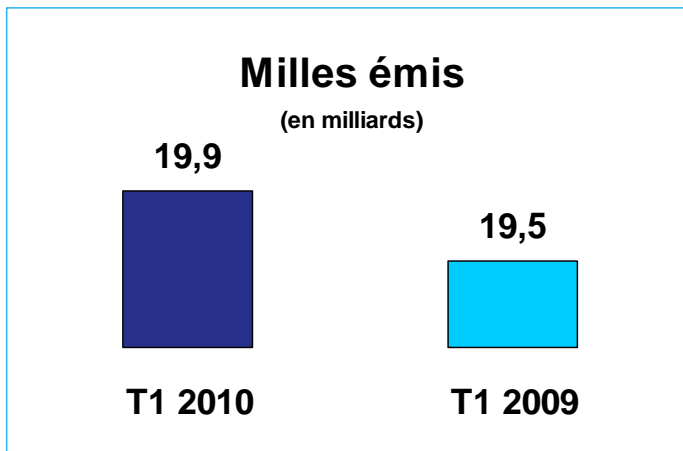
(1) La définition de la « facturation brute » a été actualisée afin de signifier les produits bruts de la vente des unités de fidélisation de Groupe Aeroplan (UFGA) et des services rendus ou à rendre.

Aéroplan Canada - Produits



(en millions)	31 mars, 2010	31 mars, 2009	Variation	Variation %
Produits au titre des milles				
Aéroplan	213,9	220,1	(6,2)	(2,8%)
Produits au titre des désistements	44,6	43,2	1,4	3,2%
Autres	14,1	14,5	(0,4)	(2,8%)
Total des produits	272,6	277,8	(5,2)	(1,9%)

Aéroplan Canada – Milles Aéroplan





T1 2010

Faits saillants

Le 12 mai 2010