



# T2 2010

## Faits saillants

Le 11 août 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 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,*

*Pour plus de renseignements, veuillez communiquer avec les Relations avec les investisseurs au (416) 352-3728 ou à [trish.moran@groupeaeroplan.com](mailto:trish.moran@groupeaeroplan.com),*



**DAVID ADAMS**

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

## Indicateurs financiers consolidés du T2 2010 tel que présentés et ajustés en devises constantes

<i>(en milliers de dollars sauf les données par action)</i>	<b>T2 2010 (tel que présentés)</b>	<b>T2 2009 (tel que présentés)</b>	<b>% Variation</b>	<b>Effet du taux de change</b>	<b>T2 2010 Devises constantes</b>	<b>T2 2009 (tel que présentés)</b>	<b>% Variation</b>
Facturation brute	555 734	358 947	54,8%	21 681	577 415	358 947	60,9%
Facturation brute au titre de la vente des UFGA	364 722	337 832	8,0%	19 804	384 526	337 832	13,8%
Total des produits	473 197	333 515	41,9%	14 112	487 309	333 515	46,1%
Coût des primes et coûts directs	274 256	204 360	34,2%	10 200	284 456	204 360	39,2%
Marge brute	198 941	129 155	54,0%	3 912	202 853	129 155	57,1%
Frais de vente, généraux et d'administration	141 746	65 994	114,8%	5 470	147 216	65 994	123,1%
Amortissement	7 166	5 127	39,8%	290	7 456	5 127	45,4%
Amortissement des contrats avec des partenaires d'accumulation, des relations clients et de la technologie	23 812	20 485	16,2%	367	24 179	20 485	18,0%
Bénéfice d'exploitation	26 217	37 549	(30,2%)	(2 377)	23 840	37 549	(36,5%)
Bénéfice net	13 991	26 746	(47,7%)	(1 337)	12 654	26 746	(52,7%)
<b>Mesures hors PCGR</b>							
BAIIA	57 195	63 161	(9,4%)	(1 720)	55 475	63 161	(12,2%)
BAIIA ajusté	89 883	70 564	27,4%	160	90 043	70 564	27,6%

## Indicateurs financiers consolidés – Année à date (AAD) 2010 tel que présentés et ajustés en devises constantes

*(en milliers de dollars sauf les données par action)*

	AAD 2010 (tel que présentés)	AAD 2009 (tel que présentés)	% Variation	Effet du taux de change	AAD 2010 Devises constantes	AAD 2009 (tel que présentés)	% Variation
Facturation brute	1 073 681	705 275	52,2%	30 512	1 104 193	705 275	56,6%
Facturation brute au titre de la vente des UFGA	702 991	664 080	5,9%	27 868	730 859	664 080	10,1%
Total des produits	979 976	689 339	42,2%	21 752	1 001 728	689 339	45,3%
Coût des primes et coûts directs	579 996	433 016	33,9%	15 318	595 314	433 016	37,5%
Marge brute	399 980	256 323	56,0%	6 434	406 414	256 323	58,6%
Frais de vente, généraux et d'administration	288 181	129 841	121,9%	8 825	297 006	129 841	128,7%
Amortissement	14 793	10 064	47,0%	464	15 257	10 064	51,6%
Amortissement des contrats avec des partenaires d'accumulation, des relations clients et de la technologie	46 780	40 200	16,4%	446	47 226	40 200	17,5%
Bénéfice d'exploitation	50 226	76 218	(34,1%)	3 383	46 843	76 218	(38,5%)
Bénéfice net	28 863	49 974	(42,2%)	1 653	27 210	49 974	(45,6%)
<b>Mesures hors PCGR</b>							
BAIIA	111 799	126 482	(11,6%)	(2 473)	109 326	126 482	(13,5%)
BAIIA ajusté	145 103	135 317	7,2%	(1 176)	143 927	135 317	6,4%

## Éléments non comparables du T2 2010

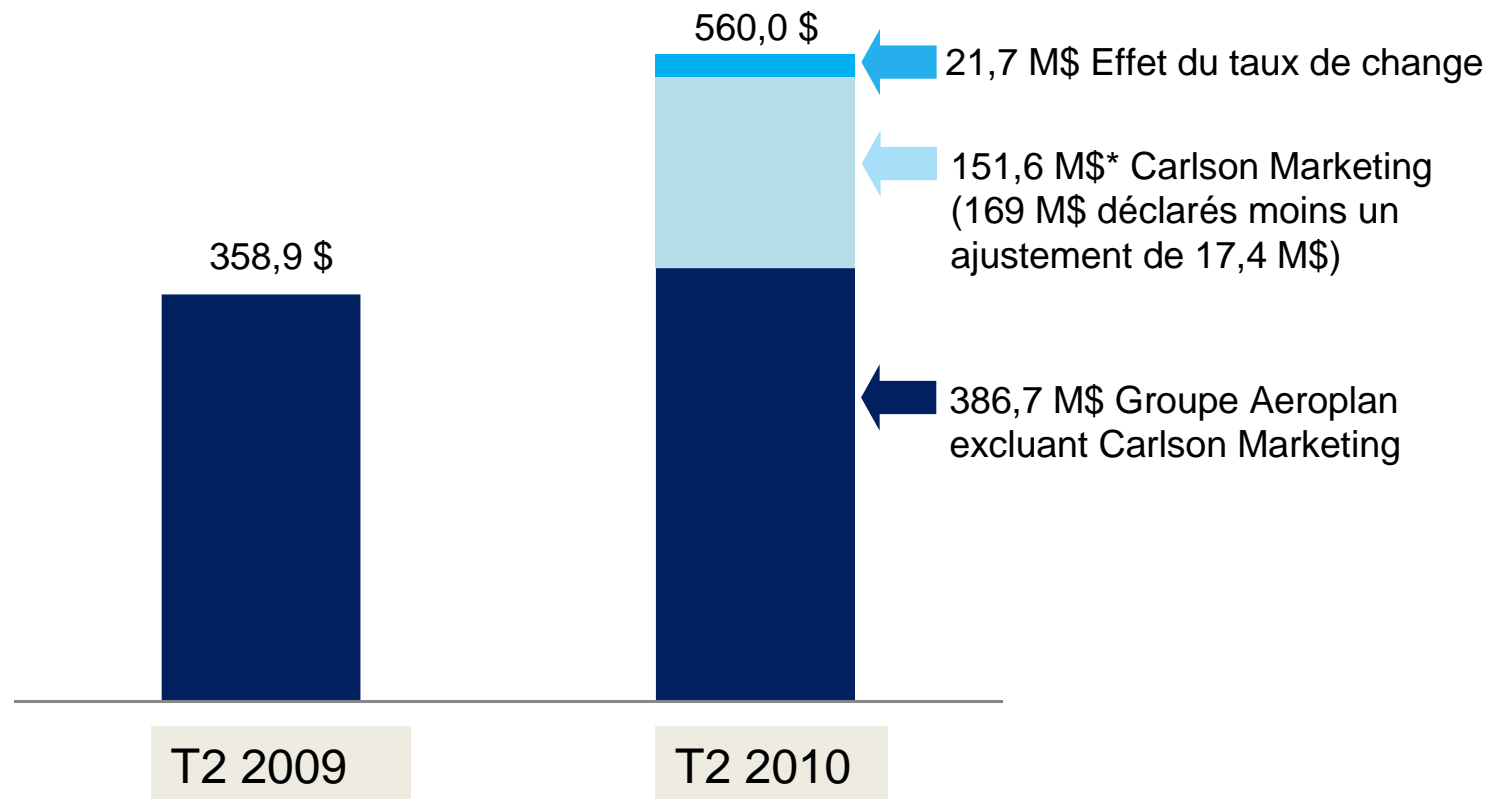
	Effet sur le BAIIA ajusté	Effet sur les flux de trésorerie disponibles
1. Nectar Italia - coûts de lancement	(7,4 M\$)	(7,4 M\$)
2. Carlson Marketing - coûts de migration	(3,0 M\$)	(3,0M\$)
3. Frais du siège social (honoraires de consultation stratégique)	(2,0 M\$)	(2,0 M\$)
4. Carlson Marketing – reclassement*	17,4 M\$	-
5. Paiement de dividendes sur actions privilégiées au T2 2010		(2,8 M\$)
6. Dépenses en immobilisations liées à la migration de Carlson Marketing		(2,8 M\$)
7. Intérêts débiteurs supplémentaires associés aux billets garantis de premier rang de série 3 émis en janvier 2010		(2,1 M\$)

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

\* 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.

# Facturation brute consolidée

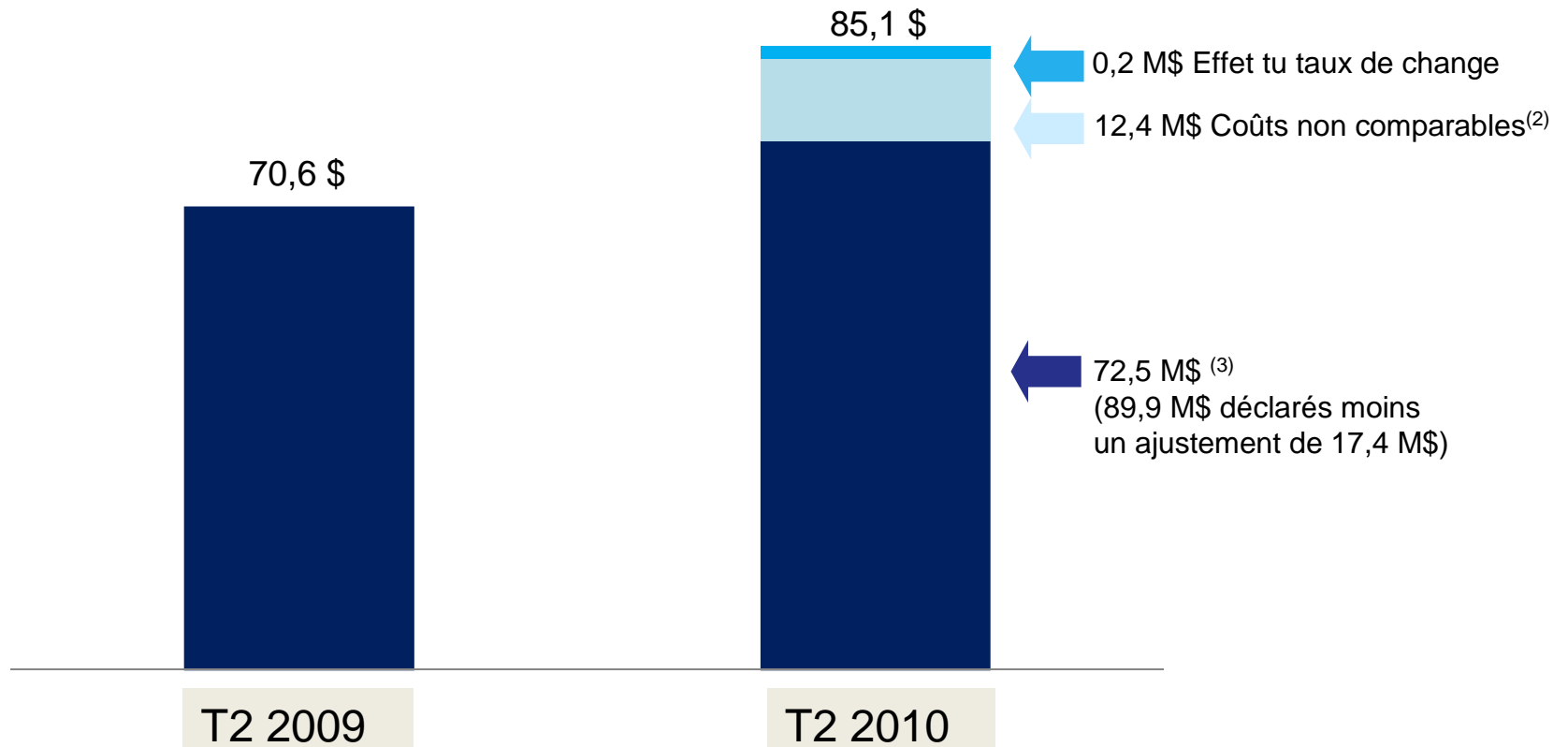
(en million de \$)



\*Carlson Marketing a généré une facturation brute de 169 M\$ au deuxième trimestre de 2010 dont 17,4 M\$ liés au reclassement non-récurrent de dépôts clients aux produits perçus d'avance au 30 juin 2010.

# 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 30 juin 2010.

(2) Éléments non comparables de 12,4 M\$ 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 transition de Carlson Marketing et des honoraires de consultation stratégique au niveau du siège social de 2,0 M\$.

(3) Carlson Marketing a généré un BAIIA ajusté de 21,9 M\$ au deuxième trimestre de 2010, dont 17,4 M\$ correspondent au reclassement non-récurrent de dépôts clients aux produits perçus d'avance au 30 juin 2010.



# Flux de trésorerie disponibles <sup>(1)</sup>

(en millions de \$)

Flux de trésorerie disponibles présentés au T2 2010 11,7 M\$

Éléments non comparables <sup>(2)</sup> ayant eu un effet sur le BAIIA ajusté et sur les liquidités 12,4 M\$

**En plus des coûts non comparables de 12,4 M\$ ayant eu une incidence sur le BAIIA ajusté, les éléments suivants ont aussi affecté les flux de trésorerie disponibles consolidés:**

- Paiement de dividendes sur actions privilégiées au T2 2010 2,8 M\$
- Immobilisation liées à la migration de Carlson Marketing 2,8 M\$
- Intérêts débiteurs supplémentaires associés aux billets garantis de premier rang de série 3 émis en janvier 2010 2,1 M\$

(1) Calculé selon la définition apparaissant dans le rapport de gestion de la société du trimestre terminé le 30 juin 2010.

(2) Les éléments non comparables s'élèvent à 12,4 M\$ et ont affecté les frais de vente, frais généraux et d'administration. Ils sont constitués de coûts de 7,4 M\$ associés au lancement de Nectar Italia, d'un montant de 3,0 M\$ dans le cadre de la migration de Carlson Marketing et d'honoraires de consultation stratégique au niveau du siège social de 2,0 M\$.

# Aéroplan Canada

## Faits saillant financiers T2 et AAD 2010

<i>(en milliers de \$)</i>	Aéroplan Canada			Aéroplan Canada		
	T2 2010	T2 2009	% Variation	AAD 2010	AAD 2009	%
Facturation brute	265 521	260 463	1,9%	526 074	515 189	2,1%
Facturation brute au titre de la vente des UFGA	253 960	246 401	3,1%	500 451	486 585	2,8%
Total des produits	238 622	255 147	(6,5%)	511 217	532 984	(4,1%)
Coût des primes et coûts directs	136 136	149 916	(9,2%)	304 637	322 962	(5,7%)
Marge brute	102 486	105 231	(2,6%)	206 580	210 022	(1,6%)
Frais de vente, frais généraux et d'administration	34 730	38 458	(9,7%)	70 562	75 721	(6,8%)
Amortissement	21 983	21 531	2,1%	43 933	43 024	2,1%
Bénéfices avant impôts sur les bénéfices	49 280	47 542	3,7%	101 438	93 089	9,0%
BAIIA ajusté	77 528	70 217	10,4%	145 312	137 364	5,8%
Marge brute - % du total des produits	42,9%	41,2%	170 pdb	40,4%	39,4%	100 pdb
BAIIA ajusté - % du total des produits	32,5%	27,5%	500 pdb	28,4%	25,8%	260 pdb
BAIIA ajusté - % de la facturation brute	29,2%	27,0%	220 pdb	27,6%	26,7%	90 pdb

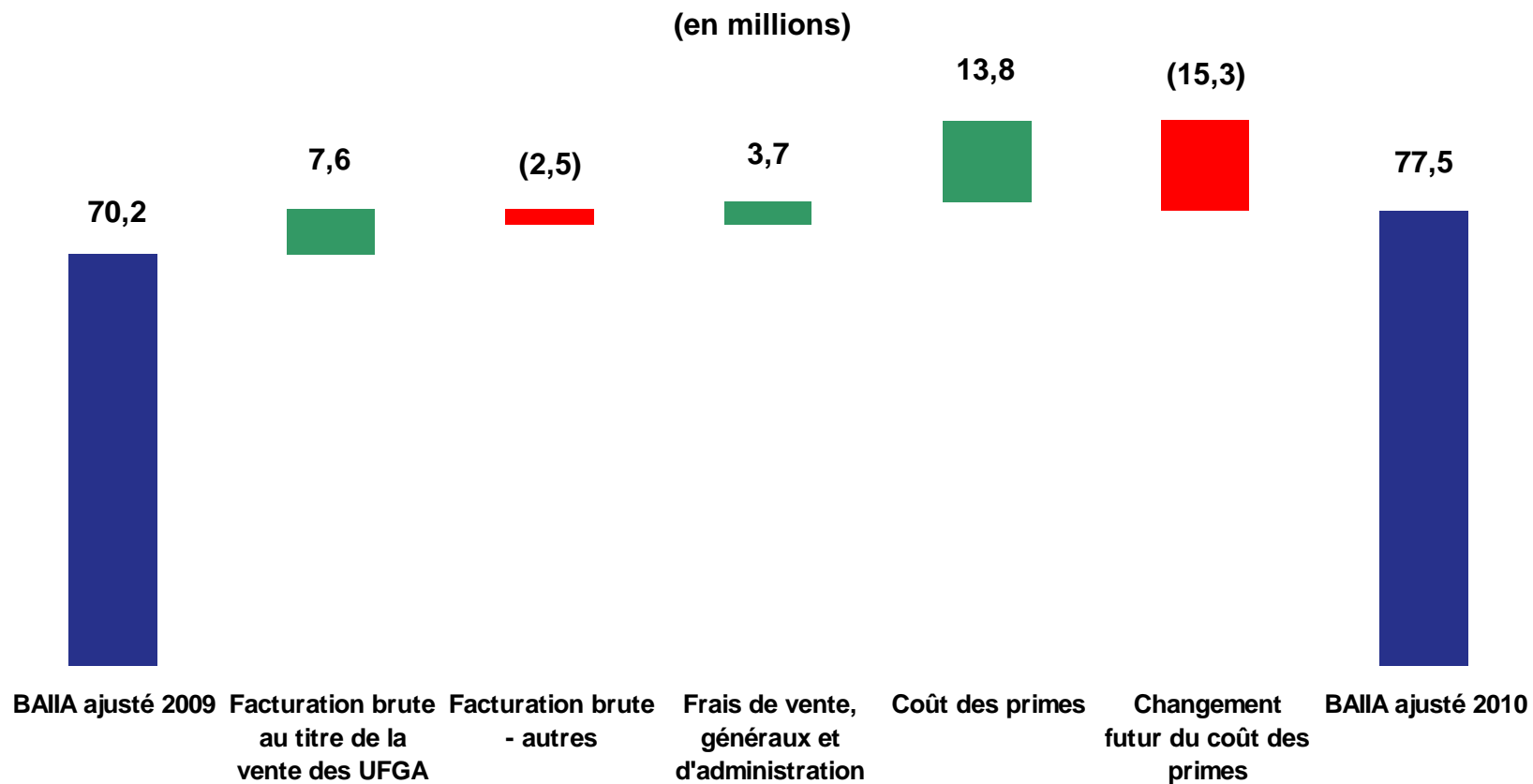
### T2 2010 Faits saillants

- La facturation brute au titre des UFGA a enregistré une progression positive des dépenses de consommation dans le portefeuille des cartes financières.
- Les milles émis ont continué à dépasser les milles échangés.
- Coût moyen du mille échangé de 0,91 cents contre 0,92 cents au deuxième trimestre de 2009.
- Aéroplan Canada a affiché une augmentation du pourcentage de marge brute et une nette amélioration du niveau d'endettement relié à l'exploitation.

# Aéroplan Canada

## Rapprochement du BAIIA ajusté

Rapprochement du BAIIA ajusté tel que présenté – 77,5 M\$ au T2 2010 contre 70,2 M\$ au T2 2009



# Groupe Aeroplan Europe

## Faits saillants financiers T2 2010

<i>(en milliers de \$)</i>	Présentés			Devises constantes			
	Groupe Aeroplan Europe			Effet du taux de change T2 2010	Groupe Aeroplan Europe		
	T2 2010	T2 2009	% Variation		T2 2010	T2 2009	% Variation
Facturation brute	121 256	98 484	23,1%	21 681	142 937	98 484	45,1%
Facturation brute au titre de la vente des UFGA	110 762	91 431	21,1%	19 804	130 566	91 431	42,8%
Total des produits	78 925	78 368	0,7%	14 112	93 037	78 368	18,7%
Coût des primes et coûts directs	57 045	54 444	4,8%	10 200	67 245	54 444	23,5%
Marge brute	21 880	23 924	(8,5%)	3 912	25 792	23 924	7,8%
Frais de vente, frais généraux et d'administration	30 593	23 709	29,0%	5 470	36 063	23 709	52,1%
Amortissement	3 675	4 081	(9,9%)	657	4 332	4 081	6,2%
Bénéfices avant impôts sur les bénéfices	(9 685)	(2 308)	319,6%	(1 732)	(11 417)	(2 308)	394,7%
BAIIA ajusté	896	4 174	(78,5%)	160	1 056	4 174	(74,7%)
Marge brute - % du total des produits	27,7%	30,5%	(280 pdb)		27,7%	30,5%	(280 pdb)
BAIIA ajusté - % du total des produits	1,1%	5,3%	(420 pdb)		1,1%	5,3%	(420 pdb)
BAIIA ajusté - % de la facturation brute	0,7%	4,2%	(350 pdb)		0,7%	4,2%	(350 pdb)

### T2 2010 Faits saillants

- La facturation brute au titre de la vente des UFGA a progressé de 42,8 pour cent pour s'établir à 130,6 M\$ en devises constantes. Cette augmentation s'explique par le rendement vigoureux du secteur de l'épicerie, l'impact sur une année complète de Homebase et une contribution de 20,4 M\$ provenant du nouveau programme Nectar Italia.
- LMG Insight & Communication (I&C), qui poursuit son expansion, est à l'origine de la majorité de l'augmentation de la facturation brute enregistrée avec d'autres.
- Le pourcentage de marge brute et la marge du BAIIA ajusté de Groupe Aeroplan Europe ont reculé. Ceci est principalement lié à deux facteurs. Premièrement, le succès de I&C, qui a signé des contrats avec deux importants détaillants en dehors du Royaume-Uni. I&C a engagé au deuxième trimestre des coûts directs de l'ordre de 1,5 M\$ (1M£) associés à l'établissement et à l'implantation de ces deux nouveaux contrats qui ne commenceront à générer des rentrées que dans le deuxième semestre. Deuxièmement, le BAIIA ajusté a été affecté de façon négative par les pertes d'exploitation initiales et des coûts de lancement de 7,4 M\$ du programme de Nectar Italia.
- Compte tenu de l'incidence des dépenses de lancement en cours en Italie, le programme Nectar R.-U. a vu son BAIIA ajusté progresser de 4,2 M\$ (2,3 M£) en 2009 à 8,5 M\$ (5,3 M£) en 2010.

# Groupe Aeroplan Europe

## Faits saillants - AAD 2010

	Présentés			Devises constantes			
	Groupe Aeroplan Europe			Effet du taux de change	Groupe Aeroplan Europe		
	AAD 2010	AAD 2009	% Variation	AAD 2010	AAD2010	AAD 2009	% Variation
<i>(en milliers de \$)</i>							
Facturation brute	221 759	190 086	16,7%	30 512	252 271	190 086	32,7%
Facturation brute au titre de la vente des UFGA	202 540	177 495	14,1%	27 868	230 408	177 495	29,8%
Total des produits	158 089	156 355	1,1%	21 752	179 841	156 355	15,0%
Coût des primes et coûts directs	111 328	110 054	1,2%	15 318	126 646	110 054	15,1%
Marge brute	46 761	46 301	1,0%	6 434	53 195	46 301	14,9%
Frais de vente, frais généraux et d'administration	64 138	42 817	49,8%	8 825	72 963	42 817	70,4%
Amortissement	6 616	7 240	(8,6%)	910	7 526	7 240	4,0%
Bénéfices avant impôts sur les bénéfices	(17 928)	(328)	n/m	(2 467)	(20 395)	(328)	n/m
BAIIA ajusté	(8 545)	11 256	(175,9%)	(1 176)	(9 721)	11 256	(186,4%)
Marge brute - % du total des produits	29,6%	29,6%	-		29,6%	29,6%	-
BAIIA ajusté - % du total des produits	(5,4%)	7,2%	n/m		(5,4%)	7,2%	n/m
BAIIA ajusté - % de la facturation brute	(3,9%)	5,9%	n/m		(3,9%)	5,9%	n/m

# Carlson Marketing – Faits saillants financiers

## T2 et AAD 2010

<i>(en milliers de \$)</i>	Carlson Marketing	
	T2 2010	AAD 2010
Facturation brute	168 957	325 848
Total des produits	155 650	310 670
Coût des primes et coûts directs	81 075	164 031
Marge brute	74 575	146 639
Frais de vente, frais généraux et d'administration	65 936	131 668
Amortissement	5 320	11 024
Bénéfice avant impôts sur les bénéfices	3 346	3 980
BAIIA ajusté	21 946	30 149
Marge brute - % du total des produits	47,9%	47,2%
BAIIA ajusté - % du total des produits	14,1%	9,7%
BAIIA ajusté - % de la facturation brute	13,0%	9,3%
Facturation brute (moins 17,4 M\$)	151 557	308 448
BAIIA ajusté (moins 17,4 M\$, plus 3,0 M\$ pour le T2 et 5,6 M\$ pour l'AAD relatifs à la migration)	7 546	18 349
BAIIA ajusté - % du total des produits	4,8%	5,9%
BAIIA ajusté - % de la facturation brute (nette du montant de 17,4M\$)	5,0%	5,6%

### T2 2010 Faits saillants

- Carlson Marketing a enregistré une croissance par rapport à l'exercice dernier, avec une facturation brute de 169 M\$ (151,6 M\$ sans l'ajustement de 17,4 M\$), qui reflète la vigueur de ses activités au Canada et en Asie-Pacifique.
- Le BAIIA ajusté, compte non tenu des coûts de migration de 3,0 M\$ et de l'ajustement de 17,4 M\$, aurait été de 7,5 M\$.
- La migration de Carlson Marketing devrait être achevée d'ici la fin de l'année et les coûts s'alignent sur l'estimation révisée tel qu'indiqué au T1.
- Confirmation des prévisions de l'année.

## Liquidité, prêt à long-terme et structure du capital

<i>(en millions de \$)</i>	<b>ProForma <sup>(2)</sup> 30 juin 2010</b>	<b>Actuel 30 juin 2010</b>	<b>Actuel 31 déc 2009</b>
Trésorerie et équivalents de trésorerie	675,3	541,1	609,9
Liquidités soumises à restrictions	6,8	6,8	4,2
Placements à court terme	11,5	11,5	14,4
	<u>693,6</u>	<u>559,4</u>	<u>628,5</u>
Prêt à recevoir d'Air Canada <sup>(1)</sup>	-	150,0	150,0
Dette à long terme	641,8	641,8	780,1
Capitaux propres	<u>1 991,4</u>	<u>2 007,2</u>	<u>1 915,4</u>

(1) Le prêt accordé à Air Canada a été remboursé le 3 août 2010.

(2) Après le remboursement du prêt à recevoir d'Air Canada et le rachat supplémentaire d'actions ordinaires en juillet 2010 de 22,1M\$

## Sommaire du rachat d'actions – AAD 2010

	<b>Nombre d'actions</b>	<b>Considération totale</b>	<b>Prix moyen par action</b>
Achat de 5 000 000 actions ordinaires en vertu de l'offre publique de rachat dans le cours normal des activités			
12 mai au 30 juin 2010	2 500 000	23,7 M\$	9,48 \$
1 <sup>er</sup> juillet au 11 août 2010	2 255 900	22,1 M\$	9,80 \$
	<u>4 755 900</u>	<u>45,8 M\$</u>	<u>9,61 \$</u>



A blue-toned world map with a grid overlay, featuring a sun in the top right corner. The map shows the outlines of continents and a network of latitude and longitude lines. The sun is depicted with rays emanating from it, positioned in the upper right quadrant of the map. The overall aesthetic is clean and professional, suitable for a document cover or title page.

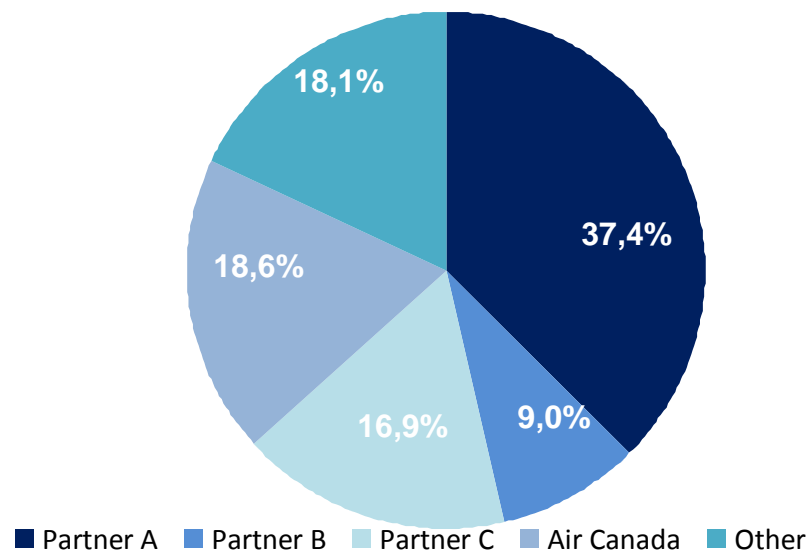
# ANNEXES

## Taux de change

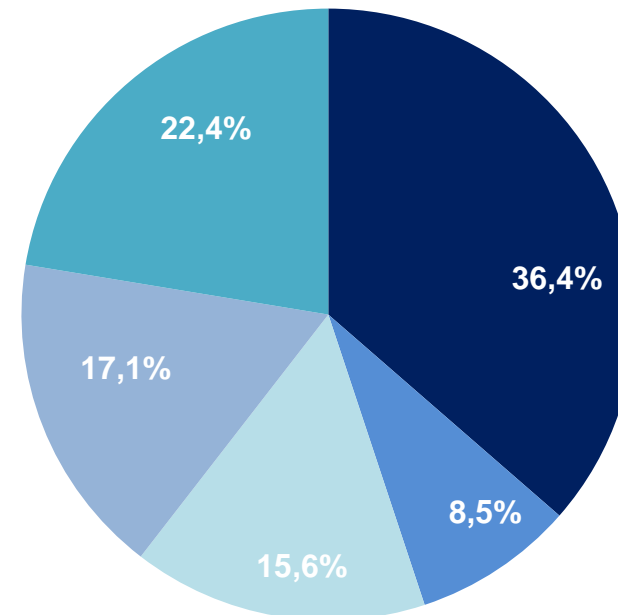
Période	Taux	T2 2010	T2 2009	Variation	% Variation
Taux à la fin de la période	£ à \$	1,5852	1,9122	(0,3270)	(17,1%)
Moyenne du trimestre		1,5330	1,8071	(0,2741)	(15,2%)
Moyenne de l'exercice		1,5793	1,7966	(0,2173)	(12,1%)
Taux à la fin de la période	AED à \$	0,2888	0,3165	(0,0277)	(8,8%)
Moyenne du trimestre		0,2798	0,3178	(0,0380)	(12,0%)
Moyenne de l'exercice		0,2816	0,3284	(0,0468)	(14,3%)
Taux à la fin de la période	AED à £	0,1807	0,1649	0,0158	9,6%
Moyenne du trimestre		0,1827	0,1764	0,0063	3,6%
Moyenne de l'exercice		0,1786	0,1829	(0,0043)	(2,4%)
Taux à la fin de la période	USD à \$	1,0646	1,1630	(0,0984)	(8,5%)
Moyenne du trimestre		1,0280	1,1672	(0,1392)	(11,9%)
Moyenne de l'exercice		1,0346	1,2058	(0,1712)	(14,2%)
Taux à la fin de la période	EUR à \$	1,3035	1,5785	(0,2750)	(17,4%)
Moyenne du trimestre		1,3073	1,6041	(0,2968)	(18,5%)
Moyenne de l'exercice		1,3739	1,6054	(0,2315)	(14,4%)

# Facturation brute au titre de la vente des UFGA<sup>(1)</sup> par principal partenaire

T2 2009 Facturation brute au titre de la vente des UFGA  
337,8 M\$

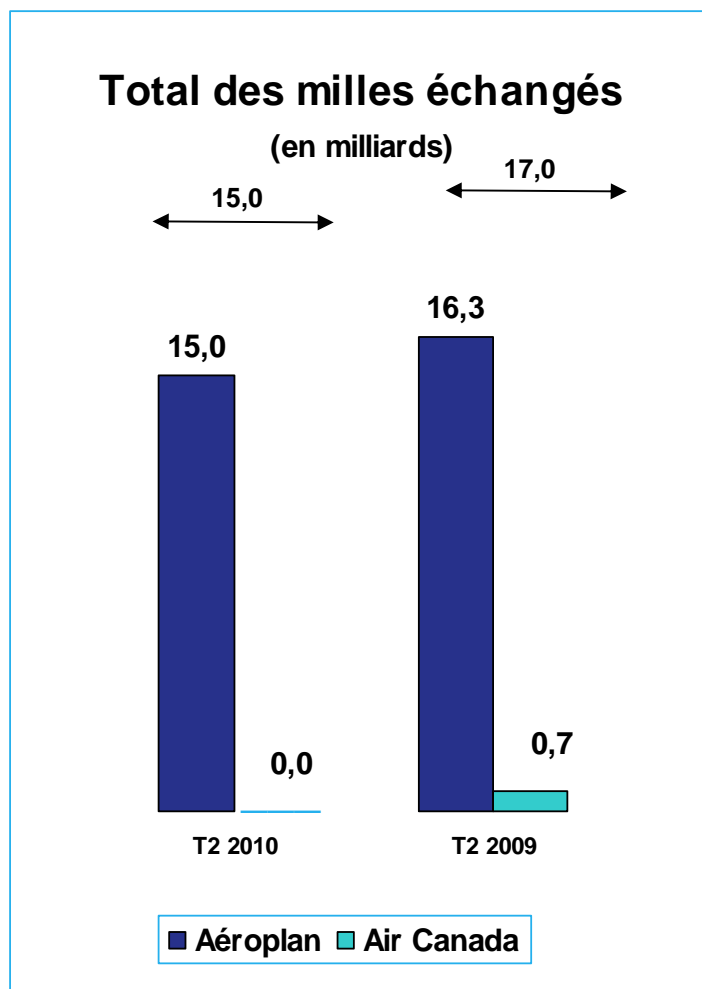


T2 2010 Facturation brute au titre de la vente des UFGA  
364,7 M\$



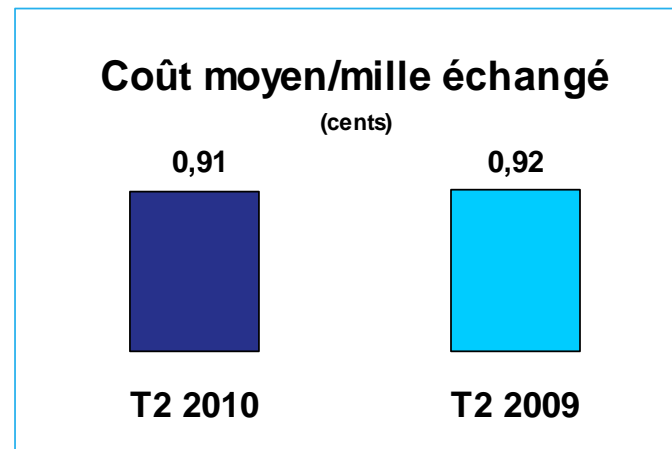
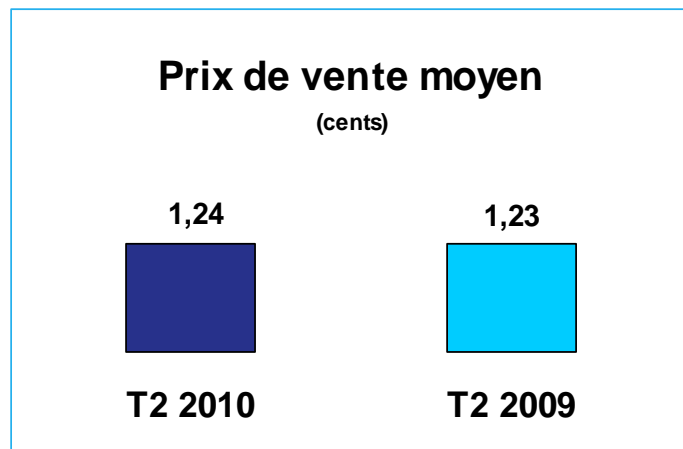
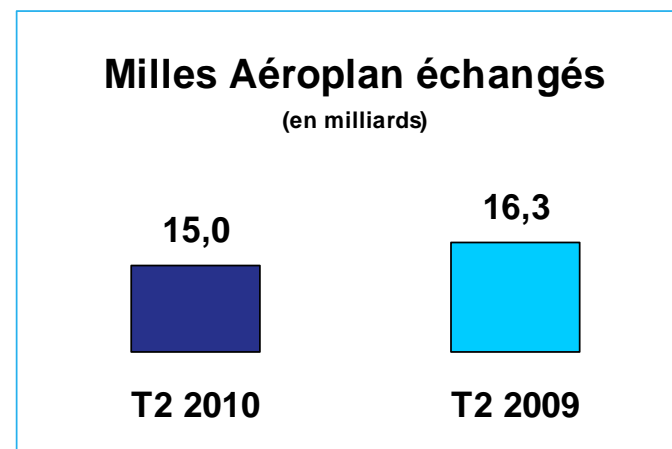
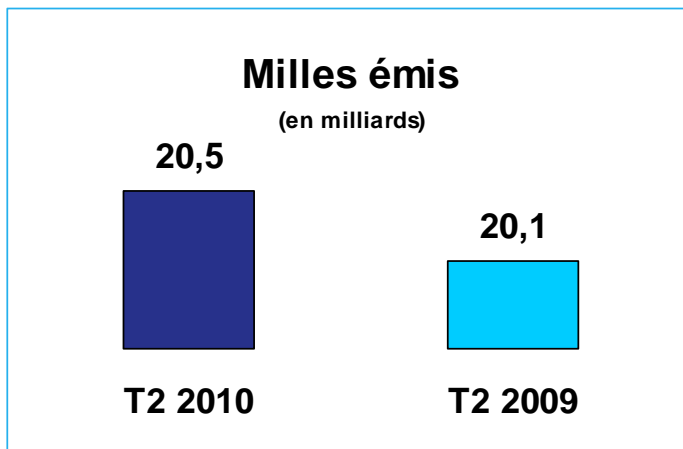
(1) La définition de la « facturation brute » a été mise à jour afin de désigner les produits bruts tirés de la vente d'unités de fidélisation de Groupe Aeroplan (UFGA).

# Aéroplan Canada - Produits



(en millions)	30 juin 2010	30 juin 2009	Variation	% Variation
Produits au titre des milles				
Aéroplan	182,4 \$	197,5 \$	(15,1) \$	(7,7%)
Produits au titre des désistements	44,7	43,6	1,1	2,5%
Autres	11,5	14,0	(2,5)	(17,9%)
<b>Total des produits</b>	<b>238,6</b>	<b>255,1</b>	<b>(16,5)</b>	<b>(6,5%)</b>

# Aéropian Canada – Milles Aéropian





# T2 2010

## Faits saillants

Le 11 août 2010