

Repousser les frontières de la fidélisation

T1 2011

Faits saillants financiers

Le 25 mai 2011



Énoncés prospectifs

Repousser les frontières de la fidélisation

La présente présentation contient des énoncés prospectifs. Ces derniers se reconnaissent à l'usage de termes tels que « prévoir », « croire », « pouvoir », « estimer », « s'attendre à », « avoir l'intention de », « planifier », « projeter », 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, la dépendance envers les principaux partenaires d'accumulation et les clients, les conflits d'intérêts, un nombre plus élevé que prévu d'échanges de primes, la réglementation, la situation de l'économie ou du marché du détail, la concurrence, les problèmes de liquidité d'Air Canada, les perturbations chez Air Canada ou dans l'industrie du voyage, des changements dans le secteur du transport aérien et une hausse des coûts des transporteurs aériens, les coûts d'approvisionnement et de capacité, les frais d'échange futurs non provisionnés, l'incapacité de protéger les bases de données et les renseignements personnels des consommateurs, la législation sur la protection des renseignements personnels, les changements aux programmes de fidélisation, la nature saisonnière des activités, d'autres facteurs et le rendement antérieur, les activités à l'étranger, les poursuites, la dépendance envers le personnel clé, les relations de travail, le passif au titre des régimes de retraite, les pannes d'équipement électronique et l'incapacité d'utiliser les logiciels tiers, l'incapacité de protéger les droits de propriété intellectuelle, les fluctuations des taux d'intérêt et du change, le niveau d'endettement et les clauses restrictives relativement à la dette actuelle et future, l'incertitude des versements de dividendes, la gestion de la croissance, les cotes 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 25 mai 2011 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.



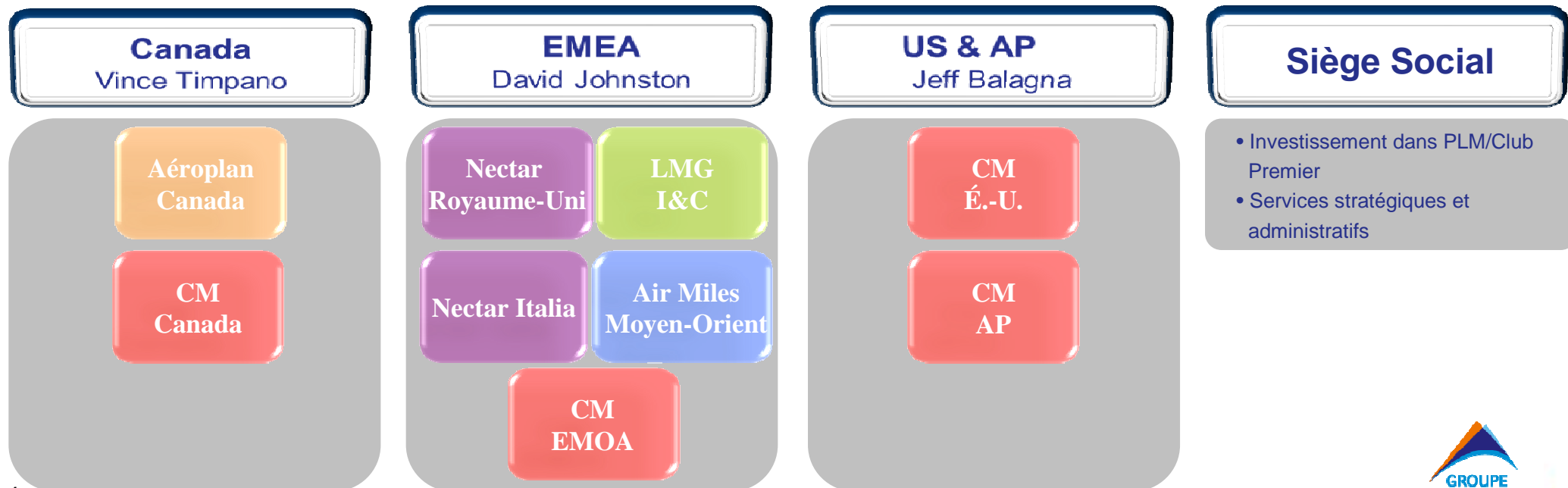
Repousser les frontières de la fidélisation

David Adams

Vice-président général et chef des affaires financières



- Les résultats du premier trimestre de 2011 de Groupe Aeroplan reflètent les changements suivants dans la présentation de l'information financière :
 - Adoption des Normes internationales d'information financière (IFRS) en date du 1^{er} janvier 2011
 - Nouvelle structure régionale :



(en millions de dollars)	Trimestres terminés les 31 mars		% Variation	
	2011	2010	Par rapport au même	En devises
			trimestre de	constantes ⁽³⁾
			l'exercice précédent	
Facturation brute	527,9	517,9	1,9%	3,1%
Facturation brute au titre de la vente des UFGA	362,7	338,3	7,2%	8,2%
Total des produits	546,2	508,3	7,5%	8,5%
Coûts des primes et coûts directs	327,6	305,7	7,2%	8,1%
Marge brute ⁽¹⁾	218,6	202,5	7,9%	9,1%
<i>Marge brute (%)</i>	<i>40,0%</i>	<i>39,8%</i>	<i>17 pdb</i>	<i>s. o.</i>
Amortissement	31,1	30,6	1,8%	2,6%
Charges opérationnelles	138,0	146,6	(5,9%)	(3,9%)
Résultat opérationnel	49,5	25,3	95,2%	92,2%
Quote-part du résultat net de PLM	6,1	--	s. o.	s. o.
Résultat net	25,3	15,3	65,1%	s. o.
Mesures hors PCGR				
BAIIA	80,6	55,9	44,2%	43,2%
BAIIA ajusté	72,6	55,8	29,9%	29,3%
<i>Marge du BAIIA ajusté (%)</i>	<i>13,7%</i>	<i>10,8%</i>	<i>296 pdb</i>	<i>s. o.</i>
BAIIA ajusté - jugement défavorable concernant la TVA ⁽²⁾	72,6	53,5	35,6%	34,9%
Flux de trésorerie disponibles avant le versement des dividendes	(21,2)	(38,9)	45,6%	s. o.

(1) Avant amortissement.

(2) Les résultats comparatifs pour 2010 sont présentés comme si le jugement de la CEJ concernant la TVA avait été rendu avant 2010.

(3) Pour des renseignements supplémentaires concernant les Devises constantes, veuillez consulter le communiqué de presse du 25 mai 2011 sur les résultats.

T1 2011 Faits saillants

- Résultats sans précédent d'Aéroplan Canada et solides résultats de Carlson Marketing Canada
- Résultats de Nectar Italia pour tout le premier trimestre
- Élimination progressive d'une partie des activités associées à Visa aux États-Unis
- Première comptabilisation à valeur de consolidation de la participation au bénéfice de PLM (Club Premier)

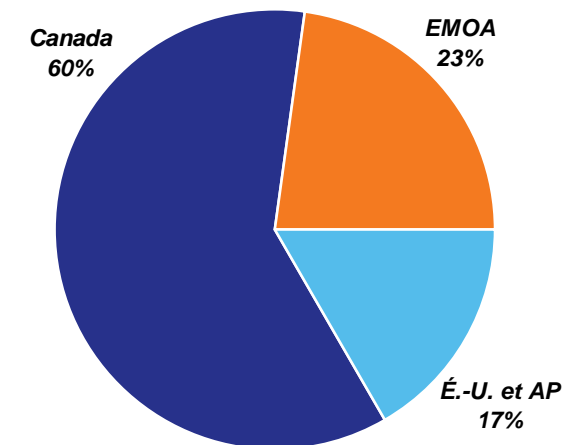


(en millions de dollars)	Trimestres terminés les 31 mars		% Variation	
	2011	2010	Par rapport au même trimestre de l'exercice précédent	En devises constantes ⁽²⁾
Canada				
Aéroplan Canada	275,2	260,6	5,6%	5,6%
Carlson Marketing Canada	58,8	36,9	59,3%	59,3%
Éliminations intersociétés	(14,3)	--	s. o.	s. o.
	319,7	297,5	7,5%	7,5%
EMOA ⁽¹⁾	120,7	111,4	8,4%	11,9%
É.-U et AP	87,4	109,0	(19,8%)	(18,0%)
Facturation brute globale	527,9	517,9	1,9%	3,1%

(1) Comprend la facturation brute de 12,0 M€ de Nectar Italia.

(2) Pour des renseignements supplémentaires concernant les Devises constantes, veuillez consulter le communiqué de presse du 25 mai 2011 sur les résultats.

Facturation brute par secteur



	Trimestres terminés les 31 mars		% Variation	
	2011	2010	Par rapport au même trimestre de l'exercice précédent	En devises constantes ⁽²⁾
<i>(en millions de dollars)</i>				
Canada				
Aéroplan Canada	77,2	68,8	12,2%	12,2%
Carlson Marketing Canada	10,8	4,3	151,2%	151,2%
	88,0	73,1	20,5%	20,5%
EMOA	3,2	(8,5)	137,5%	136,5%
É.-U. et AP	(6,9)	3,0	s.o.	s.o.
Siège social	(11,8)	(11,7)	(0,7%)	(0,7%)
BAlIA ajusté global	72,6	55,8	29,9%	29,3%
EMOA - jugement défavorable concernant la TVA ⁽¹⁾	3,2	(10,8)	129,5%	
BAlIA ajusté global - jugement défavorable concernant la TVA ⁽¹⁾	72,6	53,5	35,6%	

(1) Les résultats comparatifs pour 2010 sont présentés comme si le jugement de la CEJ concernant la TVA avait été rendu avant 2010.

(2) Pour des renseignements supplémentaires concernant les Devises constantes, veuillez consulter le communiqué de presse du 25 mai 2011 sur les résultats.

Carlson Marketing	T1 2011	Prévisions pour 2011
Facturation brute	153,5 M\$	Croissance de 7 % à 10 % ⁽¹⁾
Marge du BAIIA ajusté ⁽²⁾	4,9%	De 6 % à 8 %

- (1) Comprend environ 60 M\$ en facturation brute intersociétés pour des primes non aériennes.
 (2) Excluant l'incidence des coûts non récurrents associés à l'élimination progressive d'une partie des activités associées à Visa aux États-Unis ainsi que les coûts de restructuration liés à la création de la nouvelle structure régionale de Groupe Aeroplan.

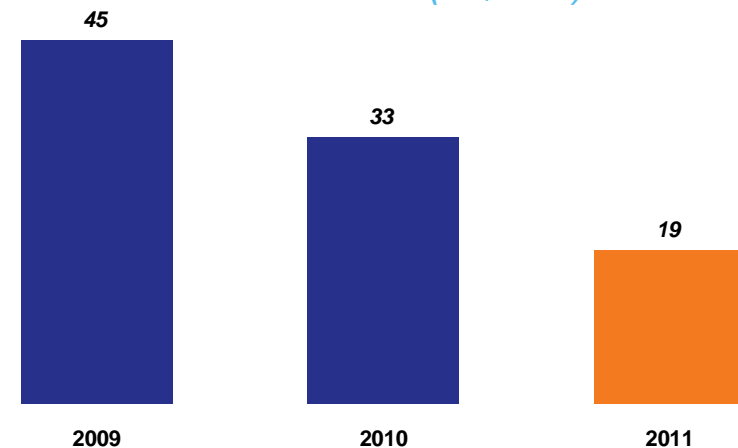
Rendement du 1^{er} trimestre

- **É.-U.** – Incidences négatives sur le rendement :
 - Élimination progressive d'une partie des activités associées à Visa (la gestion des primes, évaluée à 45 M\$ US par année, a été retenue)
 - Impact sur T1 2011 = Facturation brute de 20,7 M\$ US
 - Impact sur l'exercice 2011 = Facturation brute de 60,0 M\$ US
 - Faiblesse persistante de l'économie américaine
- **Canada** – Croissance soutenue par le secteur financier
 - Facturation brute en hausse de 59 % par rapport à T1 2010
 - Croissance de 151 % du BAIIA ajusté par rapport à T1 2010
 - Internalisation stratégique de la gestion des primes non aériennes d'Aéroplan Canada
- **AP** – Croissance des produits
 - Prolongations d'ententes conclues avec ExxonMobil et Qantas
 - Nouvelles affaires conclues avec Bendigo Bank
 - Malgré les tremblements de terre dévastateurs au Japon et en Nouvelle-Zélande, l'ensemble de l'Asie est en voie de maintenir sa croissance
- **EMOA**
 - Faiblesse persistante de l'économie du Royaume-Uni
 - Conception du programme d'échange de milles easyJet pour Nectar Royaume-Uni

Réalisations clés suite à l'acquisition de Carlson Marketing

- Économies en services informatiques et administratifs
- Synergies
- Présence établie aux États-Unis
- Nouveaux secteurs

Coûts des services informatiques et administratifs ⁽¹⁾ (M\$ US)



- (1) En 2009, les services informatiques, finances, affaires juridiques et ressources humaines de la Société étaient assurés par l'ancienne société-mère de Carlson Companies Inc. Les plateformes technologiques et les services ont été subséquemment transférés à Carlson Marketing et sont maintenant gérés de façon autonome, et ce depuis la fin de 2010.



	Trimestres terminés les 31 mars		Variation (\$)
	2011	2010	
<i>(en millions de dollars)</i>			
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	7,3	1,9	5,4
Intérêts gagnés	1,8	5,2	(3,4)
Intérêts payés	(13,9)	(7,6)	(6,3)
Impôts payés	(10,1)	(29,2)	19,1
Sorties nettes liées aux activités d'exploitation	(14,8)	(29,7)	14,9
Dépenses en immobilisations	(6,3)	(9,2)	2,9
Flux de trésorerie disponibles avant le versement des dividendes	(21,2)	(38,9)	17,7
Dividendes versés sur les actions ordinaires et privilégiées	(25,8)	(27,1)	1,3
Flux de trésorerie disponibles	(47,0)	(66,0)	19,0

Premier Loyalty & Marketing/ Club Premier

Faits saillants T1 2011

Repousser les frontières de la fidélisation

- Le 28 février 2011, nous avons réalisé la deuxième partie de notre investissement dans Premier Loyalty & Marketing (PLM) de 11,8 M\$ US (11,8 M\$), portant à 28,86 % notre participation à la mise de fonds de cette société.
- Ce débours a été effectué suite à la conclusion de l'importante entente avec PLM et à l'annonce de l'entente sur une carte de crédit bi-marque entre PLM, Aeromexico et Grupo Financiero Banamex, une des plus importantes institutions financières du Mexique.
- Comptabilisation de notre quote-part du bénéfice net de PLM de 6,1 M\$, qui comprend :
 - un gain de juste valeur de 3,3 M\$ découlant du traitement comptable selon la méthode d'acquisition progressive
 - un montant de 2,8 M\$* représentant notre quote-part du bénéfice net de PLM pour le mois de mars (y compris un bénéfice comptable provenant de cet investissement supplémentaire)

PLM
T1 2011
Faits saillants

- PLM a généré une facturation brute de 24,5 M\$ US au 1^{er} trimestre de 2011
- 2,8 millions de membres inscrits et 57 partenaires commerciaux

* Ce montant n'est pas représentatif de résultats trimestriels futurs.

Bilan

<i>(en millions de dollars)</i>	31 mars 2011	31 décembre 2010
Trésorerie et équivalent de trésorerie	295,3 \$	538,6 \$
Liquidités soumises à restrictions	13,4 \$	12,6 \$
Placements à court terme	0,5 \$	--
Placements à long terme ⁽¹⁾	302,2 \$	176,9 \$
	611,5 \$	728,1 \$
Dette à long terme (y compris la partie à court terme)	644,8 \$	643,9 \$
Capitaux propres	1 577,6 \$	1 632,2 \$

(1) Le 2 février 2011, Groupe Aeroplan a investi 125,9 M\$ de plus en obligations de sociétés et d'obligations gouvernementales, classées à titre de placements à long terme, pour constituer une partie de la réserve au titre des échanges de milles Aéroplan Canada. Ces placements à long terme comportent une échéance originale de quatre à huit ans et offrent un taux de rendement de 3,22 %.

Refinancement et réserve au titre des échanges

- Le 6 mai 2011, nous avons négocié une modification de nos facilités de crédit existantes avec le syndicat de prêteurs
 - Remboursement de l'encours de 100,0 M\$ de la facilité à terme
 - La nouvelle facilité de crédit garantie se compose désormais exclusivement d'une facilité de crédit renouvelable de 300,0 M\$
 - Échéance prolongée de deux ans jusqu'en avril 2014
 - Modifications de certaines clauses relatives aux distributions et à la réserve au titre des échanges
 - Baisses négociées pour les taux d'intérêt permettant de réduire les coûts de financement
- En date du 31 mars 2011, cette réserve s'élevait à 400,0 M\$
- Le conseil a approuvé une réduction de la réserve à 300 M\$ en date du 25 mai 2011; 100 M\$ seront appliqués à l'offre publique de rachat dans le cours normal des activités

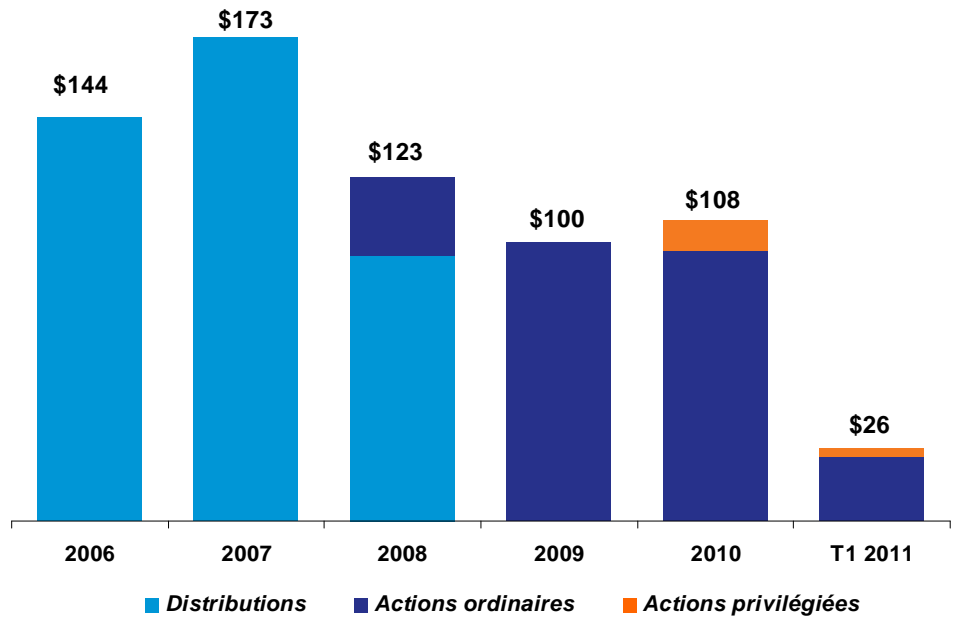
Taux de distribution pour l'exercice 2011

- Nous nous attendons à ce que le taux de distribution se situe à environ 50 % du point milieu de nos prévisions de flux de trésorerie disponibles
- La politique en matière de dividendes sera revisitée sur une base annuelle

Taux de rendement de l'action



Dividendes et distributions (M\$)



- Actions ordinaires
 - Augmentation du dividende de 20% pour atteindre \$0,60 par action
- Au cours des cinq dernières années, nous avons retourné plus de 900 M\$ à nos actionnaires, notamment par le rachat d'actions dans le cadre de son offre publique de rachat dans le cours normal des activités



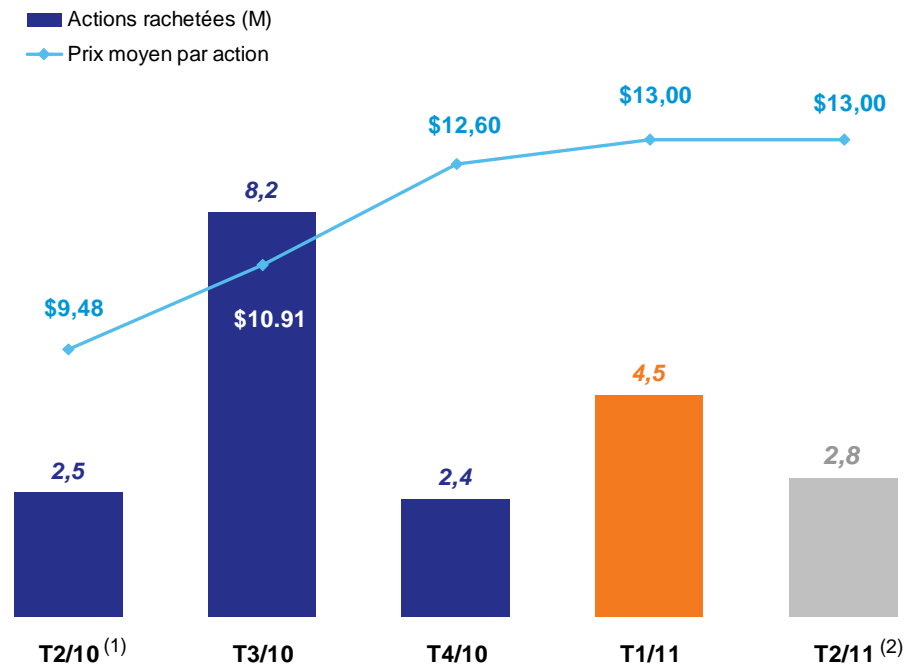
Récapitulatif des rachats d'actions

Repousser les frontières de la fidélisation

Offre publique d'achat initiale	Actions rachetées	Contrepartie	Prix moyen par action
12 mai au 30 juin 2010	2 500 000	23,7 M\$	9,48 \$
1 ^{er} juillet au 30 septembre 2010	8 150 600	88,9 M\$	10,91 \$
1 ^{er} octobre au 31 décembre 2010	2 372 300	29,9 M\$	12,60 \$
Total des actions rachetées au cours de l'exercice 2010	13 022 900	142,5 M\$	10,94 \$
1 ^{er} janvier au 31 mars 2011	4 468 500	58,1 M\$	13,00 \$
Total des actions rachetées au 31 mars	17 491 400	200,6 M\$	11,47 \$
1 ^{er} avril au 13 mai 2011	2 492 231	32,4 M\$	13,00 \$
Total des actions rachetées au 13 mai 2011	19 983 631	233,0 M\$	11,66 \$

Offre publique de rachat renouvelée

16 mai au 24 mai 2011	310 000	4,0 M\$	12,90 \$
Total des actions rachetées (dans le cadre des offres publiques de rachat initiale et renouvelée) au 24 mai 2011	20 293 631	237,0 M\$	11,68 \$



(1) 12 mai au 30 juin, 2010

(2) 1^{er} avril au 24 mai 2011

Outre la mise à jour concernant la contribution de Carlson Marketing au BAIIA ajusté de 2011, la Société n'a pas de modifications aux prévisions annuelles pour 2011 qui ont été publiées dans le communiqué du 24 février 2011 sur les résultats financiers. Les résultats d'exploitation sont assujettis à des variations saisonnières et ne sont pas représentatifs de nos attentes pour l'ensemble de l'exercice. Des prévisions par région sont maintenant présentées selon la nouvelle segmentation régionale. Cette mise à jour reflète les nouveaux secteurs opérationnels et ne modifie pas nos prévisions.

Prévisions (tel que présentées le 24 février 2011)

La Société prévoit que ses résultats consolidés pour l'exercice se terminant en 2011 se situeront à l'intérieur des fourchettes suivantes :

	Fourchette cible
Facturation brute	Croissance de 4 % à 6 %
BAIIA ajusté ¹	De 355 M\$ à 365 M\$
Flux de trésorerie disponibles ^{2, 3}	De 190 M\$ à 210 M\$

¹ À l'intérieur de la fourchette cible du BAIIA ajusté de l'ensemble des activités, Carlson Marketing devrait générer des marges récurrentes du BAIIA ajusté de 6 % à 8 %, excluant l'incidence négative des coûts associés à l'élimination progressive d'une partie des activités associées à Visa aux États-Unis ainsi que les coûts de restructuration liés à la création de la nouvelle structure régionale de Groupe Aeroplan.

² Flux de trésorerie disponibles avant dividendes, compte non tenu d'un paiement net prévu de 72,2 M\$ (46,3 M€) lié au jugement de la CEJ concernant la TVA, qui viendra réduire les flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation présentés dans l'état des flux de trésorerie. Au règlement du jugement de la CEJ concernant la TVA, le produit en trésorerie tiré de l'encaisse en fidéicommissé de 42,3 M\$ (27,1 M€) et les intérêts connexes d'environ 1,2 M\$ (0,8 M€) seront classés dans les flux de trésorerie liés aux activités d'investissement dans l'état des flux de trésorerie et viendront contrebalancer en partie le paiement susmentionné. Les sorties nettes prévues en 2011 au titre du jugement de la CEJ concernant la TVA, en fonction des soldes courus au 31 mars 2011, sont estimées à 28,7 M\$ (18,4 M€).

³ Les flux de trésorerie disponibles se situeront dans une fourchette de 190 M\$ à 210 M\$ en 2011, y compris des dépenses supplémentaires prévues de 45 M\$ à 65 M\$ par rapport à 2010, surtout en raison de la hausse des échanges liés à Nectar Italia, dont les membres atteindront bientôt les seuils d'échange, de la progression des échanges liés à Aeroplan Canada résultant des améliorations apportées au programme et des investissements effectués dans le but de fidéliser les membres, ainsi que de l'augmentation des dépenses en immobilisations et des impôts en trésorerie. En 2011, le paiement de dividendes sur les actions privilégiées pour l'ensemble de l'exercice (11 M\$) et un paiement d'intérêts supplémentaire sur les billets garantis de premier rang, série 3 (7 M\$), se répercuteront sur les flux de trésorerie disponibles, lesquels ne seront pas avantagés par le produit d'intérêts et les frais pour paiement anticipé au titre du prêt syndiqué à Air Canada (16 M\$) comptabilisés en 2010.

Les dépenses en immobilisations prévues pour l'exercice 2011 devraient atteindre environ 55,0 M\$. Nos prévisions indiquent un taux d'impôts exigibles approximatif de 30 % au Canada, et la Société ne s'attend pas à ce que ses autres activités étrangères donnent lieu à d'importants impôts en trésorerie sur les bénéfices.

Pour l'exercice 2011, sur une base sectorielle, Groupe Aeroplan prévoit une croissance de la facturation brute de ses secteurs d'activité comme suit :

Région	Taux cible de croissance de la facturation brute
Canada	De 4 % à 6 %
EMOA	De 12 % à 15 %
É.-U. et AP ⁴	De moins 10 % à moins 7 %

⁴ La baisse de la facturation brute par rapport au premier trimestre de 2010 reflète une incidence négative de 60 M\$ US pour l'ensemble de l'exercice découlant de la résiliation progressive de certains éléments des activités liées à Visa aux États-Unis.

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

Les perspectives de 2011 excluent les effets des fluctuations des taux de change et ont été produites à l'aide d'un certain nombre d'hypothèses économiques et de marché, y compris des hypothèses concernant la conjoncture économique des pays dans lesquels la Société exerce ses activités, la concurrence et les lois fiscales applicables aux activités de la Société. La Société tient à rappeler que les hypothèses utilisées pour préparer les prévisions énoncées ci-dessus pour 2011, bien qu'elles étaient raisonnables au moment où elles ont été établies, pourraient s'avérer incorrectes ou inexactes. Par conséquent, les résultats réels pourraient différer considérablement de nos attentes énoncées dans le présent communiqué de presse. 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.

Repousser les frontières de la fidélisation

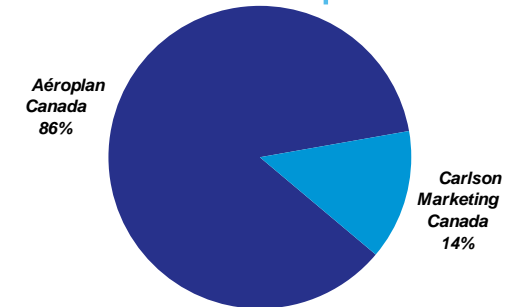
Annexe



(millions de dollars)	Trimestres terminés les 31 mars		Variation comparée au même trimestre de l'exercice précédent
	2011	2010	
Facturation brute			
Aéroplan Canada	275,2	260,6	5,6%
Carlson Marketing Canada	58,8	36,9	59,3%
Éliminations intersociétés	(14,3)	--	s. o.
	319,7	297,5	7,5%
Produits totaux			
Aéroplan Canada	309,8	274,4	12,9%
Carlson Marketing Canada	59,0	35,9	64,3%
Éliminations intersociétés	(14,3)	--	s. o.
	354,5	310,3	14,2%
Marge brute ⁽¹⁾			
Marge brute (%)	42,3%	39,8%	251 pdb
Aéroplan Canada	125,0	105,9	18,0%
Carlson Marketing Canada	25,1	17,7	41,8%
	150,1	123,6	21,4%
Résultat opérationnel			
Aéroplan Canada	64,7	48,3	34,0%
Carlson Marketing Canada	8,0	0,3	s. o.
	72,7	48,6	49,6%
BAIIA ajusté			
Marge du BAIIA ajusté (%)	27,5%	24,6%	296 pdb
Aéroplan Canada	77,2	68,8	12,2%
Carlson Marketing Canada	10,8	4,3	151,2%
	88,0	73,1	20,5%

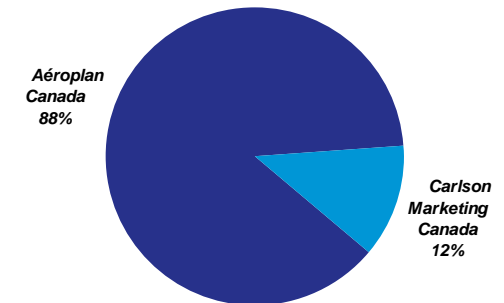
(1) Avant amortissement.

Facturation brute par secteur*



(1) Excluant les éliminations intersociétés

BAIIA Ajusté par secteur



Canada - T1 2011 Faits saillants

16

- **Aéroplan Canada – Résultats sans précédent**
 - La facturation brute a augmenté de 5,6 % et le BAIIA ajusté a progressé de 12,2 %
 - Un rendement amélioré attribuable à une augmentation d'activité de la part des transporteurs aériens partenaires, à un accroissement des dépenses de consommation moyennes par carte de crédit active, à la croissance soutenue du secteur du détail et à la reprise du secteur du voyage
 - Récipiendaire de quatre Frequent Traveler Awards
- **Carlson Marketing Canada** - L'année connaît un bon départ en raison de la croissance du secteur financier
 - Les importantes synergies associées à l'acquisition de Carlson Marketing engendrent leurs premiers bénéfices

(millions de dollars)	Trimestres terminés les 31 mars		% Variation	
	2011	2010	Par rapport au même trimestre de l'exercice précédent	En devises constantes ⁽³⁾
Facturation brute	120,7	111,4	8,4%	11,9%
Produits totaux	103,9	89,7	15,8%	19,6%
Marge brute ⁽¹⁾	33,2	31,2	6,4%	9,6%
Marge brute (%)	31,9%	34,8%	(284 pdb)	s.o.
Résultat opérationnel	(2,4)	(11,3)	79,1%	75,4%
BAlIA Ajusté	3,2	(8,5)	137,5%	136,5%
Marge du BAlIA ajusté (%)	2,6%	(7,6%)	1029 pdb	s.o.
Marge brute - jugement défavorable concernant la TVA ^{(1) (2)}	33,2	29,4	12,7%	
BAlIA ajusté - jugement défavorable concernant la TVA ⁽²⁾	3,2	(10,8)	129,5%	

(1) Avant amortissement.

(2) Les résultats comparatifs pour 2010 sont présentés comme si le jugement de la CEJ concernant la TVA avait été rendu avant 2010.

(3) Pour des renseignements supplémentaires concernant les Devises constantes, veuillez consulter le communiqué de presse du 25 mai 2011 sur les résultats.

EMOA - T1 2011 Faits saillants

- **Nectar Royaume-Uni**
 - Hausse de 3,5 M\$ de la facturation brute, soit une progression de 4,1 % par rapport au 1^{er} trimestre de 2010
 - Les points émis ont diminué de 0,3 % par rapport au premier trimestre de 2010, la croissance des secteurs de l'épicerie et des ventes en ligne étant contrebalancée principalement par l'incidence du changement vers un nouveau partenaire d'accumulation, soit British Gas
 - Les échanges de milles se sont accrus de 6,4 % par rapport au premier trimestre de 2010, par suite surtout de la croissance du nombre total de points Nectar en circulation et de la popularité soutenue des primes en ligne
- **Nectar Italia**
 - Facturation brute de 12,0 M€, soit 6,2 M€ (8,9 M\$) de plus qu'au premier trimestre de 2010
 - Trimestre complet d'exploitation en 2011, alors qu'il n'y avait qu'un mois d'activité en 2010
 - Les points émis ont progressé de 52 % par rapport au premier trimestre de 2010
- **LMG I&C**
 - Les produits ont augmenté de 97,5 % par rapport au premier trimestre de l'exercice précédent grâce à une intensification de l'activité au Royaume-Uni et à l'échelle internationale
 - Une entente de partenariat stratégique a été conclue avec Coles, un chef de file parmi les détaillants de supermarché en Australie

	Trimestres terminés les 31 mars		% Variation	
	2011	2010	Par rapport au même trimestre de l'exercice précédent	En devises constantes ⁽²⁾
<i>(millions de dollars)</i>				
Facturation brute	87,4	109,0	(19,8%)	(18,0%)
Produits totaux	87,8	108,2	(18,9%)	(17,1%)
Marge brute ⁽¹⁾	35,3	47,8	(26,0%)	(23,2%)
Marge brute (%)	40,2%	44,1%	(391 pdb)	s.o.
Résultat opérationnel	(9,1)	(0,2)	s.o.	s.o.
BAIIA Ajusté	(6,9)	3,0	s.o.	s.o.
Marge du BAIIA ajusté (%)	(7,8%)	2,7%	s.o.	s.o.

(1) Avant amortissement.

(2) Pour des renseignements supplémentaires concernant les Devises constantes, veuillez consulter le communiqué de presse du 25 mai 2011 sur les résultats.

É.-U. et APAC T1 2011 Faits saillants

- l'élimination progressive d'une partie des activités associées à Visa aux États-Unis a entraîné une diminution des produits de 20,5 M\$ (20,7 M\$ US)
- La région Asie-Pacifique est en voie de réaliser un rendement solide cette année, des prolongations d'ententes ayant été conclues avec ExxonMobil et Qantas ainsi qu'avec le nouveau client Bendigo Bank en Australie

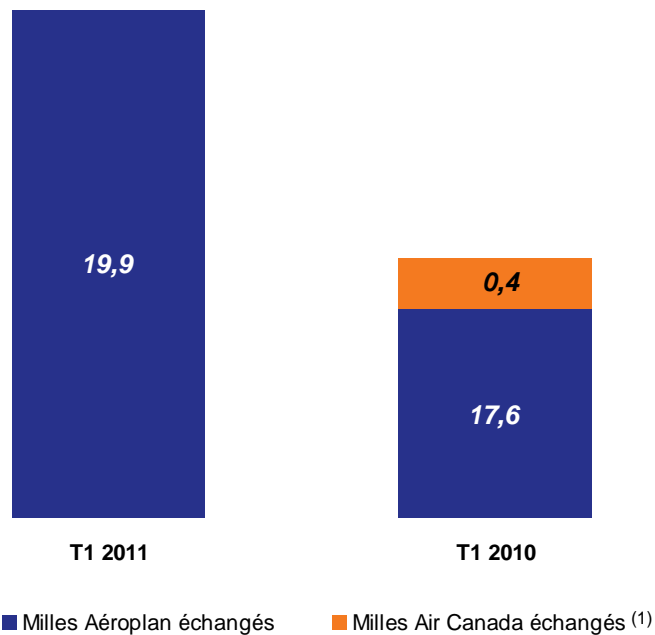
Aéroplan Canada – Faits saillants financiers

Repousser les frontières de la fidélisation

	Trimestres terminés les 31 mars		% Variation comparée au même trimestre de l'exercice précédent
	2011	2010	
<i>(en millions de dollars)</i>			
Facturation brute	275,2	260,6	5,6%
Facturation brute au titre de la vente des UFGA	261,6	246,5	6,1%
Produits totaux	309,8	274,4	12,9%
Coûts des primes et coûts directs	184,8	168,5	9,7%
Marge brute ⁽¹⁾	125,0	105,9	18,0%
Marge brute (%)	40,3%	38,6%	175 pdb
Amortissement	22,1	22,0	0,6%
Charges opérationnelles	38,3	35,6	7,7%
Résultat opérationnel	64,6	48,4	33,5%
Mesure hors-PCGR			
BAIIA Ajusté	77,2	68,8	12,2%
Marge du BAIIA ajusté (%)	28,1%	26,4%	165 pdb

(1) Avant amortissement.

Total des milles échangés (milliards)

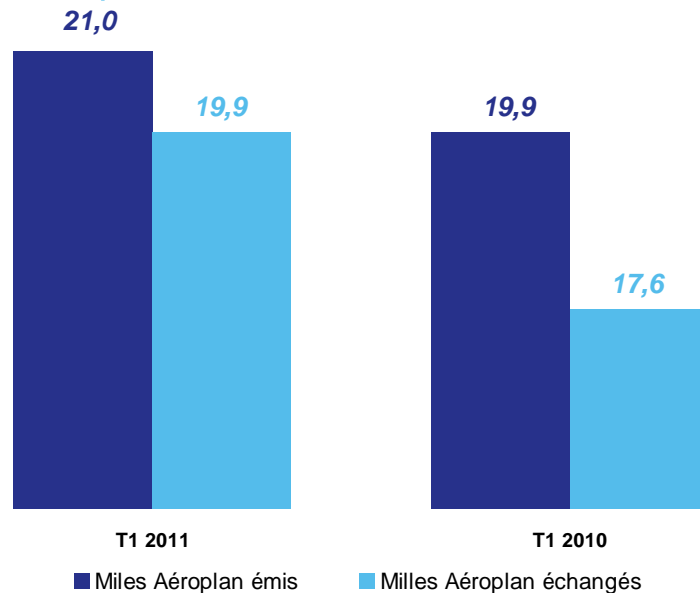


(1) En date du 31 décembre 2010, les 112,4 milliards de milles Air Canada avaient été échangés.

Ventilation des produits

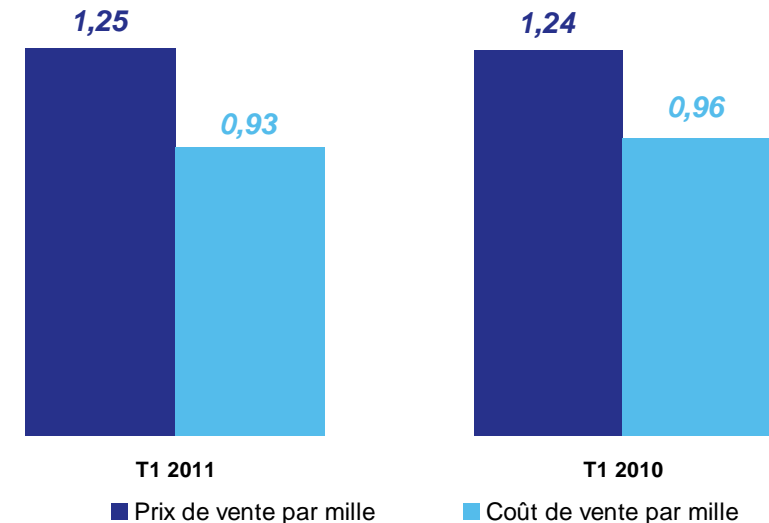
(en millions de dollars)	Trimestres terminés le 31 mars,			
	2011	2010	Variation	% Variation
Produits au titre des milles	243,3	213,9	29,4	13,7%
Produits aux titre des désistements	52,9	46,4	6,5	14,0%
Autres	13,6	14,1	(0,5)	(3,5%)
Total des produits	309,8	274,4	35,4	12,9%

Milles émis & échangés (milliards)



- Les milles émis ont augmenté de 5,5 % par rapport au premier trimestre de 2010
- Les milles échangés ont progressé de 13,1 % par rapport au premier trimestre de 2010 en raison du plus fort volume de primes aériennes (12 %) et non aériennes (22 %) émises

Prix & coût de vente unitaires moyen (cents / mille)



- Hausse de 0,6 % du prix moyen du mille par rapport au premier trimestre de 2010
- Le coût d'un mille échangé a diminué de 3,1 % par rapport au premier trimestre de 2010, surtout en raison d'une meilleure combinaison des primes échangées

Groupe Aeroplan Europe – Faits saillants financiers

Repousser les frontières de la fidélisation

	Trimestres terminés les 31 mars		% Variation	
	2011	2010	Par rapport au même trimestre de l'exercice précédent	En devises constantes ⁽²⁾
<i>(en millions de dollars)</i>				
Facturation brute	113,4	100,5	12,8%	16,6%
Facturation brute au titre de la vente des UFGA	101,1	91,8	10,2%	13,9%
Produits totaux	96,8	78,8	22,8%	26,9%
Coûts des primes et coûts directs	68,4	54,3	26,0%	30,3%
Marge brute⁽¹⁾	28,4	24,5	15,8%	19,3%
Marge brute (%)	29,3%	31,1%	(177 pdb)	s.o.
Amortissement	3,1	2,9	5,4%	11,0%
Charges opérationnelles	27,4	33,5	(18,3%)	(15,2%)
Résultat opérationnel	(2,1)	(12,0)	82,5%	79,4%
Mesure hors-PCGR				
BAIIA Ajusté	2,9	(9,4)	130,7%	130,1%
Marge du BAIIA ajusté (%)	2,6%	(9,4%)	1195 pdb	s.o.
Marge brute - jugement défavorable concernant la TVA ^{(1) (2)}	28,4	22,8	24,7%	
BAIIA ajusté - jugement défavorable concernant la TVA ⁽²⁾	2,9	(11,8)	124,7%	

(1) Avant amortissement.

(2) Pour des renseignements supplémentaires concernant les Devises constantes, veuillez consulter le communiqué de presse du 25 mai 2011 sur les résultats.

<i>(millions de dollars)</i>	Solde d'ouverture		Variation		Solde de fermeture	
	1 ^{er} janvier 2011		T1 2011		31 mars 2011	
	£	\$	£	\$	£	\$
Comptes créditeurs	85,7	133,0	1,8	3,5	87,5	136,5
Comptes débiteurs	(41,2)	(63,9)	--	(0,4)	(41,2)	(64,3)
Liquidités en dépôt fiduciaire	(27,1)	(42,0)	--	(0,3)	(27,1)	(42,3)
Intérêts	(0,8)	(1,3)	--	0,1	(0,8)	(1,2)
Sorties nettes prévues	16,6	25,8	1,8	2,9	18,4	28,7

Carlson Marketing – Faits saillants financiers

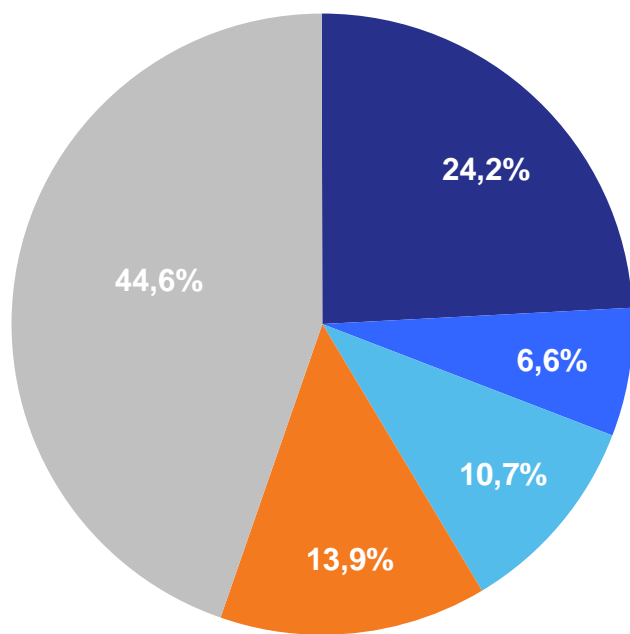
Repousser les frontières de la fidélisation

	Trimestres terminés les 31 mars		% Variation	
	2011	2010	Par rapport au même trimestre de l'exercice précédent	En devises constantes ⁽²⁾
<i>(en millions de dollars)</i>				
Facturation brute	153,5	156,9	(2,2%)	(0,8%)
Produits totaux	153,9	155,0	(0,7%)	0,7%
Coûts des primes et coûts directs	88,7	83,0	6,9%	7,7%
Marge brute⁽¹⁾	65,2	72,1	(9,5%)	(7,4%)
Marge brute (%)	42,4%	46,5%	(412 pdb)	s.o.
Amortissement	5,9	5,7	3,4%	5,9%
Charges opérationnelles	60,6	65,7	(7,8%)	(4,9%)
Résultat opérationnel	(1,3)	0,8	s.o.	s.o.
Mesure hors-PCGR				
BAIIA Ajusté	4,2	8,2	(48,8%)	(52,7%)
Marge du BAIIA ajusté (%)	2,7%	5,2%	(249 pdb)	s.o.

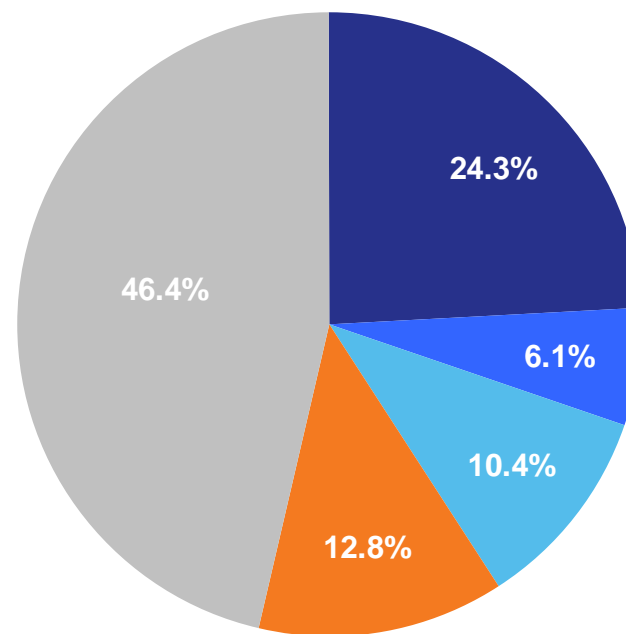
(1) Avant amortissement.

(2) Pour des renseignements supplémentaires concernant les Devises constantes, veuillez consulter le communiqué de presse du 25 mai 2011 sur les résultats.

Facturation brute - T1 2011 527,9 M\$



Facturation brute - T1 2010 517,9 M\$



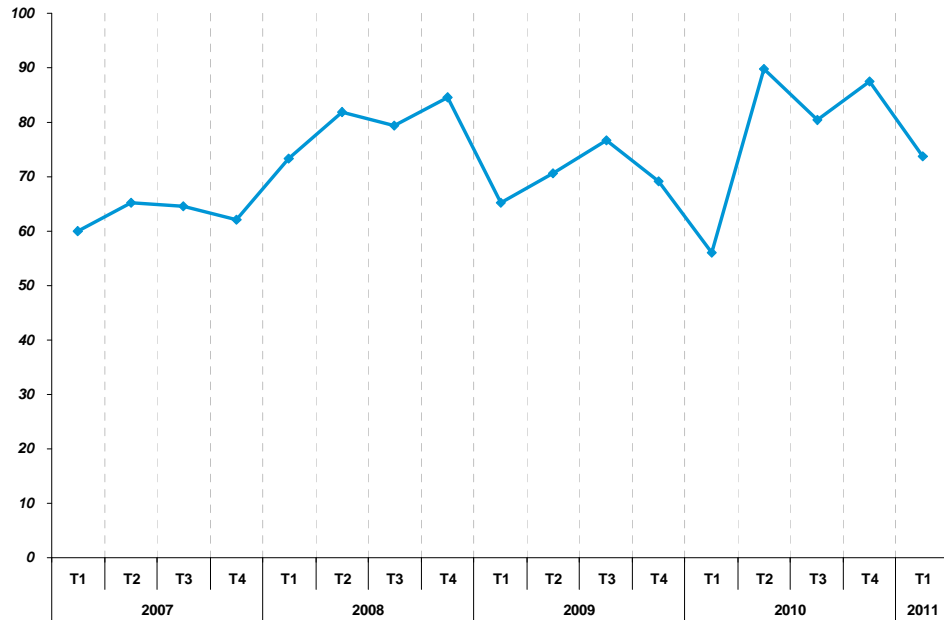
■ Partenaire A ■ Partenaire B ■ Partenaire C ■ Air Canada ■ Autres

BAIIA ajusté et flux de trésorerie disponibles

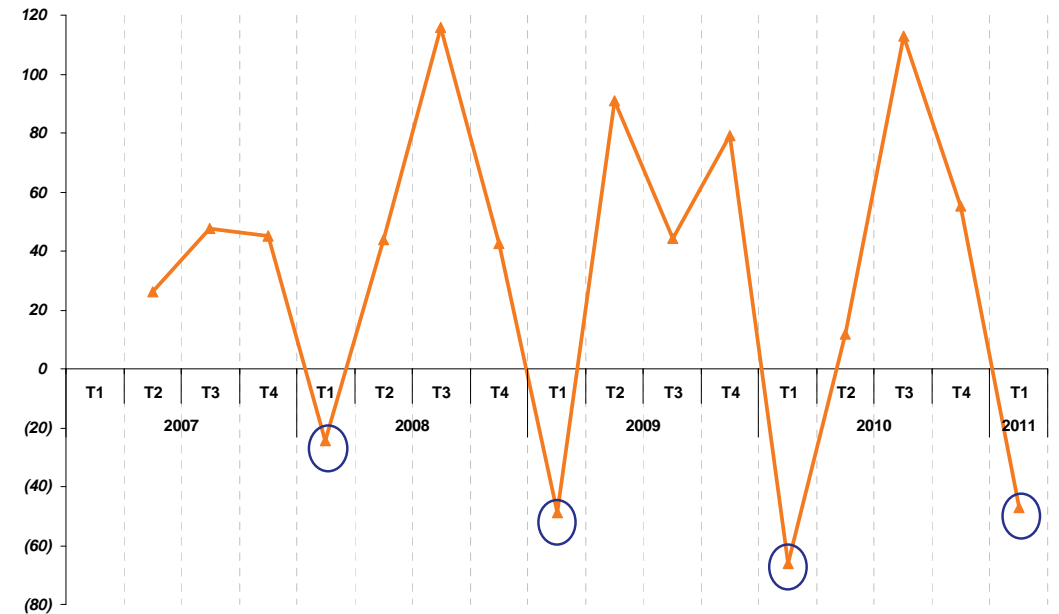
Facteurs saisonniers

Repousser les frontières de la fidélisation

BAIIA ajusté* (M\$)



Flux de trésorerie disponibles (M\$)



* Les résultats du troisième et du quatrième trimestres ne reflètent pas l'incidence négative du jugement de la CEJ concernant la TVA.

Période	Taux	T1 2011	T1 2010	Variation	% Variation
Taux à la fin de la période	£ à \$	1,5595	1,5422	0,0173	1,1%
Taux moyen de la période	£ à \$	1,5803	1,6256	(0,0453)	(2,8%)
Taux à la fin de la période	AED à \$	0,2646	0,2765	(0,0119)	(4,3%)
Taux moyen de la période	AED à \$	0,2685	0,2834	(0,0149)	(5,3%)
Taux à la fin de la période	AED à £	0,1699	0,1807	(0,0108)	(6,0%)
Taux moyen de la période	AED à £	0,1700	0,1746	(0,0046)	(2,6%)
Taux à la fin de la période	USD à \$	0,9696	1,0192	(0,0496)	(4,9%)
Taux moyen de la période	USD à \$	0,9861	1,0409	(0,0548)	(5,3%)
Taux à la fin de la période	€ à \$	1,3782	1,3737	0,0045	0,3%
Taux moyen de la période	€ à \$	1,3487	1,4406	(0,0919)	(6,4%)

- Pour le trimestre terminé le 31 mars 2011, comparativement à la même période l'an dernier, le dollar canadien
 - s'est raffermi contre le dollar américain, la livre anglaise, l'Euro et le dirham des Émirats arabes unis

Repousser les frontières de la fidélisation

T1 2011

Faits saillants financiers

Le 25 mai 2011

