



NOTICE ANNUELLE
POUR L'EXERCICE
TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2015

Le 23 mars 2016

TABLE DES MATIÈRES

NOTES EXPLICATIVES	1
Énoncés prospectifs	1
Marques de commerce	2
STRUCTURE DE L'ENTREPRISE	2
Nom, adresse et constitution	2
Liens intersociétés	3
DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DE L'ACTIVITÉ	3
Aperçu	3
ACTIVITÉ	6
Aperçu	6
Structure de l'activité	6
Points saillants financiers	8
Fidélisation coalisée	12
Coalitions des Amériques	13
Coalitions internationales	23
Solutions de fidélisation mondiales	27
Autres placements	28
Concurrence	29
Logos et marques de commerce	30
Réglementation	30
Employés	32
Installations	32
Environnement	32
RISQUES ET INCERTITUDES TOUCHANT L'ENTREPRISE	32
Risques liés aux activités et au secteur d'activité	33
Risques liés à Aimia	42
DESCRIPTION DE LA STRUCTURE DU CAPITAL	43
Actions ordinaires	43
Actions privilégiées	44
Billets garantis de premier rang	48
Notation	49
Financement par emprunt	50
Réserve au titre des échanges	50
DIVIDENDES ET DISTRIBUTIONS	51
Politique en matière de dividendes	51
MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES	52
Cours et volume des opérations	52
PLACEMENTS ANTÉRIEURS	54
ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION	54
Administrateurs	54
Membres de la direction	56
Biographies	56
Interdictions d'opérations, faillites, amendes ou sanctions	60
Conflits d'intérêts	61
INFORMATION SUR LE COMITÉ D'AUDIT	62
Charte du comité d'audit	62

Composition du comité d'audit	62
Formation et expérience pertinentes des membres du comité d'audit	62
Politiques et procédures d'approbation préalable.....	64
Honoraires d'audit.....	64
POURSUITES ET MESURES RÉGLEMENTAIRES	65
Recours collectif visant à contester les modifications aux règles d'accumulation et d'expiration de milles Aéroplan	65
Avis de nouvelle cotisation de l'Agence du revenu du Canada	65
Avis de cotisation de Revenu Québec	66
MEMBRES DE LA DIRECTION ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉS DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES	66
AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES	66
CONTRATS IMPORTANTS.....	66
INTÉRÊT DES EXPERTS.....	67
RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES.....	67
ANNEXE A – GLOSSAIRE	A-1
ANNEXE B – CHARTE DU COMITÉ D'AUDIT, DES FINANCES ET DU RISQUE	B-1

NOTES EXPLICATIVES

Sauf indication contraire, les renseignements qui figurent dans la présente notice annuelle sont fournis au 31 décembre 2015.

Sauf indication contraire, dans la présente notice annuelle, les termes « *Aimia* », « *nous* », « *notre* », « *nos* » ou « *la Société* » désignent Aimia Inc. et, si le contexte l'exige, ses filiales et les sociétés qui ont un lien avec elle, ou encore le Fonds de revenu Aéroplan, entité devancière d'Aimia et, si le contexte l'exige, ses filiales et les sociétés qui ont un lien avec lui.

Pour une explication des termes clés, voir le *Glossaire* figurant à l'annexe A de la présente notice annuelle. Sauf indication contraire, les sommes d'argent sont exprimées en dollars canadiens et le symbole « \$ » désigne le dollar canadien.

ÉNONCÉS PROSPECTIFS

Aimia est entièrement dépendante des activités et de la situation financière de ses filiales et des sociétés qui ont un lien avec elle. Les résultats et les flux de trésorerie d'Aimia sont soumis à certains risques. Pour une description des risques, voir « Risques et incertitudes touchant l'entreprise ».

La présente notice annuelle contient des énoncés prospectifs au sens de la législation en valeurs mobilières applicable. Ces énoncés concernent des analyses et d'autres renseignements fondés sur la prévision de résultats ou d'événements futurs et l'estimation de montants qu'il est impossible à l'heure actuelle de déterminer. Il peut s'agir d'observations concernant entre autres les stratégies, les attentes, les activités planifiées ou les actions à venir.

Les énoncés prospectifs se reconnaissent à l'usage de termes comme « 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. Ces énoncés font aussi référence à certaines hypothèses.

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 la dépendance envers les partenaires d'accumulation importants et les clients, l'incapacité de protéger les bases de données, la cybersécurité et la protection des renseignements personnels des consommateurs, les changements apportés au programme Aéroplan, la dépendance envers les partenaires d'échange, les conflits d'intérêts, un nombre plus élevé que prévu d'échanges contre des primes, la réglementation, la situation de l'économie ou du marché de détail, la concurrence, les problèmes de liquidité d'Air Canada ou les perturbations touchant 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, les changements aux programmes de fidélisation coalisés, 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, l'incapacité d'utiliser les logiciels tiers et l'impartition, 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 notations, les audits effectués par les autorités fiscales de même que les autres facteurs précisés dans cette notice annuelle d'Aimia. Les énoncés prospectifs contenus dans les présentes témoignent des attentes d'Aimia au 23 mars 2016 et ils pourraient changer après cette date. Toutefois, Aimia 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. Voir « Risques et incertitudes touchant l'entreprise ».

MARQUES DE COMMERCE

Les termes suivants sont des marques de commerce de la Société dont il est question dans la présente notice annuelle ou dans d'autres documents préparés par la Société. Ces marques de commerce sont déposées, ou visées par des demandes de dépôt, dans divers territoires : AEROCORPORATE[®], AÉROENTREPRISE[®], AEROEXPRESS[®], AÉROGOLD[®], AÉROHYPOTHÈQUE[®], AEROMOVE[®], AEROMORTGAGE[®], AERONOTE[®], AÉRONOTE[®], AEROPLAN[®], AÉROPLAN[®], AEROPLAN PLUS[®], AÉROPLAN PLUS[®], AERO PLATINUM^{MC}, AÉRO PLATINE^{MC}, AEROSERVICE[®], AÉRO OR[®], AIMIA[®], AIR MILES[®], AIR MILES SHOPPING REWARDS et logo[®], AIR MILES TRAVEL THE WORLD[®], BEST OF EVERYTHING[®], DÉFI DES ÉTOILES[®], EIM ELEMENT[®], FIXED MILEAGE FLIGHT REWARDS[®], GLOBAL REWARDS[®], MARKET FARE FLIGHT REWARDS^{MC}, MCERTS[®], NECTAR et DESSIN[®], ONGUARD[®], PREPAID IMPRESSIONS[®], READY REWARDS[®], REBOUND, RSx[®], SCRATCH 'N WIN[®], SHOPPERS CASH COUPONS[®], STAR CHALLENGE[®], TRAVEL EASE[®], V.I.P. CHECKS ET DESSIN[®], VIRTUAL ENGAGEMENT SUITE[®], XPRESSMOTIVATION[®] et ZIPSETGO[®].

Les autres marques de commerce, noms de société, noms commerciaux ou noms de domaine employés dans la présente notice annuelle appartiennent à leur propriétaire. Nos droits exclusifs sur nos marques de commerce sont perpétuels, pourvu que leur inscription soit renouvelée dans les délais et que les marques de commerce soient utilisées dans le cadre d'activités commerciales par nous ou par nos titulaires de licence. Nous prenons les mesures voulues pour protéger, renouveler et défendre nos marques de commerce. Nous prenons grand soin de ne pas violer la propriété intellectuelle et les marques de commerce d'autres personnes.

STRUCTURE DE L'ENTREPRISE

NOM, ADRESSE ET CONSTITUTION

La Société a été constituée le 5 mai 2008 sous le régime de la LCSA. Elle a succédé au Fonds de revenu Aéroplan lorsque le Fonds, structuré en fiducie de revenu, a été transformé en société par actions au moyen d'un plan d'arrangement approuvé par le tribunal en vertu de la LCSA le 25 juin 2008 et d'une réorganisation les 29 et 30 décembre 2008.

Le 19 janvier 2010, les statuts constitutifs de la Société ont été modifiés pour que soient créées les actions privilégiées de série 1 (définies aux présentes) et les actions privilégiées de série 2 (définies aux présentes). Le 19 mai 2010, les statuts constitutifs de la Société ont été modifiés afin d'accorder des droits de vote, dans certaines circonstances limitées, aux porteurs d'actions privilégiées. Le 15 janvier 2014, les statuts constitutifs de la Société ont été modifiés de nouveau afin de créer les actions privilégiées de série 3 (définies aux présentes) et les actions privilégiées de série 4 (définies aux présentes). Voir « Description de la structure du capital – Actions privilégiées » pour obtenir un résumé des modalités importantes des actions privilégiées de série 1, des actions privilégiées de série 2, des actions privilégiées de série 3 et des actions privilégiées de série 4.

Le 5 octobre 2011, la Société a commencé à exercer des activités sous le nouveau nom Aimia et le 4 mai 2012, elle a changé sa dénomination pour Aimia Inc.

Le siège social et principal établissement d'Aimia est situé à la Tour Aimia, au 525, avenue Viger Ouest, bureau 1000, Montréal (Québec) H2Z 0B2, Canada.

LIENS INTERSOCIÉTÉS

Le tableau suivant présente les principales filiales d'Aimia, le pays où elles ont été constituées ou inscrites et le pourcentage de titres à droit de vote dont Aimia est propriétaire véritable ou qu'elle contrôle directement ou indirectement. Aimia a d'autres filiales, mais elles ne figurent pas dans le tableau, car elles représentent chacune au plus 10 % de nos actifs consolidés totaux et au plus 10 % de nos produits d'exploitation consolidés totaux pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015. Ces autres filiales représentent collectivement au plus 20 % de nos actifs consolidés totaux et au plus 20 % de nos produits d'exploitation consolidés totaux pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015.

Filiale	Lieu de constitution ou d'inscription	Pourcentage des titres à droit de vote qu'Aimia détient au 23 mars 2016
Aimia Canada Inc.	Canada	100 %
Aimia Coalition Loyalty UK Limited	Angleterre et pays de Galles	100 %
Aimia Proprietary Loyalty U.S. Inc.	Delaware	100 %
Aimia Proprietary Loyalty Canada Inc.	Canada	100 %

DÉVELOPPEMENT GÉNÉRAL DE L'ACTIVITÉ

APERÇU

Le 12 juin 2009, la Société a conclu avec un consortium de prêteurs le renouvellement de ses facilités de crédit de 650 millions de dollars, composées d'une facilité à terme de 300 millions de dollars et d'une facilité renouvelable de 250 millions de dollars venant toutes deux à échéance le 23 avril 2012 ainsi que d'une facilité-relais de 100 millions de dollars, qui a été remboursée au moyen du produit des billets garantis de premier rang à 7,90 %, série 2, venant à échéance le 2 septembre 2014 (les « **billets de série 2** »), qui ont été émis le 2 septembre 2009. Le 7 décembre 2009, la facilité renouvelable a été modifiée et les emprunts maximaux aux termes de cette facilité sont passés de 250 millions de dollars à 300 millions de dollars. Le 26 janvier 2010, une tranche de la facilité à terme a été remboursée avec le produit de l'émission des billets de série 3 et les crédits disponibles autorisés ont été réduits d'autant. Le 6 mai 2011, Aimia a procédé à une modification de ses facilités de crédit. La Société a remboursé un encours de 100 millions de dollars aux termes de sa facilité à terme grâce à des fonds prélevés sur sa facilité renouvelable et la facilité à terme a été annulée. La nouvelle facilité de crédit garantie, qui consistait uniquement en une facilité renouvelable de 300 millions de dollars, venait à échéance le 23 avril 2014. Le 13 avril 2012, Aimia a modifié à nouveau sa facilité de crédit, prolongeant la durée de la facilité de crédit renouvelable de 300 millions de dollars de deux ans jusqu'au 23 avril 2016. Le 9 mai 2014, Aimia a modifié à nouveau sa facilité de crédit, prolongeant la durée de la facilité de crédit renouvelable de deux ans jusqu'au 23 avril 2018. Le 5 mai 2015, Aimia a modifié à nouveau sa facilité de crédit, prolongeant la durée de la facilité de crédit renouvelable de un an jusqu'au 23 avril 2019.

En vertu d'un prospectus simplifié préalable de base universel déposé auprès des autorités de réglementation en valeurs mobilières de chacune des provinces et de chacun des territoires du Canada le 13 mars 2009, qui a par la suite été modifié et mis à jour le 26 mars 2009 et renouvelé le 8 avril 2011, le 12 avril 2013 et le 12 mai 2015 (le « **prospectus préalable** »), et d'un supplément de prospectus daté du 13 janvier 2010, la Société a émis, le 20 janvier 2010, 6 000 000 d'actions privilégiées à taux rajusté et à dividende cumulatif, série 1 (les « **actions privilégiées de série 1** ») pour un produit brut total de 150 millions de dollars. En outre, à la suite de l'exercice de l'option de surallocation des preneurs fermes, la Société a émis 900 000 actions privilégiées de série 1 supplémentaires le 26 janvier 2010, ce qui a porté le produit brut total du placement d'actions privilégiées de série 1 à 172,5 millions de dollars. Le produit du placement des actions privilégiées de série 1 a été affecté à ce qui suit : i) 140 millions de dollars au remboursement des fonds prélevés sur la facilité de crédit renouvelable pour financer une partie de l'acquisition de Carlson Marketing; et ii) le solde, aux fins générales de l'entreprise. Les actions

privilégiées de série 1 sont convertibles, sous réserve de certaines conditions, en actions privilégiées à taux variable et à dividende cumulatif, série 2 (les « **actions privilégiées de série 2** ») à raison de une pour une. Le 27 février 2015, Aimia a annoncé qu'elle n'exercerait pas son droit de racheter la totalité ou une partie des actions privilégiées de série 1 le 31 mars 2015. Par conséquent et sous réserve de certaines conditions, les porteurs d'actions privilégiées de série 1 avaient le droit de convertir la totalité ou une partie de leurs actions privilégiées de série 1 en actions privilégiées de série 2, à raison de une pour une, le 31 mars 2015. Le 31 mars 2015, les porteurs de 2 946 635 actions privilégiées de série 1 ont exercé leur option de convertir leurs actions privilégiées de série 1 en un nombre équivalent d'actions privilégiées de série 2.

Le 8 novembre 2011, Aimia et Multiplus S.A. (« **Multiplus** ») ont conclu une entente aux termes de laquelle elles ont convenu d'unir leurs forces pour créer une nouvelle société de services de commercialisation de la fidélisation au Brésil. La nouvelle coentreprise, nommée Prismah Fidelidade S.A. (« **Prismah** »), était détenue à parts égales par Aimia et Multiplus. Le 31 décembre 2014, Aimia et Multiplus ont décidé de liquider la coentreprise Prismah. Cette opération a été achevée le 7 mars 2015.

Le 3 mai 2012, la Société a obtenu l'approbation de la TSX pour le renouvellement de son offre publique de rachat dans le cours normal des activités, en vue de racheter un nombre pouvant aller jusqu'à 17 179 599 de ses actions ordinaires émises et en circulation pendant la période du 16 mai 2012 au 15 mai 2013. Le 13 mai 2013, la Société a obtenu l'approbation de la TSX relativement au renouvellement de son offre publique de rachat dans le cours normal des activités en vue de racheter un nombre pouvant aller jusqu'à 17 212 126 de ses actions ordinaires émises et en circulation pendant la période allant du 16 mai 2013 au 15 mai 2014 au plus tard. Le 13 mai 2014, la Société a obtenu l'approbation de la TSX relativement au renouvellement de son offre publique de rachat dans le cours normal des activités en vue de racheter un nombre pouvant aller jusqu'à 15 530 762 de ses actions ordinaires émises et en circulation pendant la période allant du 16 mai 2014 au 15 mai 2015 au plus tard. Le 14 mai 2015, Aimia a obtenu l'approbation de la TSX relativement au renouvellement de son offre publique de rachat dans le cours normal des activités en vue de racheter un nombre pouvant aller jusqu'à 16 346 860 de ses actions ordinaires émises et en circulation pendant la période allant du 20 mai 2015 au 19 mai 2016 au plus tard. En date du 31 décembre 2015, la Société avait racheté au total 47 886 573 actions ordinaires dans le cadre de l'offre publique de rachat dans le cours normal des activités.

Le 17 mai 2012, la Société a émis des billets garantis de premier rang à 5,60 %, série 4, venant à échéance le 17 mai 2019 (les « **billets de série 4** ») d'un capital de 250 millions de dollars aux termes du prospectus préalable et d'un supplément de prospectus daté du 14 mai 2012. Le produit net du placement a servi à rembourser une partie du montant dû aux termes de la facilité de crédit ainsi qu'aux fins générales de l'entreprise.

Aux termes du prospectus préalable et d'un supplément de prospectus daté du 19 novembre 2012, la Société a émis le 22 novembre 2012 des billets garantis de premier rang à 4,35 %, série 5, venant à échéance le 22 janvier 2018 (les « **billets de série 5** ») d'un capital de 200 millions de dollars. Le produit des billets a servi à financer l'acquisition d'une participation en actions additionnelle de 20 % dans PLM et aux fins générales de l'entreprise.

Au cours du deuxième trimestre de 2013, la Société a acquis un contrôle total sur le programme de fidélisation coalisé Nectar Italia en achetant 25 % des actions émises restantes de Nectar S.r.l. détenues par Banque Accord S.A. pour une contrepartie en espèces et conditionnelle totalisant 9,3 millions de dollars. Le 16 décembre 2015, la Société a annoncé qu'elle fermerait le programme Nectar Italia le 1^{er} mars 2016.

Le 17 juillet 2013, la Société a acquis Smart Button Associates Inc. (« **Smart Button** »), fournisseur innovateur de technologies de fidélisation pour les détaillants nationaux et d'autres organisations qui offre à ses clients une solution de fidélisation multifonctions clés en main qui est facile à intégrer aux systèmes d'une entreprise et peut être gérée par l'équipe interne de marketing de celle-ci, en contrepartie d'un prix d'achat total de 19,8 millions de dollars (19,0 millions de dollars américains).

Le 16 septembre 2013, Aimia a conclu des ententes décennales relatives aux cartes de crédit financières avec TD et la CIBC, avec prise d'effet le 1^{er} janvier 2014. En vertu de ces ententes, TD est devenue le principal partenaire de services financiers et émetteur de cartes de crédit Aéroplan, tandis que la CIBC continue d'être un émetteur de cartes de crédit Aéroplan. Le 16 septembre 2013, Aimia a également conclu un contrat d'achat d'actifs avec TD et la CIBC. Aux termes de ce contrat, TD a acquis, le 27 décembre 2013, environ la moitié du portefeuille

de cartes de crédit Aéroplan auprès de la CIBC et la CIBC a conservé le reste du portefeuille, composé des titulaires de cartes Aéroplan qui ont des relations bancaires plus étendues avec la CIBC. En conséquence, un paiement de 150,0 millions de dollars relativement à la vente d'environ la moitié du portefeuille de cartes Aéroplan à TD a été versé par Aimia à la CIBC. Parallèlement au contrat d'achat d'actifs, les parties ont conclu une entente de migration. Selon la migration nette des comptes de carte de crédit de marque Aéroplan entre la CIBC et TD au cours des cinq premières années de l'entente (soit la quantité nette de titulaires de cartes de la CIBC qui choisissent de migrer vers TD et de titulaires de cartes achetées par TD qui choisissent de migrer vers la CIBC), TD, Aimia et la CIBC ont convenu de faire des paiements pouvant atteindre 400,0 millions de dollars. Aimia prendra à sa charge ou aura le droit de recevoir jusqu'à 100,0 millions de dollars sur ces versements pendant cinq ans. Conformément à l'entente de migration, les versements annuels se rapportant à la migration nette des comptes de carte de crédit de marque Aéroplan doivent être faits dans les 45 premiers jours de chaque année.

Le 23 octobre 2013, Aimia a acquis la participation restante de 60 % d'une société privée établie en Indonésie, pour une contrepartie en espèces de 2,1 millions de dollars (2,0 millions de dollars américains).

Le 1^{er} janvier 2014, Aéroplan a mis en œuvre des améliorations innovatrices du programme Aéroplan prévoyant notamment : le lancement d'un programme de récompenses assorti de plusieurs niveaux et qui récompense les membres accumulant le plus de milles; les Primes aériennes au Tarif du marché qui ont remplacé les Primes Vol ClassiquePlus et offrent une valeur nettement supérieure et l'annulation de la politique de sept ans pour échanger les milles, les milles Aéroplan n'expirant plus après sept ans pour les membres qui demeurent actifs dans le cadre du programme chaque année.

En vertu du prospectus préalable et d'un supplément de prospectus daté du 8 janvier 2014, la Société a émis, le 15 janvier 2014, 6 000 000 d'actions privilégiées à taux rajusté et à dividende cumulatif, série 3 (les « **actions privilégiées de série 3** ») pour un produit brut total de 150 millions de dollars. Le produit du placement des actions privilégiées de série 3 a été utilisé pour ajouter une somme supplémentaire à ses actifs financiers et affecté aux fins générales de l'entreprise, y compris le remboursement à l'échéance, soit le 2 septembre 2014, des billets de série 2 d'un montant de 150 millions de dollars. Les actions privilégiées de série 3 sont convertibles, sous réserve de certaines conditions, en actions privilégiées à taux variable et à dividende cumulatif, série 4 (les « **actions privilégiées de série 4** ») à raison de une pour une.

Le 6 février 2014, la Société a acquis une participation minoritaire dans Think Big Digital Sdn Bhd (« **Think Big** »), propriétaire et exploitant de BIG, programme de fidélisation d'AirAsia et de Tune Group, pour une contrepartie totale de 17,1 millions de dollars. Le 23 décembre 2014 et le 23 décembre 2015, Aimia a effectué des investissements additionnels de 3,7 millions de dollars et de 3,5 millions de dollars, respectivement, au moment de l'atteinte de certaines étapes clés.

Le 10 avril 2014, Aimia a acquis une participation de 25 % dans Travel Club, programme de fidélisation coalisé de premier plan d'Espagne, et est devenue copropriétaire de Travel Club avec Iberia, Repsol et Eroski.

Le 12 août 2014, la Société a formé un partenariat stratégique à long terme avec Fractal Analytics, fournisseur en analytique de données avancée, qui permettra d'approfondir les capacités analytiques d'Aimia et de faire profiter les clients actuels de Fractal Analytics de l'expertise d'Aimia en fidélisation. Dans le cadre du partenariat, la Société a pris une participation minoritaire dans Fractal Analytics.

Le 11 décembre 2014, Aimia a fait l'acquisition de Zed Inc. Ltd., fournisseur de solutions de segmentation comportementale SaaS et de services-conseils axés sur la gestion des magasins, sur le client, le commerce en ligne, les achats et les techniques marchandes ainsi que la gestion des catégories de produits.

Le 27 février 2015, Aimia a annoncé qu'elle n'exercerait pas son droit de racheter, le 31 mars 2015, une partie ou la totalité des 6 900 000 actions privilégiées de série 1 (les « **actions de série 1** ») actuellement en circulation. Par conséquent, les porteurs d'actions de série 1 avaient le droit de convertir une partie ou la totalité de leurs actions de série 1 en un nombre égal d'actions privilégiées de série 2 d'Aimia le 31 mars 2015, sous réserve de certaines conditions énoncées dans le supplément de prospectus daté du 13 janvier 2010 relatif à l'émission des actions de série 1. Les porteurs qui n'ont pas exercé leur droit de convertir leurs actions de série 1 en actions de série 2 à cette date ont continué de détenir leurs actions de série 1.

Le 20 mars 2016, Aimia a acquis la propriété entière d'Air Miles Moyen-Orient au moyen de l'acquisition de la participation de 40 % de HSBC Bank Middle East dans RMMEL, la société qui est propriétaire et exploitante d'Air Miles Moyen-Orient.

ACTIVITÉ

APERÇU

Aimia est un fournisseur de services de marketing et d'analytique de la fidélité fondés sur des données. Nous fournissons les connaissances clients dont notre clientèle a besoin pour prendre des décisions d'affaires plus éclairées et nouer des relations personnalisées à long terme à la fois pertinentes et gratifiantes qui augmentent la valeur de l'échange au profit réciproque de ses clients et des consommateurs.

Comptant quelque 3 200 employés répartis dans plus de 17 pays, Aimia forme des partenariats avec des groupes de sociétés (au moyen de coalitions) et des sociétés individuelles afin de participer à la production, à la collecte et à l'analyse de données sur les clients, ainsi qu'à l'établissement de connaissances exploitables.

Nous parvenons à ce résultat au moyen de nos propres programmes de fidélisation coalisés, comme Aéroplan au Canada, Nectar au Royaume-Uni et Air Miles Moyen-Orient, et de la prestation de services de développement, de mise en œuvre et de gestion de stratégies et de programmes de fidélisation reposant sur des produits et des plateformes technologiques de pointe, comme la Plateforme de fidélisation Aimia (PFA) et Smart Button, et de nos activités liées à Shopper Insights and Communications. Nous détenons également des participations dans d'autres programmes de fidélisation, comme Club Premier au Mexique et Think Big, un partenariat avec Air Asia et Tune Group. Nos clients sont diversifiés et nous possédons une connaissance, sans pareille dans l'industrie, des secteurs des biens de consommation courante, de la vente de détail, des services financiers, du voyage et du transport aérien à l'échelle mondiale, qui nous permet de répondre à leur besoins particuliers.

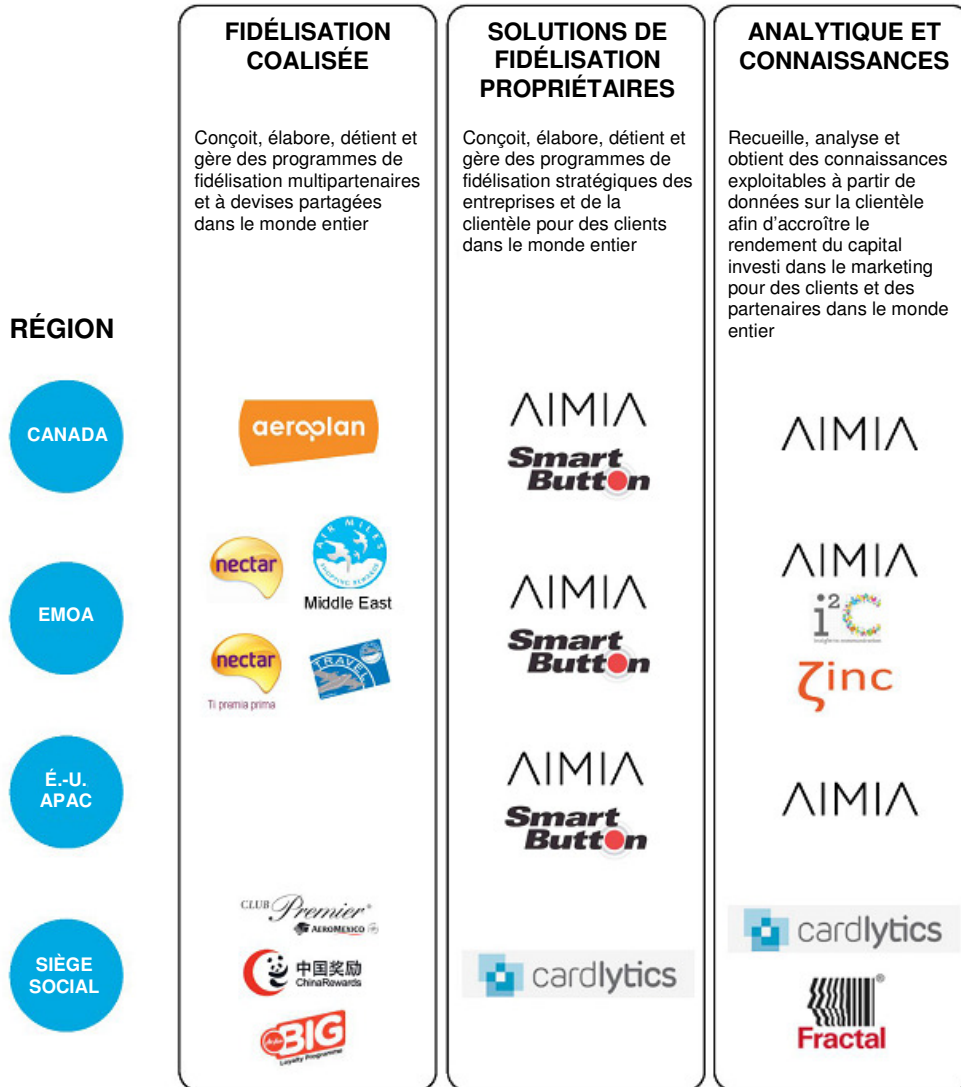
STRUCTURE DE L'ACTIVITÉ

Jusqu'au 31 décembre 2015, Aimia était organisée selon les secteurs opérationnels régionaux suivants : Canada, États-Unis et Asie-Pacifique (« **É.-U. et APAC** »), et Europe, Moyen-Orient et Afrique (« **EMOA** »).

Le diagramme ci-après illustre la structure régionale adoptée par Aimia aux fins de la communication de l'information et sa gamme complète de services de fidélisation au 31 décembre 2015 :

AIMIA

ÉVENTAIL DE SERVICES DE FIDÉLISATION



Notes :

- Le diagramme ci-dessus ne reflète pas la structure d'entreprise réelle d'Aimia, mais plutôt sa structure opérationnelle jusqu'au 31 décembre 2015, inclusivement.
- Au 31 décembre 2015, Aimia détenait 60 % d'Air Miles Moyen-Orient, 50 % d'i2c, 48,9 % de Club Premier, des participations dans Travel Club, Think Big et China Rewards et des participations minoritaires dans Cardlytics et Fractal Analytics. Toutes les autres unités d'exploitation présentées dans le diagramme ci-dessus sont détenues à 100 % par Aimia.
- Les services d'analytique et de connaissances comprennent les services d'ISS et d'i2c. Bien qu'ISS offre des services dans chacune des régions, aux fins de la communication de l'information, ses résultats sont présentés uniquement dans le secteur EMOA.
- Comme il a été annoncé le 16 décembre 2015, le programme de fidélisation Nectar Italia a été fermé le 1^{er} mars 2016.

Avec prise d'effet le 1^{er} janvier 2016, Aimia a adopté une structure axée sur les secteurs d'activité comptant trois secteurs opérationnels : Coalitions des Amériques, Coalitions internationales et Solutions de fidélisation mondiales.

Dans le secteur Coalitions des Amériques, Aimia est propriétaire et exploitant du programme Aéroplan, le programme de fidélisation coalisé par excellence du Canada. Ce secteur comprend également les activités canadiennes de fidélisation non fondées sur des plateformes de la Société, ses services d'amélioration, établies au Canada, et ses activités américaines de fidélisation des canaux et des employés.

Dans le secteur Coalitions internationales, Aimia est propriétaire et exploitant de Nectar, programme de fidélisation coalisé le plus important du Royaume-Uni, et d'Air Miles Moyen-Orient, programme de fidélisation coalisé de premier plan des EAU, du Qatar et du Bahreïn. Le secteur comprend également les activités de la Société liées à Shopper Insights and Communications, qui fournissent des services d'analytique et de connaissances fondées sur des données aux détaillants et à leurs fournisseurs à l'échelle mondiale par l'intermédiaire de ses services d'Intelligent Shopper Solutions et de sa participation de 50 % dans i2c, une coentreprise formée avec Sainsbury's. Aimia détient aussi une participation de 25 % dans Travel Club, un programme de fidélisation coalisé d'Espagne.

Le secteur Solutions de fidélisation mondiales est la division de solutions et de stratégies propriétaires fondées sur des plateformes d'Aimia, qui comprend la Plateforme de fidélisation d'Aimia (PFA) et les produits Smart Button.

En plus de ses secteurs opérationnels, Aimia détient des participations minoritaires dans d'autres activités qui sont présentées sous le secteur Siège social. Aimia détient une participation de 48,9 % dans PLM Premier, S.A.P.I de C.V., propriétaire et exploitant de Club Premier, programme de fidélisation mexicain, qu'elle contrôle conjointement avec Grupo Aeromexico. La Société détient également des placements dans Think Big, propriétaire et exploitant de BIG, programme de fidélisation d'AirAsia et de Tune Group, et dans China Rewards, programme de fidélisation coalisé en phase de démarrage pour le commerce de détail en Chine. La Société détient également des participations minoritaires dans Cardlytics, société américaine fermée dans le domaine du marketing lié aux cartes pour les services bancaires électroniques, et dans Fractal Analytics, fournisseur en analytique de données avancée.

POINTS SAILLANTS FINANCIERS

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015, la facturation brute d'Aimia s'est élevée à 2 469,0 millions de dollars, dont une tranche d'environ 53 % a été générée par les quatre plus importants partenaires d'accumulation d'Aimia.

La facturation brute totale constatée par Aimia pour les exercices terminés les 31 décembre 2013, 2014 et 2015 a atteint respectivement 2 366,4 millions de dollars, 2 686,6 millions de dollars et 2 469,0 millions de dollars. En 2014, la facturation brute totale comprenait un versement unique de 100,0 millions de dollars reçu de TD le 2 janvier 2014 afin d'aider à financer les améliorations au programme Aéroplan.

Le total des produits des activités ordinaires constaté par Aimia pour les exercices terminés les 31 décembre 2013, 2014 et 2015 a atteint respectivement 1 673,5 millions de dollars, 2 468,8 millions de dollars et 2 460,6 millions de dollars. En 2013, le total des produits des activités ordinaires est présenté déduction faite de l'incidence défavorable de la modification du taux de désistements du programme Aéroplan, qui a eu lieu au cours du deuxième trimestre de 2013 et qui a donné lieu à une baisse de 663,6 millions de dollars des produits des activités ordinaires, dont une tranche de 617,0 millions de dollars est attribuable aux exercices antérieurs à 2013 et une tranche de 46,6 millions de dollars, au semestre terminé le 30 juin 2013. En 2014, le total des produits des activités ordinaires incluait l'incidence favorable de la modification du taux de désistement du programme Nectar Italia, qui a eu lieu au quatrième trimestre de 2014 et qui a donné lieu à une augmentation de 19,4 millions de dollars des produits des activités ordinaires, dont une tranche de 13,4 millions de dollars est attribuable aux exercices antérieurs à 2014 et une tranche de 6,0 millions de dollars, à l'exercice 2014.

Le résultat (perte) d'exploitation constaté par Aimia pour les exercices terminés les 31 décembre 2013, 2014 et 2015 s'est élevé respectivement à (665,0) millions de dollars, à (9,3) millions de dollars et à (1,2) million de dollars. Le résultat net (la perte nette) constaté par Aimia pour les exercices terminés les 31 décembre 2013, 2014 et 2015 s'établissait respectivement à (492,7) millions de dollars, à (37,7) millions de dollars et à 5,2 millions de dollars.

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2013, le résultat d'exploitation comprenait l'incidence défavorable de la modification du taux de désistements constaté au cours du deuxième trimestre de 2013 du programme Aéroplan totalisant 663,6 millions de dollars, le paiement à la CIBC de 150,0 millions de dollars, la provision au titre de la migration des cartes de 50,0 millions de dollars et la perte de valeur du goodwill attribuable à notre unité génératrice de trésorerie de fidélisation propriétaire aux États-Unis s'élevant à 19,1 millions de dollars. Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2013, la perte d'exploitation comprenait également l'incidence favorable de 24,0 millions de dollars découlant du jugement définitif dans le cadre du litige relatif à la TVA.

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2013, le résultat net comprenait les éléments suivants :

- l'incidence défavorable de la modification du taux de désistements constaté au cours du deuxième trimestre de 2013 du programme Aéroplan de 483,8 millions de dollars, déduction faite d'un recouvrement d'impôt sur le résultat de 179,8 millions de dollars;
- le paiement à la CIBC et la provision au titre de la migration des cartes totalisant 146,9 millions de dollars, déduction faite d'un recouvrement d'impôt sur le résultat de 53,1 millions de dollars;
- la perte de valeur du goodwill attribuable à notre unité génératrice de trésorerie de fidélisation propriétaire aux États-Unis s'élevant à 19,1 millions de dollars; et
- l'incidence favorable de 40,2 millions de dollars découlant du jugement définitif dans le cadre du litige relatif à la TVA.

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2014, le résultat d'exploitation et le résultat net comprenaient l'incidence favorable de la modification du taux de désistements constaté au cours du quatrième trimestre de 2014 du programme Nectar Italia totalisant 19,4 millions de dollars.

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015, la perte d'exploitation comprenait l'incidence favorable de 45,7 millions de dollars découlant de la réduction de la provision au titre de la migration des cartes et de la perte de valeur de 13,5 millions de dollars liée au groupe d'unités génératrices de trésorerie de la fidélisation propriétaire au Canada.

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015, le résultat net comprenait les éléments suivants :

- l'incidence favorable de 33,6 millions de dollars liée à la réduction de la provision au titre de la migration des cartes, déduction faite de l'impôt sur le résultat de 12,1 millions de dollars;
- les pertes de valeur associées au groupe d'unités génératrices de trésorerie de la fidélisation propriétaire au Canada s'établissant à 9,9 millions de dollars, déduction faite d'un recouvrement d'impôt sur le résultat de 3,6 millions de dollars; et
- le gain à la vente du placement dans les actions de catégorie B d'Air Canada de 18,6 millions de dollars, déduction faite de l'impôt sur le résultat de 2,9 millions de dollars.

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015, les quatre plus importants partenaires d'accumulation d'Aimia représentaient 53 % de la facturation brute. Puisque les produits d'Aimia sont constatés d'après les échanges des membres plutôt qu'au moment où les partenaires d'accumulation émettent des unités de fidélisation aux membres, les données sur les principaux clients sont fondées sur la facturation brute des émissions de chaque partenaire d'accumulation aux membres. La facturation brute pour chaque partenaire d'accumulation correspond aux montants contractuels facturés aux partenaires d'accumulation au cours de chaque période. Les quatre plus importants partenaires d'accumulation d'Aimia ont représenté un pourcentage important de la facturation brute, comme suit :

Partenaire d'accumulation	Exercice terminé le 31 décembre 2015	Exercice terminé le 31 décembre 2014¹
TD	16 %	19 %
Sainsbury's	16 %	14 %
CIBC	11 %	10 %
Air Canada	10 %	9 %

¹ Les pourcentages sont fondés sur la facturation brute, qui comprend le versement unique de 100,0 millions de dollars reçu de TD le 2 janvier 2014.

Air Canada, en association avec d'autres membres du réseau Star Alliance, est le principal partenaire d'échange d'Amia. Le coût des primes fournies par Air Canada (et par d'autres membres du réseau Star Alliance) a représenté 43 % du coût des primes totales et des coûts directs pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015, comparativement à 41 % pour l'exercice terminé le 31 décembre 2014.

Information sectorielle

Au 31 décembre 2015, Aimia comptait trois secteurs opérationnels : Canada, EMOA et É.-U. et APAC. Le tableau suivant présente les principales données par secteurs concernant la facturation brute, les produits des activités ordinaires et les immobilisations incorporelles :

(en millions de dollars canadiens)											
Exercices terminés les 31 décembre											
		2015	2014	2015	2014	2015	2014 ⁽⁶⁾	2015	2014 ⁽⁶⁾	2015	2014
Secteur opérationnel	Canada	EMOA		États-Unis et APAC		Siège social et Éliminations		Données consolidées			
Facturation brute au titre de la vente des unités de fidélisation	1 201,3	1 342,2	631,4	667,0	-	-	-	-	1 832,7	2 009,2	⁽⁶⁾
Autres éléments de facturation brute	155,3	198,0	130,6	105,2	351,5	375,1	(1,1)	(0,9)	636,3	677,4	
Total de la facturation brute	1 356,6	1 540,2	762,0	772,2	351,5	375,1	(1,1)	(0,9)	2 469,0	2 686,6	⁽⁶⁾
Produits au titre des unités de fidélisation	1 112,9	1 085,8	704,0	694,5	-	-	-	-	1 816,9	1 780,3	⁽⁷⁾
Produits au titre des services de fidélisation propriétaire	117,8	155,8	42,9	24,1	354,2	379,8	-	-	514,9	559,7	
Autres produits des activités ordinaires	41,0	47,6	87,8	81,2	-	-	-	-	128,8	128,8	
Produits intersociétés	0,2	-	0,5	0,3	0,4	0,6	(1,1)	(0,9)	-	-	
Total des produits des activités ordinaires	1 271,9	1 289,2	835,2	800,1	354,6	380,4	(1,1)	(0,9)	2 460,6	2 468,8	⁽⁷⁾
Logiciels et technologie ⁽¹⁾	89,7	82,7	74,5	49,5	15,4	15,3	1,5	1,0	181,1	148,5	
Marques de commerce ⁽²⁾	275,0	275,0	148,3	130,3	-	-	-	-	423,3	405,3	
Contrats avec des partenaires d'accumulation et relations clients ⁽³⁾	832,2	955,4	25,6	26,9	24,0	30,7	-	-	881,8	1 013,0	
Autres immobilisations incorporelles ⁽⁴⁾	-	-	-	-	0,6	0,8	-	-	0,6	0,8	
Goodwill ⁽⁵⁾	1 683,5	1 691,7	367,1	321,7	30,1	25,5	-	-	2 080,7	2 038,9	⁽⁸⁾

(1) Les logiciels et la technologie sont comptabilisés au coût et amortis selon la méthode linéaire sur une période de trois à sept ans.

(2) Les marques de commerce, considérées comme des immobilisations incorporelles à durée de vie indéfinie, sont comptabilisées au coût et ne sont pas amorties.

(3) Les contrats avec des partenaires d'accumulation et relations clients sont comptabilisés au coût et amortis selon la méthode linéaire sur leur durée de vie estimative, soit habituellement de 5 à 25 ans.

(4) Les autres immobilisations incorporelles comprennent des clauses de non-concurrence convenues avec les vendeurs aux termes de certaines conventions d'acquisition, sont comptabilisées au coût et amorties selon la méthode linéaire sur leur durée de vie estimative, qui varie de trois à cinq ans.

(5) Le goodwill correspond à l'excédent du prix d'achat d'une entreprise acquise sur le montant attribué aux actifs acquis moins les passifs pris en charge, selon leurs justes valeurs. Il n'est pas amorti.

(6) Inclut un versement unique de 100,0 millions de dollars reçu de TD le 2 janvier 2014 afin d'aider à couvrir les améliorations apportées au programme Aéroplan.

(7) Inclut l'incidence de la modification apportée au taux de désistements du programme Nectar Italia au quatrième trimestre de 2014, laquelle a donné lieu à une hausse de 19,4 M\$ des produits au titre des unités de fidélisation, dont une tranche de 13,4 M\$ est attribuable aux exercices antérieurs à 2014 et une tranche de 6,0 millions de dollars, à l'exercice 2014.

(8) Une perte de valeur de 13,5 M\$ a été comptabilisée au cours de l'exercice terminé le 31 décembre 2015 liée au groupe d'unités génératrice de trésorerie de la fidélisation propriétaire au Canada. De ce montant, une tranche de 8,2 M\$ a été portée en diminution du goodwill et une tranche de 5,3 M\$, des relations clients.

(9) Depuis le 1^{er} janvier 2015, la situation financière et les résultats d'exploitation des activités en Inde sont présentés sous le secteur É.-U. et APAC. Auparavant, la situation financière et les résultats d'exploitation des activités en Inde étaient présentés sous le secteur Siège social. Les données comparatives ont été retraitées afin de les rendre conformes à la présentation adoptée pour l'exercice considéré.

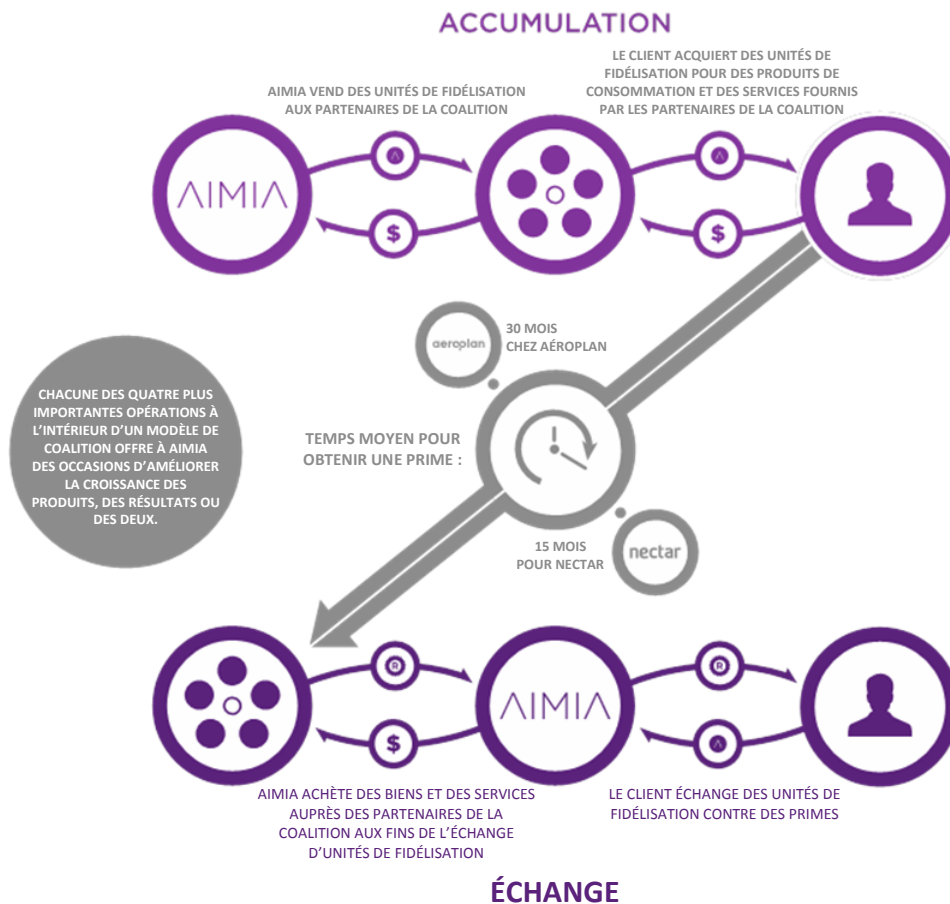
Pour les périodes commençant à compter du 1^{er} janvier 2016, la Société présentera ses renseignements selon sa nouvelle segmentation divisionnaire.

FIDÉLISATION COALISÉE

Le développement et l'exploitation des programmes de fidélisation coalisés sont au cœur des activités d'Aimia. Les coalitions réunissent des sociétés qui émettent une monnaie de fidélisation commune que les membres peuvent accumuler et échanger.

Les membres bénéficient de deux façons de leur participation à un programme de fidélisation coalisé : d'abord, en faisant affaire avec des partenaires commerciaux, ils accumulent des unités de fidélisation pouvant ensuite être échangées contre des récompenses, comme des billets d'avion et de la marchandise, plus rapidement qu'au moyen d'un programme de fidélisation propriétaire, et, ensuite, en communiquant leurs renseignements personnels avec la coalition, ils reçoivent des communications et des offres plus personnalisées et plus pertinentes de la part de la coalition et de ses partenaires commerciaux.

Les partenaires commerciaux de la coalition, notamment les transporteurs aériens, les détaillants et les fournisseurs de services financiers, bénéficient de plusieurs façons de leur participation à la coalition : les données créées par la coalition sont plus étoffées que les données auxquelles un seul partenaire pourrait avoir accès individuellement et sont difficiles à reproduire, ce qui permet aux partenaires commerciaux de mieux personnaliser leurs interactions avec leurs clients et, en retour, d'aider ceux-ci à augmenter la fréquence, le volume et la portée des affaires qu'ils font ensemble. Ces avantages permettent d'établir une relation à long terme entre les partenaires et leurs clients.



En tant que propriétaire-exploitant de services coalisés, Aimia a la responsabilité de créer des liens avec des partenaires commerciaux, d'émettre des unités de fidélisation, de financer les réserves nécessaires, d'assumer le passif au titre des frais d'échange et de gérer les désistements. Dans l'ensemble, les activités de fidélisation coalisées d'Aimia se divisent en deux grands volets : i) la vente d'unités de fidélisation et de services de commercialisation connexes aux partenaires d'accumulation; et ii) la remise de primes aux membres au moyen de l'achat de primes de ses partenaires d'échange ou de réductions sur des articles achetés à ses partenaires d'échange.

Les produits de facturation brute d'Aimia proviennent de la vente aux partenaires d'accumulation d'unités de fidélisation et de services de commercialisation, lesquels sont principalement liés à la publicité et à la promotion.

Les membres accumulent des unités de fidélisation dans le cadre de leurs relations avec un réseau de partenaires d'accumulation qui représentent des marques dans les secteurs des cartes de crédit et des cartes de paiement, des produits d'épicerie, des voyages aériens, du commerce de détail et d'autres secteurs.

Le produit brut touché par Aimia au moment de la vente d'unités de fidélisation à ses partenaires, appelé facturation brute au titre des unités de fidélisation, est reporté et constaté à titre de produits d'exploitation au moment de l'échange d'unités de fidélisation conformément aux principes comptables généralement reconnus. Les produits des activités ordinaires constatés par unité de fidélisation échangée sont calculés selon une base moyenne pondérée, distinctement pour chaque programme de fidélisation coalisé dont la Société est propriétaire. Au moment de l'échange d'unités de fidélisation, Aimia achète des places d'avion, des remises sur achats ou d'autres produits ou services afin de remettre au membre la prime qu'il a choisie. À ce moment, Aimia engage et constate une dépense correspondant au coût de la prime, et les produits comptabilisés d'avance correspondant aux unités de fidélisation échangées sont constatés en tant que produits d'exploitation réalisés au titre de la vente d'unités de fidélisation.

Les autres dépenses importantes d'Aimia relativement aux programmes de fidélisation coalisés comprennent les frais des centres de contacts, les frais des technologies de l'information et les frais de vente, les frais de commercialisation des programmes et les frais d'administration.

D'après les résultats antérieurs, la direction estime qu'un certain nombre d'unités de fidélisation vendues ne sera jamais échangée par les membres. Il s'agit d'un « désistement ». De par leur nature, les désistements sont assujettis à des estimations et à l'exercice du jugement. Le montant des produits des activités ordinaires comptabilisés relativement aux désistements s'appuie sur le nombre d'unités de fidélisation échangées au cours d'une période, comparativement au nombre total dont l'échange était prévu, compte tenu de l'estimation des désistements par la Société. Les désistements sont évalués par la direction en fonction des modalités du programme et des modèles historiques d'accumulation et d'échange, ajustés pour tenir compte des modifications de toute modalité qui a une incidence sur les pratiques futures d'échange des membres. La direction a mis au point, avec l'aide d'un expert indépendant, un modèle économétrique qui prend en compte les données historiques et le comportement prévu des membres selon l'hypothèse de la continuité d'exploitation. Aimia utilise cet outil pour évaluer et surveiller les estimations de désistements appropriées pour plusieurs programmes qu'elle offre de façon régulière. Le taux des désistements moyen pondéré consolidé de la direction au 31 décembre 2015 est estimé à environ 12 % (2014 : 12 %), calculé d'après le total des unités de fidélisation en cours aux termes des programmes de fidélisation de la Société. Cette estimation des désistements est fondée sur les résultats de l'application du modèle en 2015.

COALITIONS DES AMÉRIQUES

La division Coalitions des Amériques d'Aimia comprend Aéroplan, plus importante coalition de la Société pour ce qui est de la facturation brute, ainsi que des services d'amélioration, des activités de fidélisation des canaux et des employés et ses activités de fidélisation propriétaires canadiennes, qui offrent principalement des services de gestion de programmes et d'émission de primes.

Aéroplan

Aperçu

Le programme Aéroplan a été créé par Air Canada en juillet 1984 comme programme incitatif pour ses clients grands voyageurs. Les activités d'Aéroplan étaient intégrées à celles d'Air Canada jusqu'à la fin de 2001. Le 1^{er} janvier 2002, Aéroplan a été constituée en société en commandite appartenant exclusivement à Air Canada et dotée de sa propre équipe de direction chargée de développer le programme Aéroplan.

Le programme Aéroplan est maintenant l'un des programmes de fidélisation les plus anciens du Canada. Aéroplan bénéficie de relations stratégiques privilégiées avec Air Canada. Elle a aussi passé des ententes avec des partenaires commerciaux de premier plan, notamment TD, la CIBC, AMEX, Pétrolière Impériale (Esso), les compagnies aériennes membres de Star Alliance, Home Hardware et de nombreuses chaînes hôtelières et sociétés de location de véhicules.

Aéroplan offre à près de cinq millions de membres actifs la faculté d'accumuler des milles Aéroplan lorsqu'ils achètent des produits et services chez les partenaires d'accumulation membres de son réseau. Aéroplan vend des services de commercialisation de la fidélisation, notamment des milles Aéroplan, à son vaste réseau de partenaires d'accumulation, exploitant des marques dans les secteurs des cartes de crédit et des cartes de paiement, du transport aérien et d'autres secteurs. La plus grande partie de la facturation brute d'Aéroplan provient des partenaires du secteur des cartes de crédit et des cartes de paiement. Une fois que les membres ont accumulé un nombre suffisant de milles Aéroplan, ils peuvent s'adresser à Aéroplan pour les échanger contre des primes aériennes et d'autres primes intéressantes offertes par les partenaires d'échange d'Aéroplan. Lorsque les membres échangent leurs milles Aéroplan, Aéroplan assume le coût de la prime désirée par le membre.

Initiatives d'Aéroplan

Au cours des dernières années, la direction a opéré un certain nombre de changements importants visant à améliorer les activités d'exploitation d'Aéroplan. Plus particulièrement, la direction a pris les initiatives décrites ci-après.

i) Transformation d'Aéroplan

Le 1^{er} janvier 2014, Aéroplan a mis en œuvre des améliorations innovatrices du programme Aéroplan prévoyant notamment :

- le lancement d'un programme de récompenses assorti de plusieurs niveaux et qui récompense les membres accumulant le plus de milles en fonction du nombre total de milles Aéroplan obtenus avec l'ensemble des partenaires coalisés, en leur offrant des niveaux préférentiels d'échange de milles, des milles-bonis et des privilèges exclusifs;
- les Primes aériennes au Tarif du marché qui ont remplacé les Primes Vol ClassiquePlus et offrent une valeur nettement supérieure; et
- l'annulation de la politique de sept ans pour échanger les milles, les milles Aéroplan n'expirant plus après sept ans pour les membres qui demeurent actifs dans le cadre du programme chaque année.

a) Statut Aéroplan

Le programme de récompenses d'Aéroplan, Statut Aéroplan (auparavant appelé Distinction), également mis sur pied à compter du 1^{er} janvier 2014, comprend plusieurs avantages, dont les suivants :

- des avantages exclusifs sur les primes aériennes avec une valeur considérablement bonifiée sur les Primes aériennes au Tarif du marché;

- des offres de milles-bonis sur les vols admissibles d'Air Canada avec certains hôtels partenaires, ainsi que des achats en ligne par l'intermédiaire de la netBoutique Aéroplan et de Shop.ca; et
- des privilèges, notamment l'accès prioritaire au centre de contacts d'Aéroplan et l'accès à d'autres offres de récompenses spéciales et d'autres offres d'une durée limitée.

Statut Aéroplan est un programme de reconnaissance unique et indépendant du programme d'Air Canada Altitude. Les niveaux Statut Aéroplan sont atteints en fonction du nombre de milles obtenus avec l'ensemble des partenaires coalisés, dont les partenaires aériens, de voyage, de commerce de détail et de cartes financières. Le programme Statut Aéroplan compte trois (3) niveaux, déterminés selon le nombre total de milles admissibles accumulés par un membre :

- Aéroplan Argent – 25 000 milles accumulés au cours de l'année civile;
- Aéroplan Noir – 50 000 milles accumulés au cours de l'année civile; et
- Aéroplan Diamant – 100 000 milles accumulés au cours de l'année civile.

La période de qualification du programme Statut Aéroplan commence le 1^{er} janvier de chaque année civile et prend fin le 31 décembre de la même année. Les primes Statut Aéroplan commenceront à être versées dès qu'un membre réussira à atteindre un niveau Statut Aéroplan et elles dureront jusqu'à la fin de l'année civile suivante.

b) Primes aériennes au Tarif du marché

Les nouvelles Primes aériennes au Tarif du marché remplacent les Primes Vol ClassiquePlus depuis le 1^{er} janvier 2014. Ces nouvelles primes offrent aux membres une valeur nettement supérieure, dont des niveaux de milles réduits pour les échanges commençant à partir de 20 % de réduction, les membres Aéroplan Statut bénéficiant de réductions allant jusqu'à 50 %.

c) Annulation de la politique de sept ans pour échanger les milles

Dans le cadre de son engagement à améliorer la satisfaction des membres, Aéroplan a également annoncé l'annulation de sa politique de sept ans pour échanger les milles. Avant cette annonce, les milles non échangés sept ans après leur date d'accumulation auraient commencé à être retirés des comptes des membres le 1^{er} janvier 2014. Par conséquent, les milles resteront valides tant que les membres demeureront actifs au sein du programme, c'est-à-dire s'ils accumulent ou échangent des milles au moins une fois tous les 12 mois.

ii) Ajout de partenaires d'accumulation

Aéroplan cherche activement à augmenter le nombre de ses partenaires d'accumulation dans le but d'accroître ses sources de revenus. Les partenaires ont été choisis parmi les catégories où les membres Aéroplan dépensent le plus. Aéroplan cherchera à continuer à s'adjoindre des détaillants connus et à en tirer parti. Aéroplan entend également rechercher les catégories de produits qui permettent aux membres de doubler les occasions qui leur sont offertes d'accumuler des milles Aéroplan. Par exemple, le membre Aéroplan qui achète du carburant chez Esso au moyen d'une carte Visa TD Aéroplan se voit attribuer des milles Aéroplan à la fois par Esso et par TD.

En 2015, Aéroplan a conclu des ententes avec de nouveaux partenaires, renouvelé des ententes de partenariat et augmenté le nombre de ses partenaires :

- Aéroplan a conclu une entente avec Avianca Brazil qui permet aux membres Aéroplan d'accumuler et d'échanger des milles Aéroplan pour voyager avec Avianca Brazil; et
- Aéroplan a conclu une entente pluriannuelle avec Toyota Canada qui permet aux membres Aéroplan d'accumuler des milles à chaque étape du parcours client pour tout véhicule Toyota et Scion au Canada.

iii) Diversification et amélioration de la gamme de primes

Dans le cadre de sa stratégie visant à élargir et à diversifier la gamme de primes offertes à ses membres, Aéroplan a ajouté de nombreuses nouvelles primes à son portefeuille de primes non aériennes qui, à la fin de l'exercice, permettaient aux membres d'échanger des milles contre plus de 800 primes. Aéroplan offre également une collection de primes écologiques pour répondre aux préoccupations des membres Aéroplan concernant l'environnement et le réchauffement climatique. Aéroplan offre aussi à ses membres la possibilité de compenser les émissions de carbone produites par leurs primes-voyages. Les membres Aéroplan peuvent aussi faire don de leurs milles aux organismes caritatifs de leur choix inscrits au programme Mille gestes d'Aéroplan ou créer un compte pour l'organisme caritatif de leur propre localité, réinvestissant ainsi les milles dans le travail effectué au sein de leur collectivité. Le moteur de réservation en ligne d'Aéroplan permet d'échanger des primes auprès des hôtels Best Western et Starwood, dont relèvent les bannières Sheraton, Westin, Le Méridien, W Hotels, St. Regis, Aloft, element, Four Points by Sheraton et Luxury Collection ainsi que les établissements nord-américains de Fairmont Hotels & Resorts et des établissements sélects au Mexique et dans les Caraïbes. Des cartes-cadeaux pour un certain nombre de ces partenaires sont également disponibles, ainsi que des options visant à échanger des milles pour des locations de voiture auprès d'Avis et de Hertz ainsi que des forfaits croisières et vacances auprès de Vacances Air Canada et d'Expedia CruiseShipCenters. Les membres ont toujours réagi favorablement à l'augmentation du choix et de la valeur des primes non aériennes.

Les primes de surclassement Star Alliance ont été lancées en 2010. Ce produit tire profit de la technologie de Star Alliance pour permettre aux membres Aéroplan d'utiliser leurs milles en vue d'obtenir le surclassement de certains vols commercialisés et ainsi obtenir un niveau de confort supérieur (par exemple passer de la classe économique à la classe affaires) sur les vols d'Air Canada et la plupart des vols de Star Alliance.

Les primes-voyages aériennes demeurent les plus populaires parmi les membres, ces primes ayant représenté environ 72,3 % de toutes les demandes d'échange de primes présentées par les membres Aéroplan en 2015.

Partenaires d'accumulation

Aéroplan attire et conserve ses partenaires d'accumulation grâce à la valeur : i) de son bassin de membres privilégiés comme marché cible pour les initiatives d'acquisition, de rétention et d'accroissement de la taille générale de ces partenaires d'accumulation, les résultats étant fondés sur la capacité de gagner des milles Aéroplan; ii) de la gamme de services de commercialisation et de canaux à valeur ajoutée offerts par Aéroplan; iii) d'une meilleure compréhension de leurs clients à l'aide des données et des connaissances d'Aéroplan, en vue d'élaborer des stratégies et des tactiques de marketing plus efficaces; et iv) de l'association à la marque et du pouvoir de marketing du programme coalisé Aéroplan.

Aéroplan entretient actuellement des relations commerciales avec des partenaires d'accumulation, qu'on peut répartir en trois grandes catégories :

- services financiers, notamment cartes de crédit et cartes de paiement;
- transports aériens; et
- commerce de détail et autres.

En outre, Aéroplan offre aux membres la possibilité d'accumuler deux fois les milles Aéroplan avec chaque achat de voyage, en choisissant de faire affaire avec les partenaires d'Aéroplan et en utilisant une carte de crédit ou de débit Aéroplan pour régler leur achat. Cela accélère l'accumulation de milles, ce qui approfondit l'engagement du membre et réduit le délai pour gagner sa prime idéale.

i) Cartes de crédit et cartes de paiement

TD est l'un des principaux émetteurs de cartes de crédit de prestige au Canada selon les volumes d'achats et les soldes impayés. Aux termes de l'entente avec TD, TD administre divers produits Visa et d'autres produits

permettant aux membres Aéroplan d'accumuler des milles Aéroplan en utilisant leur carte de crédit et en faisant d'autres achats. En échange, Aimia Canada reçoit la facturation brute des milles Aéroplan portés au crédit des comptes des titulaires de cartes Visa TD participants, en proportion de la valeur des achats faits avec ces cartes et des autres produits achetés. Les membres accumulent des milles Aéroplan selon un ratio propre au type de carte ou autre produit utilisé pour les achats imputés à cette carte ou les montants affectés à d'autres produits. L'entente avec TD viendra à échéance le 31 décembre 2023, à moins qu'elle ne soit renouvelée selon un commun accord des parties. En 2014, Aimia a conclu une nouvelle entente pluriannuelle avec TD qui lancera deux cartes de crédit à la consommation de marques conjointes Aéroplan/TD US sur le marché américain. Les nouvelles cartes de crédit à la consommation comportent les marques de commerce d'Aéroplan et permettent d'accumuler des milles Aéroplan.

Aux termes de l'entente avec la CIBC, la CIBC administre divers produits Visa et d'autres produits bancaires permettant aux membres Aéroplan d'accumuler des milles Aéroplan en utilisant leur carte de crédit ainsi que certains produits bancaires à l'égard desquels les membres Aéroplan avaient rempli une demande ou avaient une demande en cours avant le 1^{er} janvier 2014. En échange, Aimia Canada reçoit la facturation brute des milles Aéroplan portés au crédit des comptes des titulaires de cartes CIBC Visa participants et des clients de la CIBC participants qui ont un produit bancaire Aéroplan CIBC, en proportion de la valeur des achats faits avec ces cartes ou des autres produits achetés. Les membres accumulent des milles Aéroplan selon un ratio propre au type de carte ou autre produit utilisé pour les achats imputés à cette carte ou les montants affectés à d'autres produits. L'entente avec la CIBC viendra à échéance le 31 décembre 2023, à moins qu'elle ne soit renouvelée selon un commun accord des parties, qui ont toutes deux la faculté de résilier l'entente après sa troisième année sous réserve du respect de certaines conditions relatives à la migration des cartes de crédit Aéroplan dans le portefeuille conservé par la CIBC vers d'autres cartes de crédit CIBC.

Aux termes des ententes avec AMEX, AMEX gère divers produits American Express qui permettent aux membres Aéroplan d'accumuler des milles Aéroplan lorsqu'ils utilisent leur carte. En échange, Aimia Canada reçoit la facturation brute des milles Aéroplan portés au crédit du compte des titulaires de cartes AMEX participants, en proportion de la valeur des achats faits avec ces cartes. Les titulaires de carte accumulent des milles Aéroplan selon un ratio propre au type de carte quand ils portent le prix de leurs achats à leur compte de carte. Les ententes avec AMEX viendront à échéance le 31 décembre 2017.

AMEX offre actuellement quatre cartes aux consommateurs : la Carte AéroplanPlus AMEX, la Carte en Or AéroplanPlus AMEX, la Carte de Platine AéroplanPlus AMEX et la Carte Prestige AéroplanPlus AMEX. AMEX offre également la Carte affaires en Or AéroplanPlus AMEX et la Carte affaires de Platine AéroplanPlus AMEX. Chaque carte AMEX offre un ensemble unique de caractéristiques et d'avantages.

En outre, AMEX exploite son propre programme de points, appelé Points-privilèges, qui permet à certains participants de convertir leurs Points-privilèges de comptes canadiens ou américains en milles Aéroplan.

ii) Transports aériens

La catégorie des transports aériens regroupe 37 partenaires, en particulier Air Canada, Air Canada Express et d'autres compagnies aériennes membres de Star Alliance.

Air Canada. Air Canada, première compagnie aérienne intérieure et internationale à services complets du Canada, est l'un des principaux partenaires d'accumulation d'Aéroplan. Elle achète un volume élevé de milles Aéroplan chaque année pour les attribuer à ses clients. Les membres Aéroplan peuvent accumuler des milles Aéroplan pour voyager sur des vols d'Air Canada, d'Air Canada Express et d'Air Canada rouge. Voir « Activité – Fidélisation coalisée – Coalitions des Amériques – Aéroplan – Relations stratégiques à long terme avec Air Canada – CPSC ».

Star Alliance. Les membres Aéroplan peuvent accumuler des milles Aéroplan pour voyager sur des vols exploités par les compagnies aériennes membres de Star Alliance. Air Canada est un membre fondateur du réseau Star Alliance, la plus importante alliance de compagnies aériennes du monde. Air Canada exploite un réseau mondial étendu en collaboration avec ses partenaires internationaux. Le réseau Star Alliance s'est étendu, depuis sa constitution en 1997, pour inclure, en date du 7 mars 2016, les 28 compagnies aériennes suivantes : Adria Airways, Aegean Airlines, Air Canada, Air China, Air India, Air New Zealand, ANA, Asiana Airlines, Austrian, Avianca,

Avianca Brazil, Brussels Airlines, Copa Airlines, Croatia Airlines, EGYPTAIR, Ethiopian Airlines, EVA Air, LOT Polish Airlines, Lufthansa, Scandinavian Airlines, Shenzhen Airlines, Singapore Airlines, South African Airways, SWISS, TAP Portugal, THAI, Turkish Airlines et United.

Autres transporteurs aériens. Les membres Aéroplan peuvent aussi accumuler des milles Aéroplan pour voyager sur des vols exploités par les compagnies aériennes régionales canadiennes indépendantes suivantes : Canadian North, Air Creebec, First Air, Bearskin Airlines et Calm Air. De plus, les membres Aéroplan peuvent accumuler des milles Aéroplan pour voyager sur des vols exploités par Germanwings, une compagnie aérienne à faible coût située en Allemagne offrant des vols en Europe et, depuis février 2016 avec GOL, un transporteur brésilien offrant des vols au Brésil, en Amérique du Sud et aux États-Unis.

Commerces de détail et autres véhicules et hôtels. Les sociétés de location de voitures Avis et Hertz et de nombreuses grandes sociétés hôtelières connues au Canada et à l'étranger, y compris les hôtels Starwood, Fairmont, Marriott, Delta, Best Western, Intercontinental, Langham et Hilton, participent au programme Aéroplan. Le vaste réseau d'hôtels et de locateurs de voitures associés à Aéroplan offre à ses membres l'occasion d'accumuler des milles Aéroplan auprès de divers partenaires et leur permet d'être reconnus à titre de membre du programme Aéroplan lorsqu'ils voyagent au Canada et à l'étranger. Le portefeuille de partenaires de voyage d'Aéroplan comprend également plusieurs fournisseurs de voyages complémentaires offrant aux membres un vaste éventail de possibilités de gagner des milles en voyageant, y compris Vacances Air Canada et Expedia CruiseShipCenters, certains stationnements d'aéroports de choix et des sites de réservation de voyages en ligne comme Destination milles et Rocket-Miles.

Produits et services de consommation. En octobre 2004, Aéroplan a établi son plus important partenariat pluriannuel du secteur du détail avec Imperial Oil, un des plus grands détaillants d'essence au Canada. Les membres Aéroplan accumulent un mille Aéroplan par tranche de 3 \$ dépensés en essence régulière et en articles en vente au dépanneur, 2 milles par tranche de 3 \$ dépensés en essence intermédiaire et 3 milles par tranche de 3 \$ dépensés en essence super dans environ 1 700 stations Esso au Canada.

En février 2007, Aéroplan a établi un partenariat pluriannuel avec Home Hardware, le plus important détaillant de rénovation domiciliaire indépendant du Canada. Les membres Aéroplan obtiennent un mille Aéroplan chaque fois qu'ils dépensent 2 \$ dans l'un des plus de 1 000 des magasins Home Hardware, Home Building Centre, Home Hardware Building Centre ou Home Furniture partout au Canada et sur plus de 100 000 produits.

Lancée au milieu de 2008, la netBoutique d'Aéroplan est un portail de magasinage en ligne qui permet aux membres d'accumuler des milles Aéroplan lorsqu'ils font des achats en ligne chez plus de 100 détaillants de premier ordre et dans 13 catégories différentes de produits. Elle offre aux membres de plus amples occasions d'accumuler des milles Aéroplan en leur permettant de gagner un mille Aéroplan par dollar dépensé dans des sites de premier ordre, comme Apple Store Canada, Dell Canada et chapters.indigo.ca.

En septembre 2013, Aéroplan a conclu une entente pluriannuelle avec le fabricant de véhicules de luxe Volvo Cars, qui permet aux membres Aéroplan d'accumuler des milles Aéroplan sur les véhicules Volvo chez tous les concessionnaires Volvo canadiens. Les membres peuvent accumuler des milles pour des achats touchant tous les services et produits automobiles de Volvo, y compris les essais routiers, l'achat ou la location de véhicule, les accessoires de véhicule et l'entretien automobile.

En juillet 2015, Aéroplan a conclu une entente pluriannuelle avec Toyota Canada pour permettre aux membres Aéroplan d'accumuler des milles à chaque étape du parcours client pour tout véhicule Toyota et Scion au Canada.

Costco, FYi Doctors, Direct Energy, Uniprix, Miele, The UPS Store et Bentley font également partie de cette catégorie.

Membres

i) Nombre de membres

Le programme Aéroplan compte à l'heure actuelle près de cinq millions de membres actifs, soit les membres qui ont effectué au moins une transaction (c.-à-d. accumulé ou échangé un mille Aéroplan) au cours des douze derniers mois.

Conformément aux règles et conditions concernant la validité des milles du programme Aéroplan (la « **politique de validité des milles** »), les membres doivent avoir accumulé ou échangé des points dans le cadre du programme Aéroplan au moins une fois au cours des douze derniers mois consécutifs, sans quoi les milles Aéroplan accumulés dans le compte seront perdus.

Les milles Aéroplan perdus peuvent être récupérés moyennant des frais administratifs de 30 \$, plus 0,01 \$ par mille Aéroplan recouvré.

ii) Protection des renseignements personnels concernant les membres Aéroplan

Conformément à sa politique sur la question, Aéroplan s'est engagée à protéger les renseignements personnels qui concernent ses membres et elle accorde une importance primordiale à la confiance que les membres lui accordent en tant que dépositaire des renseignements personnels à leur sujet. Aéroplan s'est donné pour tâche de réévaluer en permanence ses pratiques et procédures et s'est engagée à répondre aux observations de ses membres afin de satisfaire leurs attentes à cet égard. Aéroplan recueille, utilise et communique des renseignements sur ses membres pour administrer le programme Aéroplan et pour offrir à ses membres des primes, des avantages, des produits, des biens et des services aux termes du programme Aéroplan. Aéroplan ne recueille, n'utilise ni ne communique des renseignements personnels au sujet d'un membre sans son consentement, sauf si la loi l'y autorise ou l'y oblige. Les membres Aéroplan peuvent faire retirer leur nom des listes de sollicitation utilisées pour promouvoir les offres spéciales présentées par Aéroplan et ses partenaires. Aéroplan exige par contrat de ses partenaires commerciaux qu'ils s'engagent à protéger les renseignements personnels. La politique d'Aéroplan en matière de protection des renseignements personnels est conçue pour respecter ou dépasser les exigences du droit canadien dans le domaine, prescrites notamment par la LPRPDE, et les principes édictés dans le *Code canadien de protection des renseignements personnels* (CAN/CSA-Q830-96). Le code d'éthique de la Société réitère l'engagement de cette dernière à protéger les renseignements personnels. Les ressources consacrées par la Société à cet égard contribuent à la rendre digne de confiance et à protéger sa réputation et sa marque.

Analytique fondée sur des données

Aéroplan tire parti du comportement d'achat de ses membres ainsi que des données sur l'attitude produites par notre panel exclusif de recherche, Conseillers Aéroplan, afin de générer de la valeur pour nos membres, nos partenaires et notre programme. Aéroplan a une expertise en analytique spécialisée en marketing axé sur les partenaires et les clients, dans tous les grands secteurs d'activité où elle compte des partenaires d'accumulation importants.

Les équipes d'analytique axée sur les clients d'Aéroplan utilisent des segmentations, des analyses statistiques et la modélisation de la propension pour livrer des messages et des communications ciblés et pertinents. Au cours des dernières années, les communications d'Aéroplan sont devenues plus pertinentes et dignes d'intérêt en raison de son utilisation de son modèle de segmentation des membres Aéroplan. Le modèle définit différents groupes de membres selon des indicateurs de comportement clés, notamment les habitudes de voyages, les sources d'accumulation, la durée d'adhésion au programme Aéroplan ainsi que les besoins et attitudes propres à chaque segment.

La capacité d'Aéroplan de fournir des communications ciblées est un outil de commercialisation à valeur ajoutée offert aux partenaires commerciaux à des prix concurrentiels comparativement à d'autres médias de masse. Ces communications ciblées ont pour objectifs i) d'augmenter les dépenses des membres et l'accumulation des milles Aéroplan auprès d'un plus grand nombre de partenaires d'accumulation, ii) de favoriser l'adhésion de nouveaux membres et iii) de maximiser la loyauté des membres au programme Aéroplan en les encourageant à y participer activement en accumulant et en échangeant des milles.

Les partenaires d'accumulation se voient offrir de communiquer avec des membres ciblés au moyen des canaux de communication aux membres Aéroplan, notamment par voie de publipostage, de courriels et de documents envoyés aux nouveaux membres, de même que par le site Internet aeroplan.com. Aéroplan crée également des promotions de groupe ou individuelles à ses partenaires d'accumulation, qui peuvent prendre la forme de campagnes nationales à canaux multiples, faisant intervenir des actions de promotion sur le lieu de vente, de la publicité nationale et du marketing direct. De même, Aéroplan applique des algorithmes de ciblage au volet échanges en veillant à ce que les communications relatives aux primes soient aussi personnalisées et pertinentes que possible pour chaque membre.

Relations stratégiques à long terme avec Air Canada

Aéroplan entretient des relations stratégiques à long terme avec Air Canada, première compagnie aérienne intérieure et internationale à services complets du Canada.

Aéroplan est rémunérée pour sa gestion du programme hiérarchisé d'Air Canada à l'intention de ses plus grands voyageurs (Altitude). En outre, Aéroplan peut facturer certains frais aux membres lorsqu'ils échangent des milles Aéroplan, par exemple des frais de réservation, de service et d'administration.

Aéroplan est partie aux principaux contrats suivants avec Air Canada : i) le contrat de participation et de services commerciaux modifié et mis à jour daté du 9 juin 2004, en sa version modifiée (le « **CPSC** »); ii) le contrat de base de données daté du 13 mai 2005 (le « **contrat de base de données** »); et iii) les contrats de licence d'exploitation de marques datés du 13 mai 2005 et du 23 novembre 2006 (les « **contrats de licence d'exploitation de marques** »).

i) CPSC

Aux termes du CPSC, Aéroplan offre ses primes aériennes à Milles fixes grâce à l'attribution d'un nombre fixe de places sur les vols AC, représentant 8 % de la capacité des vols d'Air Canada et d'Air Canada Express, membre du groupe d'Air Canada, et des vols de certains autres transporteurs aériens sous le code « AC » à un prix fixe par mille parcouru. Le prix des places est fixe et augmente légèrement tous les ans jusqu'à la fin de 2016. Par après, tout rajustement à la hausse ou à la baisse sera fondé sur des paramètres déterminés. Le 10 février 2014, comme le prévoit le CPSC qui lie actuellement les parties, Aéroplan et Air Canada ont conclu une entente visant les tarifs d'échange de la capacité fixe de places à payer par Aéroplan pour la période du 1^{er} janvier 2014 au 31 décembre 2016. Le résultat est conforme aux paramètres contractuels préétablis et correspond aux attentes commerciales d'Aéroplan.

Aéroplan a accès à un nombre illimité de places sur les vols AC grâce aux Primes aériennes au Tarif du marché. De plus, Aéroplan continue à avoir accès à 8 % des places à bord des vols AC à un prix fixe (sous réserve des rajustements mentionnés ci-dessus) et elle est en mesure d'acheter des places supplémentaires au tarif publié assorti d'un escompte variable selon le type de tarif. En outre, le CPSC prévoit que le tarif facturé à Aéroplan serait le meilleur tarif imposé à tout autre programme de fidélisation, compte tenu du fait qu'Aéroplan est le premier acheteur de places sur les vols d'Air Canada. Ces arrangements permettent à Aéroplan de procurer à ses membres un accès amélioré aux primes-voyages aériennes.

Air Canada, avec les autres partenaires Star Alliance, est le plus important partenaire d'échange d'Aéroplan. Air Canada paie pour participer au programme Aéroplan. Le montant payé dépend du nombre de milles Aéroplan attribués aux clients d'Air Canada qui voyagent sur les vols AC et apparaît sous « Facturation brute des états financiers d'Aimia ».

Aux termes du CPSC, Aéroplan est tenue d'acheter annuellement un nombre minimal de places d'avion sur les vols d'Air Canada et des membres du groupe de celle-ci, représentant 85 % du nombre moyen de places utilisées au cours des trois dernières années civiles. Selon la période de trois ans terminée le 31 décembre 2015, Aéroplan doit acheter des places d'avion totalisant environ 515,2 millions de dollars chaque année.

Bien qu'Air Canada puisse modifier le nombre de milles Aéroplan accordés par vol en vertu du programme Aéroplan aux membres sans le consentement d'Aéroplan, elle est tenue d'acheter, chaque année, un nombre

préétabli de milles Aéroplan à un tarif convenu. L'engagement annuel est établi en fonction de 85 % de la moyenne totale des milles Aéroplan réellement émis pour les vols d'Air Canada ou les produits et services d'un transporteur aérien membre du groupe d'Air Canada dans les trois années civiles précédentes. L'exigence minimale estimative pour 2016 est de 208,4 millions de dollars.

Le CPSC prévoit également qu'Aéroplan gèrera, contre rémunération, le programme hiérarchisé pour grands voyageurs d'Air Canada, Air Canada Altitude, destiné à ses clients Super Élite 100AC, Élite 75AC, Élite 50AC, Élite 35AC et Prestige 25AC. Aéroplan doit aussi fournir certains services de commercialisation et de promotion à Air Canada, notamment des services de centres de contacts ayant trait au programme hiérarchisé pour grands voyageurs.

En vertu du CPSC, aucun autre transporteur qui fait concurrence à Air Canada (sauf les compagnies aériennes membres de Star Alliance) ne peut être autorisé à participer au programme Aéroplan. Il est toutefois entendu qu'Aéroplan peut avoir comme partenaires commerciaux des sociétés de transport telles que des compagnies de location de véhicules, de trains, d'autobus et de paquebots de croisière, avec le consentement préalable (lequel ne doit pas être refusé déraisonnablement) d'Air Canada. Cette clause d'exclusivité cesse de s'appliquer si, pendant quatre trimestres consécutifs, le nombre total de places à bord des vols d'Air Canada et d'Air Canada Express chute de façon considérable (un « **changement important concernant Air Canada** ») par rapport aux trimestres correspondants de l'exercice précédent. Aéroplan peut par ailleurs résilier le CPSC à la survenance d'un changement important concernant Air Canada.

Pendant la durée du CPSC, Air Canada n'a pas le droit de créer un autre programme pour grands voyageurs ou un programme de fidélisation de la clientèle, ni d'y participer, sauf en ce qui concerne les programmes de certains partenaires Star Alliance qui ont convenu de donner à Aéroplan un accès réciproque à leurs programmes, certains programmes internes d'une durée limitée qui ne donnent pas droit à une monnaie d'échange et quelques autres programmes exploités par des tiers lorsque certaines conditions sont réunies. Cette clause d'exclusivité cessera de s'appliquer si, pendant quatre trimestres consécutifs, le nombre total des milles Aéroplan accumulés dans le programme Aéroplan devait chuter de façon considérable par rapport aux trimestres correspondants de l'exercice précédent, à la condition que cette baisse ne soit pas liée à des réductions importantes du nombre de places à bord des vols d'Air Canada et d'Air Canada Express (un « **changement important concernant Aéroplan** »). Air Canada peut par ailleurs résilier le CPSC à la survenance d'un changement important concernant Aéroplan.

Sous réserve de ce qui précède, le CPSC expire le 29 juin 2020, sous réserve de quatre renouvellements automatiques de cinq années chacun, à moins qu'une partie ne fournisse à l'autre un avis écrit de son intention de ne pas renouveler le contrat au moins 12 mois avant la fin de la durée initiale ou d'un renouvellement.

ii) Contrat de base de données

Aux termes du contrat de base de données, Aéroplan gère la base de données sur les passagers d'Air Canada. Le contrat de base de données permet à Aéroplan de se servir des renseignements contenus dans la base de données d'Air Canada à des fins statistiques. Aéroplan peut également s'en servir à des fins lucratives et à des fins commerciales générales, pour mener des études de marché au profit d'autres partenaires Aéroplan qui ne font pas directement concurrence à Air Canada. De même, Air Canada peut avoir accès aux renseignements contenus dans la base de données d'Aéroplan et s'en servir à certaines fins limitées, notamment pour des activités de commercialisation ciblées approuvées au préalable. Aéroplan et Air Canada accèdent aux données et les utilisent sous réserve de toutes les restrictions qui s'appliquent en matière de confidentialité, moyennant des frais préétablis variant selon l'accès ou l'utilisation, facturés trimestriellement et susceptibles d'être révisés annuellement. En 2015, rien n'a été facturé ou payé aux termes du contrat de base de données.

Le contrat de base de données expire le 29 juin 2020. En outre, il prend fin automatiquement lorsque le CPSC est résilié.

iii) Contrat de licence d'exploitation de marques daté du 13 mai 2005

Air Canada a accordé à Aéroplan un droit incessible, ne pouvant être accordé en sous-licence, non exclusif et libre de redevance d'utiliser certaines marques déposées par Air Canada dans le monde entier qui intègrent le nom

Air Canada ou la cocarde d'Air Canada, uniquement en association avec le programme Aéroplan. Le contrat de licence d'exploitation de marques daté du 13 mai 2005 peut être résilié si le CPSC l'est aussi.

iv) Contrat de licence d'exploitation de marques daté du 23 novembre 2006

Aéroplan a accordé à Air Canada le droit incessible, ne pouvant être accordé en sous-licence, non exclusif et exempt de redevance d'utiliser certaines marques de commerce déposées d'Aéroplan partout dans le monde qui intègrent la dénomination sociale d'Aéroplan ou d'autres marques de commerce, uniquement en association avec le programme de fidélisation géré par Aéroplan, l'administration du programme hiérarchisé d'Air Canada pour grands voyageurs et les services de transport aérien par affrètement et à tarifs fixes. Le contrat de licence d'exploitation de marques daté du 23 novembre 2006 peut être résilié si le CPSC l'est aussi.

v) Employés du centre de contacts

Le 13 mai 2005, Aéroplan et Air Canada ont conclu un contrat de services généraux (le « CSG ») aux termes duquel les services des agents des centres de contacts qui travaillaient pour Air Canada ont été fournis à Aéroplan. En juin 2009, Aéroplan a résilié le CSG conformément à ses modalités et certains agents des centres de contacts ont été transférés à Aéroplan. Le transfert à Aéroplan de 805 employés des centres de contacts a été entièrement réalisé le 14 juin 2009 et la section locale 2002 des TCA a été confirmée à titre d'agent négociateur de ces employés.

Dans le cadre du transfert des employés, Aéroplan s'est engagée à reconnaître l'ancienneté des employés transférés et à prendre en charge toute obligation supplémentaire au titre du régime de retraite découlant du cumul des années de service après leur départ d'Air Canada jusqu'à leur retraite chez Aéroplan.

Par suite de la résiliation du CSG, toutes les obligations figurant à ce contrat, y compris les paiements spéciaux relativement aux régimes de retraite auxquels les employés visés par le CSG ont participé, ont pris fin.

Le 8 juin 2012, Aéroplan a conclu une entente avec Air Canada aux termes de laquelle Air Canada transférerait au régime de retraite à prestations déterminées d'Aéroplan tous les actifs et les obligations au titre du régime de retraite liés aux prestations de retraite constituées par les employés qui ont été transférés à Aéroplan en 2009 et qui étaient auparavant des agents des ventes et du service à la clientèle chez Air Canada. Le transfert était assujéti à l'approbation réglementaire du Bureau du surintendant des institutions financières (« BSIF »). L'approbation réglementaire du BSIF a été reçue le 29 mai 2014.

Aux termes de l'entente, Air Canada a convenu de verser à Aéroplan un montant de 5,5 millions de dollars en contrepartie du transfert des actifs et des obligations du régime de retraite accumulées par les employés mutés. Le 18 juin 2012, le montant de rémunération a été reçu. Le 23 novembre 2012, le montant a été versé dans le régime de retraite à prestations déterminées d'Aéroplan. Le 31 juillet 2014, conformément à l'entente de transfert d'actifs du régime de retraite, Air Canada a versé un montant totalisant 68,2 millions de dollars au régime de retraite à prestations définies d'Aéroplan, soit 95 % de la valeur estimée des actifs du régime à la date du transfert. Le solde du transfert, qui représente l'écart entre la valeur finale des actifs à la date du transfert et les fonds reçus le 31 juillet 2014, a été reçu le 26 août 2014 et s'élevait à 2,9 millions de dollars.

Services d'amélioration

Les activités d'Aimia liées aux services d'amélioration offrent des produits sans tracas, comme des produits qui surveillent les notes de crédit, protègent les adhérents contre le vol d'identité, offrent des services d'amélioration pour les cartes de crédit et des services d'aide pour la maison. Aimia travaille de concert avec des institutions financières et des détaillants importants pour offrir des services multilingues afin d'aider nos institutions financières clientes à stimuler la fidélisation et l'engagement de leurs clients tout en améliorant la valeur à long terme associée à ceux-ci.

Activités de fidélisation des canaux et des employés

Les activités d’Aimia liées à la fidélisation des canaux et des employés répondent aux préoccupations de nos clients relativement à la gestion de leur capital humain et de leurs talents, et ce, dans trois domaines principaux :

- **PROCURATION** : La préparation en vue de la réussite des employés et des partenaires sur les canaux au moyen d’initiatives d’apprentissage et de formation et au moyen de communications stratégiques qui permettent, dans les deux cas, d’informer des publics sur les produits et services de nos clients et de les encourager à agir
- **ENGAGEMENT** : Les plateformes d’engagement axées sur les incitatifs fondés sur des points, la reconnaissance et les récompenses fondées sur la performance qui stimulent la fidélisation des employés et des partenaires sur les canaux à l’égard des marques de nos clients
- **ÉVÉNEMENTS** : La stimulation de la fidélisation des employés, des partenaires sur les canaux et des clients commerciaux au moyen de la conception et de la tenue de réunions d’affaires et de conférences pour les clients, de la gestion de réunions stratégiques et l’offre de voyages et d’événements favorisant la motivation

Fidélisation propriétaire

Au Canada, Aimia est un leader des primes de fidélisation imparties, assurant la gestion des relations avec plus de 500 partenaires dans le domaine du voyage, des marchandises et des cartes-cadeaux, représentant, au total, plus de 1 000 marques mondiales et locales. Nous gérons à la fois les intégrations répertoriées et les intégrations indirectes avec nos fournisseurs.

Aimia a une grande expérience en gestion et en optimisation des coûts reliées aux primes. Nous nous servons de notre envergure et de notre expérience pour trouver des solutions efficaces au chapitre des coûts et des marges de primes optimales tout en offrant les expériences clients personnalisées désirées.

COALITIONS INTERNATIONALES

La division Coalitions internationales d’Aimia comprend trois entreprises importantes : Nectar au Royaume-Uni, Air Miles Moyen-Orient et Shopper Insights and Communications. La Société détient également une participation de 25 % dans Travel Club, un programme de fidélisation coalisé d’Espagne.

Programme Nectar

Aperçu

Le programme Nectar permet à ses membres d’obtenir des points Nectar sur leurs achats courants auprès de plusieurs partenaires d’accumulation de premier plan. Des entreprises bien connues comme American Express, BP, British Gas, eBay, Virgin Trains, Homebase, Sainsbury’s et Expedia, dont beaucoup disposent de contrats à long terme avec Nectar, comptent actuellement parmi les partenaires d’accumulation. Les membres obtiennent des points Nectar en fonction de leur niveau de dépenses ou grâce à une activité (par exemple en étant clients d’un partenaire d’accumulation). Les membres peuvent ensuite échanger leurs points Nectar auprès des partenaires d’échange contre des primes, comme des marchandises, des remises sur achat, des rabais sur des billets d’avion et des entrées à des activités de divertissement.

Nectar envoie des offres publicitaires personnalisées par courriel et au moyen de ses applications mobiles.

Nectar permet aux partenaires d’accumulation d’accroître la loyauté de la clientèle, d’influencer les habitudes de consommation des clients, d’améliorer leur mise en marché et d’obtenir des analyses et des données sur la clientèle à un coût moindre qu’un programme de fidélisation maison. Les partenaires d’échange ont accès à un réseau de distribution distinct et à un grand bassin de membres Nectar.

Nectar tire la majorité de sa facturation brute des frais de commercialisation que lui versent ses partenaires d'accumulation pour chaque point Nectar émis aux membres. Les partenaires d'accumulation ont généralement conclu des contrats à long terme stipulant des engagements minimaux. Lorsque les membres échangent des points Nectar contre des primes, Nectar paie aux partenaires d'échange des frais de service pour l'échange des primes des membres.

Au coût des primes s'ajoutent les charges d'exploitation pour le maintien des systèmes utilisés pour gérer les comptes de points Nectar et conserver de façon sûre les données sur les clients, les frais de commercialisation tels que la publicité et les communications, les frais de main-d'œuvre et les frais des centres de contacts.

Nectar s'est démarqué comme le plus important programme de fidélisation coalisé du Royaume-Uni avec plus de 19 millions de membres actifs. Pour susciter l'intérêt et la participation de ses membres, Nectar s'appuie sur cinq éléments clés :

- le nombre de membres qui adhèrent à Nectar;
- la fréquence d'utilisation des cartes (activation);
- le nombre de partenaires d'accumulation qu'un membre visite au cours d'une période donnée;
- le nombre de points Nectar qu'un membre gagne; et
- les habitudes d'échange, notamment le nombre de points Nectar qu'un membre utilise pour obtenir des primes précises, la fréquence des échanges et sa compréhension de la gamme de primes et du processus d'échange.

Ces indicateurs fournissent à la direction des renseignements importants sur les habitudes de dépenses des membres et la santé de Nectar en général.

Nectar exploite aussi le programme « Nectar Business », un programme de fidélisation interentreprises, qui permet aux PME d'accumuler des points Nectar auprès d'une large gamme de partenaires d'accumulation dans le commerce de détail ou interentreprises, puis d'échanger leurs points contre des primes de la même manière que pour le programme à l'intention des clients auprès des partenaires d'échange Nectar.

En septembre 2015, Nectar a conclu un nouveau partenariat d'accumulation avec Pizza Express, offrant aux clients l'occasion d'accumuler des points Nectar lorsqu'ils se rendent chez Pizza Express. Le nouveau partenariat permettra à Nectar d'offrir des points Pizza Express aux clients, notamment pour l'achat d'une pizza, ou des points à chaque visite chez Pizza Express.

En 2015, Nectar a amorcé la transformation de son programme de fidélisation coalisée. Cette modification découle d'une volonté de remercier véritablement le client pour sa fidélité, d'informatiser les activités et de simplifier l'offre. Pour atteindre ces objectifs, le programme Nectar a été réorienté sur la présentation d'offres généreuses et personnalisées aux clients par l'intermédiaire de canaux informatisés.

En mai 2015, les offres à chaque client sont passées de 12 par trimestre à plus de 100 par semaine, selon le classement en fonction du comportement individuel.

Les canaux servant à présenter ces offres ont également fait l'objet d'une restructuration. En mai 2015, le programme de courriel Nectar a été mis en service; il visait à regrouper l'information provenant de multiples communications mensuelles en un seul point de vérité. Cette modification a été suivie, en juin, par la nouvelle application et, en août, par le nouveau site Web. Ces initiatives ont permis de créer une série de canaux informatisés offrant aux clients une expérience uniforme du programme. En mettant l'accent sur les voies informatisées, plutôt que sur les canaux classiques, Nectar a offert des points d'accès plus intuitifs à l'intention des clients modernes. Une application mobile lui a également permis de créer une communication bidirectionnelle, faisant en sorte que le client puisse donner des rétroactions et influencer sur l'orientation du programme. La communication instantanée a également

bénéficié énormément aux partenaires en leur permettant d'utiliser ces canaux pour réagir aux propositions des concurrents, stimuler les ventes et augmenter l'effet des interactions positives.

Partenaires d'accumulation

Les contrats qui régissent la participation des partenaires d'accumulation au programme Nectar contiennent généralement les éléments suivants :

- une durée à long terme;
- un apport financier annuel minimum; et
- des frais annuels de programme liés au RPC.

En général, le contrat interdit au partenaire d'accumulation de participer à des programmes concurrents et lui confère le droit exclusif d'émettre des points Nectar dans sa catégorie, d'utiliser la marque Nectar dans ses activités de commercialisation et de trouver les membres Nectar qui ne font pas actuellement partie de sa clientèle grâce aux initiatives de commercialisation de Nectar. La base de données Nectar et les autres droits de propriété intellectuelle qui servent à exploiter Nectar sont la propriété exclusive de Nectar.

Nectar cherche constamment à nouer de nouvelles relations à long terme avec des partenaires d'accumulation tout en cherchant à renouveler les ententes existantes. Dans la mesure du possible, les contrats avec les partenaires d'accumulation sont renouvelés par roulement pour éviter de tous les renégocier en même temps.

Partenaires d'échange

Les membres peuvent échanger des primes contre un vaste éventail de produits et services. Nectar fait affaire avec un vaste réseau de partenaires d'échange qu'on peut classer en trois grandes catégories :

Remises en magasin : Les membres peuvent échanger leurs points Nectar contre des remises immédiates quand ils font un achat dans divers magasins de détail, dont Sainsbury's et Argos sont parmi les principaux.

Divertissements et objets-cadeaux : Les membres peuvent échanger des points Nectar contre des remises et des objets-cadeaux proposés par diverses entreprises axées sur le divertissement et le style de vie, tels que les parcs thématiques, les concerts, la location de vidéos et les billets de cinéma. Vue Cinemas figure parmi les grands fournisseurs de divertissements et d'objets-cadeaux.

Voyages et loisirs : Les membres peuvent échanger des points Nectar contre des primes plus classiques, comme les escomptes sur les billets d'avion et les réservations de chambres d'hôtel faites par Expedia et sur les vols avec easyJet, la plus grande compagnie aérienne du Royaume-Uni.

Activités

Gestion des systèmes et des bases de données : La direction de Nectar s'est fondée sur son expérience dans l'établissement de programmes de fidélisation pour concevoir et créer un système de base de données de fidélisation exclusif et évolué qui est solide, fiable et extensible. Nectar investit constamment dans sa plateforme technologique au bénéfice de ses membres et de ses partenaires commerciaux. L'infrastructure technologique de Nectar est aussi portable et peut être utilisée pour lancer des programmes dans de nouveaux marchés géographiques et fournir des services d'impartition aux clients intéressés à offrir ou à gérer leurs propres programmes de fidélisation.

Le système est hébergé par un fournisseur de premier plan de services d'hébergement de données et protégé par des systèmes de récupération et de sauvegarde. L'entreprise investit en permanence dans la plateforme, qui est régulièrement mise à niveau et dotée de nouveaux outils analytiques.

Adhésion et documentation : Le service d'impression et de production est chargé de localiser les sources d'approvisionnement pour tout le matériel et la production des troussees d'adhésion. Il s'agit principalement

d'enregistrer les nouveaux membres et de remplacer les cartes volées, perdues ou endommagées. Un insigne qui s'attache au porte-clés a été lancé en 2006 et est émis aux membres fortunés dont les données démographiques correspondent le plus à ce produit.

Centres de contacts : Les échanges entre Nectar et ses membres par téléphone, courriel, dialogue en ligne et courrier se font par l'entremise de centres de contacts extérieurs. Le centre de contacts reçoit toutes les demandes de services et certaines demandes d'échange de primes des membres. Les appels traités par le centre étranger situé à Mumbai, en Inde, sont surtout de nature administrative. Les appels traités par un site à Newcastle, au Royaume-Uni, concernent en majorité des échanges et des plaintes plus complexes ainsi que des réponses par courriel, par dialogue en ligne et par la poste.

Air Miles Moyen-Orient

Lancé en 2001, le programme compte dorénavant plus de 1,5 million de membres inscrits, dont 580 000 sont des membres actifs partout dans les EAU, au Qatar et à Bahreïn. Les membres peuvent accumuler des milles Air Miles auprès de 120 sociétés chefs de file du marché, dont HSBC, Spinneys, Sharaf DG, Lamcy Plaza, Arabian Centre, Adidas et Damas, et plusieurs autres. Air Miles Moyen-Orient dirige également le programme « My Rewards Points » pour HSBC en Jordanie, en Égypte, au Liban et à Oman.

Le 5 janvier 2015, Air Miles Moyen-Orient a annoncé la signature d'une prolongation pluriannuelle avec son partenaire fondateur, HSBC, de sa participation au programme. La prolongation du partenariat signifie que les membres continueront d'accumuler des Air Miles chaque fois qu'ils utiliseront leur carte de crédit HSBC et accumuleront également le double d'Air Miles lorsqu'ils utiliseront leur carte de crédit HSBC et leur carte Air Miles dans plus de 120 magasins partenaires dans la région.

Air Miles Moyen-Orient offre un vaste choix de primes et de forfaits pour les membres, comme des réservations de billets d'avion et de chambres d'hôtel, des locations de voiture, des produits électroniques, des bijoux, des forfaits aventures et des billets de divertissement.

Le 20 mars 2016, Aimia a acquis la propriété entière d'Air Miles Moyen-Orient au moyen de l'acquisition de la participation de 40 % de HSBC Bank Middle East dans RMMEL, la société qui est propriétaire et exploitante d'Air Miles Moyen-Orient.

Shopper Insights and Communications

Aimia propose une gamme complète de solutions personnalisées d'analytique de la vente au détail à des entreprises du monde entier. En effet, nous tirons profit de notre vaste connaissance des données, de nos produits de pointe, de nos analystes chevronnés, de nos activités de consultation et de notre expérience de la vente au détail pour offrir à nos clients des idées pouvant être mises en pratique. En analysant chaque article, nous permettons aux clients de faire des offres plus pertinentes et plus intéressantes à leurs clients grâce à une stratégie de marketing mieux ciblée. Couplée à notre outil propriétaire de production de rapports en libre-service, cette approche permet aux clients d'Aimia de comprendre en profondeur le comportement des consommateurs, et d'en tirer des revenus grâce à la monétisation des données auprès d'entreprises de produits de consommation courante.

Les analystes d'expérience d'Aimia se servent d'outils propriétaires pour proposer une analyse personnalisée à des détaillants mondiaux. Notre plateforme de connaissances Aimia comprend Libre-service, notre outil propriétaire permettant aux détaillants et à leurs fournisseurs de gérer leurs activités de façon proactive en cernant les changements d'habitudes de leur clientèle à mesure qu'ils surviennent. Les rapports de Libre-service sont produits à partir d'algorithmes intégrés selon les pratiques exemplaires provenant de la collaboration avec les principaux détaillants mondiaux depuis 2007. Le moteur d'analyse de Libre-service s'alimente en données sur les clients et sur les points de vente. Libre-service est conçu pour l'entreprise, est extrêmement souple et peut améliorer considérablement la prise de décisions en gestion d'assortiments et de catégories, en fixation des prix, en aménagement de magasin/proximité des articles, en lancements de nouveaux produits et en efficacité promotionnelle.

Ce niveau de compréhension du marché permet de diffuser rapidement des promotions et des messages sur les produits qui sont pertinents en fonction des segments de consommateurs et des formats de magasins. De plus,

nous offrons à une vaste gamme de détaillants provenant des quatre coins du globe des analyses sur mesure novatrices qui viennent appuyer leur vision et leur stratégie.

Aimia analyse les comportements de consommation des clients – combien ils dépensent, ce qu’ils achètent et à quel moment – puis, à l’aide de techniques statistiques, nous divisons ces comportements en « missions de magasinage » précises. Notre approche est de construire un langage clientèle commun qui permet à nos partenaires détaillants de comprendre tous les volets de leur entreprise. Nous créons de multiples segmentations de clientèle qui agissent comme reflet d’un comportement client complet en matière de magasinage et de consommation. Ces différents aspects sont rassemblés pour constituer le fondement de la stratégie client de nos partenaires détaillants.

Aimia collabore étroitement avec nombre de détaillants partout dans le monde afin d’offrir une analyse détaillée de la clientèle et de leur interaction avec les produits. Nous examinons ces renseignements et les combinons à des indicateurs de rendement des produits afin de mettre en place des outils d’optimisation de la portée. Les détaillants pourront ainsi prendre des décisions éclairées en matière de gestion de catégories.

Nous mettons à profit notre expertise en analytique et nos techniques statistiques pour concevoir des solutions de regroupement qui permettront de traiter de façon concrète des problèmes touchant :

- l’aménagement du magasin;
- l’espace alloué aux différentes catégories; et
- la combinaison de produits.

Grâce à ces regroupements, le détaillant pourra mieux cibler ses communications, offrant ainsi à chaque client une expérience plus personnalisée. Les clients actuels comprennent des noms tels que Sainsbury’s, au Royaume-Uni, CVS Pharmacy et SpartanNash, aux États-Unis, Migros, en Suisse, Sobeys, au Canada, ICA, en Suède et Sonae, au Portugal.

SOLUTIONS DE FIDÉLISATION MONDIALES

De par leur nature, les coalitions offrent l’exclusivité par catégorie – par exemple, une coalition n’aura qu’un seul partenaire épicière ou transporteur. La division Solutions de fidélisation mondiales d’Aimia fournit notre expertise et nos solutions en matière de fidélisation à des sociétés individuelles qui choisissent d’établir leur propre programme et agrandit ainsi le marché exploitable d’Aimia, et ce, en offrant des solutions de bout en bout à certaines des plus importantes marques à l’échelle mondiale. Nous travaillons avec nos clients afin d’établir des relations sans pareil avec leurs clients et en collaborant avec elles afin de répondre à leurs besoins en matière d’acquisition, d’engagement et de fidélisation de la clientèle. Pour y parvenir, nous fournissons une gamme complète de services, allant de la conception des programmes de fidélisation jusqu’au déploiement et à la gestion de ceux-ci. Notre avantage repose sur notre situation unique, étant à la fois un fournisseur de solutions de fidélisations mondiales et un exploitant de multiples programmes de fidélisation coalisés. Nos plateformes mondiales, dans lesquelles est intégrée notre expertise mondiale, en constituent un excellent exemple. La plateforme de fidélisation d’Aimia (PFA) et Smart Button constituent nos plateformes de premier plan dans le secteur et sont offertes aux entreprises et aux clients intermédiaires et elles ont été reconnues par Forester comme des solutions de fidélisation de premier plan dans leur catégorie respective. La plateforme de communications d’Aimia (PCA) regroupe l’expertise approfondie d’Aimia en matière de campagne mondiale et une technologie de pointe afin d’offrir des solutions de gestion des relations avec la clientèle éprouvées. Nous visons des entreprises et des clients intermédiaires principalement dans les secteurs des services financiers, du commerce de détail, des produits de consommation emballés (PCE), du voyage, de l’hôtellerie, de l’automobile et des télécommunications.

Nos plateformes comprennent ce qui suit :

Conception de programmes de fidélisation – comprend des services complets de consultation et de conception en matière de stratégie de fidélisation à l’intention des clients qui n’ont pas de programme fidélisation ou de ceux qui veulent une restructuration complète de leur programme, ainsi que des services d’évaluation à l’intention des clients qui veulent actualiser leur programme. Notre équipe mondiale de consultants en stratégie de

fidélisation experts s'appuie sur l'expertise accumulée auprès de notre clientèle mondiale et les connaissances gagnées en tant qu'exploitant de nos propres programmes de fidélisation coalisés.

Déploiement de programmes de fidélisation – comprend notre gamme de plateformes de premier plan dans le secteur, notamment :

- Plateforme de fidélisation d'Aimia (PFA) – une plateforme de fidélisation pour l'entreprise qui permet aux clients d'entretenir une relation plus enrichissante et plus durable avec leurs clients, non seulement par l'intermédiaire des réseaux transactionnels habituels, mais également en ligne et au moyen d'interactions avec la marque par la voie des médias sociaux et d'applications mobiles. Sa fonctionnalité permet d'obtenir une reconnaissance en temps réel et des primes à une variété de points de distribution, ce qui crée une offre personnalisée et une réponse immédiate qui favorise une participation accrue.
- Smart Button – plateforme de logiciel-service (Saas) de fidélisation éprouvée pour les sociétés de taille moyenne comptant plus de 60 clients. En analysant les données transactionnelles provenant de points de vente, d'eCommerce et d'autres sources de données sur la clientèle, Smart Button aide ses clients à répondre à leurs principales questions au sujet de leur entreprise. Il se sert des liens entre ces données transactionnelles et ces données sur la clientèle pour stimuler le comportement des consommateurs et, par conséquent, générer des résultats. À titre de produit Saas, il peut garantir la certitude en matière de prix, de temps et de caractéristiques.
- Plateforme de communications d'Aimia (PCA) – comprend des modèles de données, des processus, des moteurs de règles, un registre des campagnes antérieures, des modèles de campagne et des rapports d'évaluation du rendement qui sont préétablis à l'égard de secteurs particuliers. Nos services et plateformes reliés aux campagnes sont combinés, pour que le client puisse exécuter des programmes d'engagement à canaux multiples et réaliser de la valeur plus rapidement que jamais.

Gestion des programmes de fidélisation – comprend des services professionnels en matière d'exploitation des programmes de fidélisation (maintenance, rapports, commercialisation et optimisation), de gestion des campagnes (conception, création, établissement, livraison, analyse et rapports) et d'analyse de la fidélisation (rendement, segmentation, analyse comportementale, évaluation de l'engagement, analyse géographique, évaluation promotionnelle, analyse prédictive, planification des meilleures initiatives et analyse de la marge de manœuvre).

AUTRES PLACEMENTS

Aimia détient 48,9 % de PLM Premier, S.A.P.I. de C.V. (PLM), qui est propriétaire de Club Premier. Club Premier est le plus important programme coalisé du Mexique; il compte plus de 4,0 millions de membres et plus de 100 partenaires, et il est l'exploitant du programme pour grands voyageurs d'Aeromexico, la plus grande société aérienne du Mexique. Comme le programme est membre de l'alliance aérienne mondiale SkyTeam, les membres de Club Premier peuvent accumuler et échanger des points avec des transporteurs comme Delta Airlines, la plus grande société aérienne du monde, et Air France-KLM, le premier transporteur aérien en importance d'Europe. Les membres obtiennent également des points en utilisant les cartes comarquées American Express et Santander pour payer un éventail de services offerts par d'autres partenaires de fidélisation. Sont également partenaires du programme Club Premier les sociétés Soriana, deuxième épicerie en importance du Mexique, et Cinopolis, la plus grande franchise de cinémas du Mexique. Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015, son cinquième exercice complet, Club Premier a comptabilisé une facturation brute de 219,2 millions de dollars.

Aimia détient 20 % de Think Big, propriétaire et exploitant de BIG, le programme de fidélisation d'AirAsia et de Tune Group, qui compte 16 millions de membres.

Aimia détient également des participations minoritaires dans China Rewards, Cardlytics et Fractal Analytics.

CONCURRENCE

Aimia est l'un des principaux acteurs mondiaux en fidélisation actifs dans le secteur de la coalition. Il n'y a que quelques acteurs à l'échelle mondiale, qui comprennent American Express, détenant les coalitions Plenti et Payback, et Alliance Data Systems, par l'intermédiaire de sa filiale LoyaltyOne et de son programme Air Miles au Canada.

Aéropfan s'associe aux programmes de fidélisation exclusifs créés par ses partenaires commerciaux actuels et éventuels et coexiste avec eux. Les principaux concurrents d'Aéropfan au Canada sont les programmes de fidélisation offerts par les institutions émettant des cartes de crédit et des cartes de paiement comme le programme Avion de la Banque Royale du Canada et la carte World Elite de BMO, le programme Air Miles, les programmes pour grands voyageurs exploités par des compagnies aériennes concurrentes, comme WestJet et Porter, ainsi que les programmes de fidélisation exploités par des détaillants de produits et services de consommation et des sociétés pétrolières.

Nectar fait généralement concurrence à d'autres genres de services de commercialisation, comme la publicité, les activités promotionnelles et les autres modes de fidélisation, classiques ou en ligne, pour une part du budget marketing total des clients. Avec plus de 19 millions de membres actifs, Nectar est le plus important programme de fidélisation coalisé du Royaume-Uni. Le reste du marché est très fragmenté, car la plupart des programmes de fidélisation du Royaume-Uni sont des programmes de détaillants individuels, les principaux étant la carte Boots' Advantage et la Tesco Clubcard.

En outre, Air Miles Moyen-Orient et Club Premier font concurrence à d'autres formes de services de commercialisation et d'incitatifs à la fidélisation, à la fois traditionnels et en ligne.

On estime que tous nos programmes de fidélisation coalisés continueront à faire face à une concurrence intense sur leurs marchés respectifs. La facturation brute provenant des partenaires d'accumulation est tributaire de la capacité de nos programmes d'offrir des produits et services distinctifs et d'intéresser les membres. Pour demeurer attrayants, les programmes devront continuer à s'associer à des partenaires commerciaux appréciés des membres et à offrir aux membres des primes à la fois attirantes et accessibles. En ce qui a trait aux services de commercialisation des bases de données, il sera essentiel de continuer à saisir des données transactionnelles détaillées sur les membres pour procurer aux partenaires d'accumulation des stratégies efficaces en matière de gestion des relations avec la clientèle.

La division Solutions de fidélisation mondiales d'Aimia est en concurrence avec une vaste gamme de sociétés exerçant des activités dans la chaîne de valeur de la fidélisation – allant de la stratégie et de la conception des programmes jusqu'aux plateformes technologiques d'exploitation, aux services de commercialisation continus en gestion des programmes, à l'émission et la distribution de primes, à la gestion de campagnes et à l'analyse de la fidélisation. Celles qui offrent le plus large éventail de services liés à la fidélisation de la clientèle sont les suivantes : i) Alliance Data Systems, fournisseur de technologie de commercialisation, de solutions et de services en matière de fidélisation, par l'intermédiaire de ses filiales Epsilon, LoyaltyOne et Conversant, ii) Brierley+Partners, entreprise fermée qui crée des programmes de fidélisation de la clientèle axés principalement sur le secteur du commerce de détail et récemment acquise par Nomura Research Institute (NRI) en Asie, iii) Kobie Marketing, Inc., société fermée qui assure la gestion de stratégies de fidélisation, de technologies et de programmes, iv) Bond Brand Loyalty, société fermée (auparavant Maritz Canada et Maritz Loyalty Marketing) qui offre des services de stratégie et d'analyse, d'étude de marché, de technologie, de communications créatives et de distribution de primes, v) Affinion, société fermée offrant des solutions d'engagement, de fidélisation de la clientèle et d'assurance, vi) ICF Olson Ito1, appartenant à ICF International, qui offre des services de stratégie, de commercialisation intégrée et de création et de la technologie, vii) International Customer Loyalty Programmes Ltd. (ICLP), société fermée qui fournit des services liés aux stratégies, notamment en stratégie de commercialisation, en modélisation et en gestion de données, viii) Comarch, société de services en TI établie à Varsovie, en Pologne, qui offre des solutions en TI pour les entreprises en mettant l'accent sur l'établissement de stratégies et les services de gestion de programmes; ix) Tibco Software, fournisseur mondial de logiciels d'infrastructure et de veille économique et fournisseur de la gamme de solutions technologiques de fidélisation sur le nuage et sur le site, x) SAP, fournisseur de logiciels de gestion de la planification d'entreprise et des relations avec la clientèle, xi) Oracle, fournisseur de logiciels de gestion de la planification d'entreprise, des relations avec la clientèle et de la fidélisation et xii) des concurrents dans

le domaine de la consultation en matière de communications et de stratégie marketing, dont BBDO (Proximity, AMV), McKinsey & Company, Oliver Wyman, Bain et Deloitte.

Les services d'analytique et de connaissances d'Aimia livrent concurrence aux fournisseurs de services de données, de connaissances et de communications surtout à l'égard de la vente ou de la fourniture de services d'analyse de données améliorés (y compris les données provenant des unités de gestion des stocks) comprenant le regroupement de données provenant de programmes de fidélisation et des données transactionnelles, comme Dunhumby, 5one, Loyalty Partner (EMNOS), Data Ventures, EYC–Engage Your Customers, Alliance Data Systems, Information Resources, Inc. (IRI), Nielsen, Epsilon, Leo Burnett, Digitas, Bond Brand Loyalty, LoyaltyOne, Loyalty Lab, McKinsey & Company, Oliver Wyman, Bain et IBM.

LOGOS ET MARQUES DE COMMERCE

La direction est d'avis que ses marques de commerce sont importantes pour sa position concurrentielle. Les marques de commerce suivantes sont en voie d'être déposées ou visées par des demandes de dépôt dans divers territoires : AEROCORPORATE[®], AÉROENTREPRISE[®], AEROEXPRESS[®], AÉROGOLD[®], AÉROHYPOTHÈQUE[®], AEROMOVE[®], AEROMORTGAGE[®], AERONOTE[®], AÉRONOTE[®], AÉROPLAN[®], AÉROPLAN[®], AÉROPLAN PLUS[®], AÉROPLAN PLUS[®], AERO PLATINUM^{MC}, AÉRO PLATINE^{MC}, AEROSERVICE[®], AÉRO OR[®], AIMIA[®], AIR MILES[®], AIR MILES SHOPPING REWARDS et logo[®], AIR MILES TRAVEL THE WORLD[®], BEST OF EVERYTHING[®], DÉFI DES ÉTOILES[®], EIM ELEMENT[®], FIXED MILEAGE FLIGHT REWARDS[®], GLOBAL REWARDS[®], MARKET FARE FLIGHT REWARDS^{MC}, MCERTS[®], NECTAR et DESSIN[®], ONGUARD[®], PREPAID IMPRESSIONS[®], READY REWARDS[®], REBOUND, RSx[®], SCRATCH 'N WIN[®], SHOPPERS CASH COUPONS[®], STAR CHALLENGE[®], TRAVEL EASE[®], V.I.P. CHECKS ET DESSIN[®], VIRTUAL ENGAGEMENT SUITE[®], XPRESSMOTIVATION[®] et ZIPSETGO[®]. Air Canada a octroyé à Aéroplan une licence lui permettant d'exploiter l'appellation commerciale Air Canada et les marques de commerce Air Canada, notamment Air Canada et la cocarde d'Air Canada, uniquement en association avec la participation d'Air Canada au programme Aéroplan. Voir « Activité – Aperçu – Coalitions des Amériques – Aéroplan – Relations stratégiques à long terme avec Air Canada ».

Aimia a accordé des licences d'utilisation des mots servant de marque et des logos Air Miles, Air Miles Travel the World et Air Miles Shopping Rewards au Royaume-Uni, au Canada, en Hollande, en Espagne et au Moyen-Orient.

De plus, Aimia est propriétaire de droits, de marques de commerce, de savoir-faire et d'autres propriétés intellectuelles de la marque Air Miles et reçoit des redevances au titre de ces actifs.

L'actif incorporel d'Aimia est un élément important de son entreprise. Aimia bénéficie du goodwill découlant de ses noms de marque et elle protège ses droits de propriété intellectuelle, notamment ses marques de commerce et sa base de données, en ayant recours aux lois sur les marques de commerce, à des dispositions contractuelles et à des procédures de confidentialité. Les employés, les fournisseurs de services et les partenaires commerciaux s'engagent contractuellement à protéger les renseignements exclusifs d'Aimia afin d'en restreindre l'accès et la distribution.

RÉGLEMENTATION

Protection des renseignements personnels

Un certain nombre de lois sur la protection des renseignements personnels ont été adoptées sur les principaux marchés au sein desquels nous exerçons des activités, y compris le Canada, les États-Unis, l'Europe et l'Asie-Pacifique. Aimia et ses filiales sont dotées de politiques sur la protection des renseignements personnels conçues pour respecter ou dépasser les exigences des lois applicables dans le secteur privé.

La *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (Canada) (la « LPRPDE ») régit la collecte, l'utilisation et la communication de renseignements personnels dans le cours d'activités commerciales. La LPRPDE autorise les organismes à recueillir, à utiliser ou à communiquer des renseignements personnels uniquement aux fins qu'une personne raisonnable considérerait comme justifiées dans

les circonstances. De plus, les intéressés doivent consentir à la collecte, à l'utilisation ou à la communication des renseignements les concernant, sauf dans certaines circonstances prévues par la LPRPDE. Le Québec, l'Alberta et la Colombie-Britannique ont aussi des lois sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé, qui ont été déclarées essentiellement analogues à la LPRPDE. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes régit le télémarketing et la liste nationale de numéros de télécommunication exclus. La *Loi canadienne anti-pourriel* (« **LCAP** ») est entrée en vigueur le 1^{er} juillet 2014. La LCAP interdit l'envoi d'un message électronique commercial à une adresse électronique sans consentement, et prescrit des exigences en matière de forme et de contenu. La direction estime que ses politiques et ses pratiques en matière de protection des renseignements personnels sont conformes aux lois applicables. Voir « *Activité – Coalitions des Amériques – Aéroplan – Membres – Protection des renseignements personnels concernant les membres Aéroplan* ».

Aux États-Unis, les entreprises qui recueillent ou conservent des renseignements personnels doivent respecter diverses lois fédérales et étatiques qui règlementent la collecte et l'utilisation de renseignements personnels (la « **législation américaine sur la protection des renseignements personnels** »). La législation américaine sur la protection des renseignements personnels impose certains mécanismes de collecte et de conservation de données personnelles (qui peuvent comprendre le chiffrement), la déclaration des communications de données personnelles, des politiques de protection et des règles concernant la destruction des données. En plus de la législation américaine sur la protection des renseignements personnels, et en raison de la forte concentration de clients d'Aimia dans le secteur des services financiers dans la région É.-U. et APAC, Aimia s'efforce également de respecter les normes de la Payment Card Industry applicables aux services offerts.

La *Data Protection Act* et divers autres textes réglementaires rendent exécutoire en droit du Royaume-Uni la Directive 94/46/CE de la Communauté européenne. La *Data Protection Act* oblige Nectar et le service de fidélisation propriétaire d'Aimia, en tant qu'entreprises qui traitent des renseignements personnels, à respecter des principes de protection des données qui font en sorte que les renseignements personnels sont traités de manière équitable et légitime, à des fins limitées, sont justifiés, pertinents, non superflus, exacts et à jour, ne sont pas conservés plus longtemps qu'il est nécessaire, sont traités dans le respect des droits des intéressés, sont conservés en sûreté et ne sont pas transférés dans des pays non membres de l'Union européenne sans protection suffisante. Cette loi accorde également aux particuliers des droits importants, notamment le droit de connaître les renseignements personnels qui sont conservés dans des fichiers informatiques et dans la plupart des dossiers papier. L'Information Commissioner's Office est un organisme public indépendant qui a été établi au Royaume-Uni afin de protéger les renseignements personnels. Il dispose des pouvoirs requis (notamment le pouvoir d'émettre des avis d'exécution et d'information, d'effectuer des audits et de poursuivre les contrevenants en justice) pour faire respecter par les entreprises les exigences de la *Data Protection Act*. Nectar est inscrite auprès de l'Information Commissioner's Office du Royaume-Uni, comme l'exige cette loi. La direction estime que la politique de protection des renseignements personnels de Nectar et les pratiques et la politique concernant les témoins (*cookies*) sont conformes aux lois applicables. Une nouvelle loi sur la protection des données devrait entrer en vigueur en 2018; Aimia se tient au courant des derniers faits nouveaux.

Les activités en Australie doivent respecter la loi intitulée *Australian Privacy Act of 1988* (la « **loi australienne** ») au moment de la collecte de renseignements permettant d'identifier une personne auprès de participants au programme. La loi australienne est régie par 13 principes relatifs à la confidentialité. Ces principes régissent la façon dont les organismes gouvernementaux de l'Australie et de l'île Norfolk et certains organismes du secteur privé gèrent les renseignements personnels. Ils portent sur la façon dont des renseignements personnels peuvent être recueillis et le moment où ils peuvent l'être, comment ils peuvent être utilisés et divulgués, leur stockage et leur sécurité. Ils permettent également aux particuliers d'accéder à cette information et de la faire corriger, si elle est erronée.

Les activités d'Aimia en Nouvelle-Zélande doivent respecter la loi intitulée *New Zealand Privacy Act of 1993* au moment de recueillir tout renseignement permettant d'identifier une personne auprès de participants au programme. Cette loi est régie par 12 principes en matière de protection des renseignements personnels qui contrôlent la façon dont les organismes des secteurs privé et public recueillent, utilisent, divulguent, stockent et donnent accès à des renseignements personnels.

Les activités d'Aimia en Asie sont également assujetties à la législation locale en matière de protection des renseignements personnels. La loi de Singapour intitulée *Personal Data Protection Act of 2012* régit la collecte, l'utilisation et la divulgation de données personnelles sur des particuliers par les organismes et prévoit des

dispositions concernant le registre de numéros de télécommunications exclus. La loi de la Malaisie intitulée *Personal Data Protection Act of 2010* est fondée sur sept principes. À Hong Kong, Aimia doit respecter les six principes relatifs à la protection des données qui représentent l'essentiel de l'ordonnance de Hong Kong intitulée *Personal Data (Privacy) Ordinance (Cap. 486)* qui couvre toute la durée de vie des données personnelles.

EMPLOYÉS

Aimia bénéficie d'un réseau d'employés forts et expérimentés en fidélisation coalisée, en solutions de fidélisation et en analytique et connaissances. Aimia compte environ 3 200 employés répartis dans plus de 17 pays du monde et compte ses effectifs les plus importants au Canada (où nous possédons et gérons le programme Aéroplan), au Royaume-Uni (où nous possédons et gérons le programme Nectar) et aux États-Unis.

INSTALLATIONS

Au Canada, Aimia loue des bureaux à Montréal (Québec), où se situe son siège social mondial, ainsi qu'à Toronto (Ontario) et à Richmond (Colombie-Britannique). Aux États-Unis, les principaux bureaux d'Aimia sont situés à Minneapolis (Minnesota). Dans la région APAC, les principaux bureaux d'Aimia sont situés à Singapour, à Sydney (Nouvelle-Galles-du-Sud), à Melbourne et à Victoria, en Australie; à Auckland, en Nouvelle Zélande; à Mumbai, en Inde; à Kuala Lumpur, en Malaisie; à Hong Kong, à Tokyo, au Japon, et à Jakarta, en Indonésie. En Europe, Aimia loue des bureaux à Londres, en Angleterre. Air Miles Moyen-Orient loue des bureaux à Dubaï, dans les Émirats arabes unis; à Doha, au Qatar; et à Manama, à Bahreïn. Tous les baux susmentionnés sont au taux du marché.

ENVIRONNEMENT

Aimia n'exerce aucune activité comportant un risque environnemental important. Elle n'a détecté aucun risque environnemental actuel ou possible dans ses installations louées et n'a reçu aucune demande ni aucun avis ayant donné lieu ou qui risquent de donner lieu à une poursuite ou à une perte réelles ou potentielles liées à des obligations environnementales.

Aimia, consciente de l'environnement, exerce ses activités en tentant de limiter l'incidence de celles-ci sur l'environnement tout en demeurant concurrentielle. L'énergie consommée pour faire fonctionner les bureaux, l'utilisation du papier et les voyages d'affaires représentent la plupart des impacts environnementaux directs attribuables à Aimia.

Depuis 2008, Aimia mesure volontairement ses émissions de gaz à effet de serre et les compense par l'achat de crédits de carbone de haute qualité. Au cours de 2014, Aimia a retenu les services d'EY pour auditer la présentation de ses données environnementales. Le projet d'information sur le carbone (*Carbon Disclosure Project*) (« CDP ») a constaté les progrès accomplis par Aimia en matière de transparence et d'exactitude dans sa présentation d'information environnementale en lui attribuant une note de 99B pour 2015, une amélioration par rapport à la note de 89C qui lui avait été accordée en 2014. La qualité de notre présentation d'information environnementale a été reconnue par le CDP en 2015, Aimia se classant pour la première fois dans le Canadian Disclosure Leadership Index du CDP. En 2015, Aimia s'est également jointe à plus de mille autres organisations en signant l'Appel de Paris. Pour la première fois en 2015, Aimia s'est classée parmi les Future 40 Responsible Corporate Leaders in Canada de Corporate Knights.

RISQUES ET INCERTITUDES TOUCHANT L'ENTREPRISE

Les résultats opérationnels et la situation financière d'Aimia font l'objet d'un certain nombre de risques et d'incertitudes et sont influencés par un certain nombre de facteurs indépendants de la volonté de la direction. Le texte qui suit résume certains des principaux risques et incertitudes capables d'influer considérablement sur nos résultats futurs. Il est possible que les risques décrits dans les présentes ne soient pas les seuls auxquels Aimia est exposée. D'autres risques qui n'existent pas à l'heure actuelle ou qui sont jugés non importants pourraient se manifester et avoir des conséquences négatives importantes sur les résultats opérationnels et sur la situation financière d'Aimia.

RISQUES LIÉS AUX ACTIVITÉS ET AU SECTEUR D'ACTIVITÉ

Dépendance envers les partenaires d'accumulation importants et les clients

Les quatre principaux partenaires d'accumulation d'Aimia ont été responsables de 53 % de la facturation brute pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015. Une diminution des ventes d'unités de fidélisation à ces partenaires ou à tout autre partenaire d'accumulation important pour quelque raison que ce soit, notamment une diminution des tarifs ou une baisse d'activité, ou la décision d'avoir recours à une autre entreprise de services ou de ne plus sous-traiter une partie ou la totalité des services offerts, pourrait avoir des répercussions défavorables importantes sur la facturation brute et les produits des activités ordinaires. Le succès de nos programmes coalisés repose en grande partie sur nos rapports avec certains partenaires piliers clés. Rien ne garantit que les contrats conclus avec les principaux partenaires d'accumulation d'Aimia, dont les partenaires piliers, seront renouvelés à des conditions similaires, ni même qu'ils seront renouvelés à leur expiration.

Le programme Aéroplan tire une partie importante de sa facturation brute des ententes conclues avec TD, la CIBC et Air Canada.

Les ententes avec des entreprises de cartes de crédit ont pris effet le 1^{er} janvier 2014. Selon les ententes avec des entreprises de cartes de crédit, TD est devenue le principal partenaire de services financiers et émetteur de cartes de crédit Aéroplan, tandis que la CIBC continue également d'être un émetteur de cartes de crédit Aéroplan. Aux termes des ententes avec des entreprises de cartes de crédit, TD a acquis, le 27 décembre 2013, environ la moitié du portefeuille de cartes Aéroplan et la CIBC a conservé le reste du portefeuille, composé des titulaires de cartes Aéroplan ayant des relations bancaires plus étendues avec la CIBC. Les modalités des ententes avec des entreprises de cartes de crédit diffèrent substantiellement de celles prévues dans l'ancienne entente CIBC, qui a pris fin le 31 décembre 2013 et aux termes de laquelle la CIBC administrait divers produits VISA et autres produits permettant aux membres Aéroplan d'accumuler des milles Aéroplan en faisant des achats portés à leurs cartes de crédit ainsi que d'autres dépenses. Rien ne garantit que, pendant la durée des ententes avec des entreprises de cartes de crédit, la contribution financière aux résultats d'Aimia des ententes avec des entreprises de cartes de crédit sera semblable à la contribution historiquement connue aux termes de l'ancienne entente CIBC et/ou qu'elle sera semblable à la contribution de la première année de la durée au cours de laquelle il y a eu d'importantes accumulations de milles de même que des mesures incitatives à l'acquisition de cartes. Si les ententes avec des entreprises de cartes de crédit fournissent, pendant la durée des ententes avec des entreprises de cartes de crédit, une contribution financière moindre aux résultats d'Aimia que la contribution historiquement connue aux termes de l'ancienne entente CIBC ou par rapport à la première année de la durée, il pourrait y avoir une incidence défavorable sur notre facturation brute, nos produits des activités ordinaires, les frais d'échange et la rentabilité.

L'entente CIBC comprend également une option de résiliation pour chaque partie après la troisième année de l'entente si certaines conditions liées à la migration des cartes de crédit Aéroplan comprises dans le portefeuille que conservera la CIBC vers d'autres cartes de crédit CIBC sont réunies. Dans l'éventualité où l'option de résiliation est exercée aux termes de l'entente CIBC, rien ne garantit que les titulaires de carte Aéroplan CIBC passeront à TD ni quel sera le niveau de migration, le cas échéant, à cette date. Par conséquent, l'exercice de cette option de résiliation pourrait avoir une incidence défavorable sur la facturation brute et les produits des activités ordinaires d'Aimia.

Le CPSC conclu entre Aéroplan et Air Canada expire le 29 juin 2020, mais peut être renouvelé automatiquement quatre fois pour des périodes de cinq ans chacune, à moins qu'une des parties n'avise l'autre partie par écrit de son intention de ne pas le renouveler au moins 12 mois avant l'expiration de la durée initiale ou de la durée de renouvellement alors en cours. Voir « Coûts d'approvisionnement et de capacité » plus loin. Air Canada, qui doit acheter un nombre minimal de milles Aéroplan aux termes du CPSC, peut néanmoins modifier le nombre de milles Aéroplan attribués par vol sans le consentement d'Aéroplan, ce qui pourrait entraîner une réduction importante de la facturation brute.

Le programme Nectar tire une partie importante de sa facturation brute de son partenaire de coalition fondateur, Sainsbury's. Les ententes commerciales régissant la participation de Sainsbury's à titre de partenaire d'accumulation et de partenaire d'échange dans le cadre du programme Nectar expirent en 2019, à moins que les parties ne les renouvellent. Le 13 octobre 2014, Aimia a annoncé que les membres de Nectar accumuleront un point

par livre sterling dépensée en magasin ou en ligne chez Sainsbury's à compter d'avril 2015, comparativement au système actuel de deux points par livre sterling. On accordera une plus grande importance aux offres de points bonis et il y aura une augmentation des offres de points personnalisées. Même si ces changements visent à faire augmenter la participation et à rendre les possibilités d'accumulation plus fréquentes et plus ciblées, rien ne garantit que le nouveau programme d'accumulation remplira ses objectifs et il pourrait plutôt entraîner, de façon générale, une réduction de la participation des membres au programme Nectar. Une réduction importante de la participation des membres au programme Nectar pourrait avoir une incidence défavorable sur la facturation brute et les produits des activités ordinaires d'Aimia.

Les clients des services de fidélisation propriétaire d'Aimia sont généralement en mesure de réduire leurs dépenses en marketing ou d'annuler leurs projets à leur discrétion moyennant un court préavis. Il est possible que ces clients réduisent leurs dépenses par rapport à leurs habitudes ou qu'ils réduisent leurs dépenses futures. La diminution importante des dépenses en marketing des principaux clients des services de fidélisation propriétaire d'Aimia ou la perte de plusieurs clients importants, s'ils ne sont pas remplacés par de nouveaux comptes ou s'il n'y a pas une augmentation des commandes d'autres clients, pourrait avoir un effet défavorable sur nos produits tirés des services de fidélisation propriétaire et avoir une incidence sur les résultats opérationnels et la situation financière d'Aimia.

Incapacité de protéger les bases de données, cybersécurité et protection des renseignements personnels des consommateurs

Dans le cadre de nos programmes de fidélisation coalisés et propriétaire et de l'exercice des activités de fidélisation exclusives et d'analytique de la fidélité d'Aimia, des bases de données sur les membres sont tenues pour l'exploitation de nos programmes et ceux de nos clients. Ces bases de données renferment des renseignements sur les membres, notamment des données sur leurs comptes. Bien que nous, ainsi que des tiers qui nous fournissent des services, ayons établi des procédures de cybersécurité et de sécurité physique rigoureuses, les données sur les membres stockées dans les bases de données pourraient quand même faire l'objet d'un accès, d'une utilisation ou d'une communication non autorisés. Toute atteinte à la sécurité de nos bases de données et de celles de nos fournisseurs de services pourrait ternir notre réputation et inciter un plus grand nombre de membres de nos programmes de fidélisation à choisir de ne plus recevoir de documents promotionnels ou à éviter de fournir leurs renseignements personnels. Les partenaires et les clients pourraient réduire leur utilisation des services de marketing de la fidélisation si la sécurité des bases de données était compromise. La crainte dans le public que nous ayons communiqué des renseignements relatifs aux consommateurs sans autorisation pourrait donner lieu à des plaintes et à une enquête de la part des autorités responsables de l'application des lois sur la protection des renseignements personnels, ce qui risquerait de nuire aux relations avec les membres, les clients et les partenaires. En outre, toute publication non autorisée de renseignements sur les membres ou toute perception du public selon laquelle de tels renseignements ont été publiés sans autorisation pourraient mener à des plaintes des consommateurs et à des enquêtes de la part des organismes de réglementation compétents dans le domaine de la protection des renseignements personnels et ainsi nuire aux relations que nous entretenons avec les membres et partenaires commerciaux, et pourraient nous exposer à des litiges (y compris à des recours collectifs) et à d'autres procédures d'exécution, à des amendes importantes, à des frais de réparation et à d'autres dommages-intérêts compensatoires; dans tous les cas, cela pourrait avoir des répercussions défavorables sur nos résultats d'exploitation et notre situation financière.

Changements apportés au programme Aéroplan

Le 1^{er} janvier 2014, Aimia a mis en œuvre d'importants changements touchant le programme Aéroplan, dont les suivants : les nouvelles Primes aériennes au Tarif du marché, qui remplaceront les Primes Vol ClassiquePlus et offrent aux membres une valeur nettement supérieure; le lancement d'un programme de récompenses assorti de plusieurs niveaux et qui récompense les membres accumulant le plus de milles en leur offrant des niveaux préférentiels d'échange de milles; et l'annulation de la politique des sept ans pour échanger les milles, ceux-ci demeurant valides à la condition que les membres demeurent actifs dans le cadre du programme chaque année. La réussite financière de la mise en œuvre continue du programme Aéroplan bonifié est en partie tributaire des attentes relatives à la participation accrue des membres Aéroplan actuels et de la possibilité d'attirer de nouveaux membres. Rien ne garantit que les changements apportés au programme Aéroplan se traduiront par une participation accrue des membres et/ou par l'ajout de nouveaux membres à la hauteur des niveaux souhaités par Aimia. Cette situation pourrait avoir une incidence défavorable sur la facturation brute et les produits des activités

ordinaires d'Aimia. En outre, rien ne garantit que le volume réel des échanges et/ou le niveau des coûts prévus associés aux primes seront atteints aux niveaux prévus par Aimia. Un volume d'échanges et/ou des coûts plus élevés que prévu pourraient avoir une incidence défavorable sur la rentabilité d'Aimia.

Dépendance envers les partenaires d'échange

Nous dépendons de partenaires d'échange tiers pour offrir des primes-voyages et d'autres primes aux membres à l'échange d'unités de fidélisation. Notre rentabilité pourrait en subir les conséquences défavorables s'ils omettent de remplir leurs obligations. Si nos partenaires d'échange ne parviennent pas à remettre les produits et services en quantités suffisantes et dans les délais opportuns, ce manquement pourrait avoir des répercussions défavorables sur nos activités. Si nous ne sommes pas en mesure de renouveler les contrats en cours avec nos partenaires d'échange importants, nous pourrions ne pas être capables de remplacer le produit ou le service offert par ces partenaires au même prix, ce qui aurait pour effet d'avoir une incidence défavorable sur notre rentabilité.

Conflits d'intérêts

Les entreprises d'Aimia fournissent des services à un certain nombre de clients qui se font concurrence dans divers secteurs. Notre capacité à conserver les partenaires d'accumulation et les clients existants et à en attirer des nouveaux pourrait être limitée par une apparence de conflits d'intérêts découlant de nos autres relations. Notre incapacité à gérer adéquatement nos relations avec nos multiples clients et à éviter les situations de conflits d'intérêts éventuels pourrait avoir une incidence sur nos résultats opérationnels et notre situation financière.

Nombre plus élevé que prévu d'échanges de primes

Une partie importante de notre rentabilité repose sur l'estimation du nombre d'unités de fidélisation que les membres des programmes n'échangeront jamais. Le taux d'unités de fidélisation censé ne jamais être échangées s'appelle un « désistement » dans le secteur des programmes de fidélisation. Les désistements sont évalués par la direction en fonction des modalités du programme et des modèles historiques d'accumulation et d'échange, ajustés pour tenir compte des modifications de toute modalité qui a une incidence sur les pratiques d'échange futures des membres. La direction a mis au point, avec l'aide d'un expert indépendant, un modèle économétrique qui prend en compte les données historiques et le comportement prévu des membres selon l'hypothèse de la continuité d'exploitation. Aimia utilise cet outil pour évaluer et surveiller les estimations appropriées de désistements pour plusieurs programmes qu'elle offre régulièrement. L'estimation du taux moyen pondéré consolidé de désistements est de 12 % au 31 décembre 2015 (12 % au 31 décembre 2014). L'estimation du taux moyen pondéré consolidé de désistements est calculée en fonction du nombre total d'unités de fidélisation en cours aux termes des programmes de fidélisation de la Société. Cette estimation est fondée sur les résultats de l'application du modèle en 2015. Les produits des activités ordinaires comptabilisés au titre des désistements reposent sur le nombre d'unités de fidélisation échangées au cours d'une période comparativement au nombre total dont l'échange était prévu, compte tenu de l'estimation des désistements de la Société. Le taux de désistements des programmes Aéroplan et Nectar pourrait reculer au fur et à mesure que croissent ces programmes et qu'une plus grande diversité de primes est offerte. Si le nombre réel d'échanges dépasse les prévisions actuelles, la rentabilité pourrait être sérieusement touchée en raison des coûts entraînés par la demande d'échanges excédentaire. En outre, la proportion réelle des échanges de primes aériennes par rapport aux primes non aériennes pourrait nuire sérieusement à la rentabilité. La direction est convaincue que les estimations, méthodologies, jugements et hypothèses ayant servi à l'établissement des états financiers de la Société, notamment en ce qui concerne le traitement des désistements, sont raisonnables, d'après les renseignements disponibles et en se fiant à des experts de ces questions. Toutefois, rien ne garantit que les administrations fiscales et les autres autorités de réglementation compétentes seront d'accord avec ces estimations, jugements et hypothèses.

Réglementation

Les activités d'Aimia sont assujetties à plusieurs types de réglementation, notamment aux lois relatives à la protection des renseignements personnels, au télémarketing, à la protection des consommateurs, à la concurrence, à la publicité et aux ventes, aux loteries, aux jeux de hasard et aux concours publicitaires. En outre, un nombre croissant de lois et de règlements se rapportent à Internet visant, notamment, la responsabilité en matière de renseignements provenant d'Internet ou transmis par ce moyen et la réglementation du contenu en ligne. Qui plus

est, l'application à Internet des lois en vigueur régissant la protection des renseignements personnels de l'utilisateur, la propriété intellectuelle et la contrefaçon ainsi que d'autres questions demeure incertaine et est en voie de développement. Il est également possible que d'autres lois et règlements soient adoptés en vue de régler tout particulièrement l'industrie de la fidélisation ou des secteurs de celle-ci.

Aimia suit de près la réglementation et communique régulièrement avec les ministères compétents pour demeurer constamment au fait de l'évolution mondiale des questions de réglementation qui pourraient avoir une incidence importante sur ses activités à court ou à long terme, notamment les suivantes :

Protection des renseignements personnels

Au Canada, nous sommes assujettis à des lois et à des règlements portant sur la protection des renseignements personnels des consommateurs et/ou le marketing, notamment : i) la *Loi sur la protection des renseignements personnels*; ii) la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*, qui encadre la façon dont les entreprises du secteur privé peuvent recueillir, utiliser ou communiquer des renseignements personnels dans le cours de leurs activités commerciales; iii) la *Loi protégeant les renseignements personnels des Canadiens*, qui contient des dispositions relatives au consentement d'une personne à la collecte, à l'utilisation ou à la communication de ses renseignements personnels; et iv) la *Loi canadienne anti-pourriel*, qui interdit l'envoi d'un message électronique commercial à une adresse électronique sans consentement, et prescrit des exigences en matière de forme et de contenu. L'omission de se conformer aux dispositions des lois et règlements qui s'appliquent à la protection des renseignements personnels des consommateurs et/ou au marketing pourrait entraîner des sanctions pécuniaires qui sont susceptibles d'avoir des incidences sur les résultats d'exploitation et la situation financière d'Aimia.

L'adoption de lois ou de règlements sectoriels nouveaux ou modifiés portant sur des questions de protection des renseignements personnels des consommateurs et/ou de marketing, tant au Canada que dans l'un des marchés où Aimia exerce des activités, peut avoir une incidence importante sur nos relations avec nos membres et nos partenaires commerciaux. De tels lois et règlements sectoriels pourraient imposer des restrictions à la collecte et à l'utilisation de l'information et pourraient nuire à notre capacité de fournir des services de marketing de la fidélisation.

Paiements au Canada

En 2010, le ministère des Finances du Canada a adopté le Code de conduite destiné à l'industrie canadienne des cartes de crédit et de débit, dont l'application est volontaire, en réaction aux demandes exigeant une plus grande transparence des coûts associés à l'acceptation de paiements électroniques au point de vente (frais d'interchange), plus particulièrement les coûts engagés par les marchands selon les catégories de cartes.

Le 11 février 2014, dans le cadre du budget fédéral 2014-2015, le ministre des Finances alors en fonction a annoncé que le gouvernement continuera de collaborer avec les intervenants pour promouvoir des pratiques équitables et transparentes et pour contribuer à faire diminuer les coûts liés à l'acceptation des cartes de crédit absorbés par les marchands, tout en encourageant ces marchands à offrir de meilleurs prix aux consommateurs. Pour atteindre ces objectifs, le gouvernement a précisé qu'il entendait renforcer le Code de conduite d'application volontaire destiné à l'industrie des cartes de crédit et de débit, après consultation des intervenants.

Aimia a participé activement à de nombreuses discussions et rencontres avec les parties prenantes, notamment le ministre alors en fonction et son personnel. Conformément aux consultations antérieures, Aimia a fourni des informations et donné son point de vue afin de veiller à ce que les conséquences pour Aimia qui pourraient survenir en raison de changements dans le système de paiement canadien soient bien comprises et prises en compte par le gouvernement canadien.

Le 4 novembre 2014, Visa et MasterCard ont soumis des propositions volontaires distinctes et individuelles visant à ramener les frais de carte de crédit qu'elles imposent à un taux effectif moyen de 1,50 % pour les cinq prochaines années. Comme l'a indiqué le ministre des Finances du Canada, les deux engagements représentent une réduction des frais de carte de crédit d'environ 10 %. Aimia a collaboré avec TD et CIBC en vue d'obtenir des résultats satisfaisants pour les parties.

Toutes les autres modifications au système de paiement actuel, y compris d'autres changements apportés au système d'établissement des frais d'interchange des cartes de crédit, pourraient avoir des répercussions sur les produits des activités ordinaires pour les compagnies émettrices de cartes de crédit, ce qui pourrait avoir une incidence défavorable sur notre facturation brute.

Situation de l'économie ou du marché du détail

Les marchés pour les services offerts par les entreprises d'Air Canada pourraient ne pas continuer à prendre de l'expansion ou encore se rétrécir, ce qui pourrait avoir une incidence sur la croissance et la rentabilité. Les stratégies marketing axées sur la fidélisation et les bases de données sont assez nouvelles pour les détaillants, et rien ne garantit que les marchands continueront d'avoir recours à ce type de stratégies. En outre, la facturation brute et les produits provenant du marketing dépendent du niveau des dépenses de consommation chez les partenaires d'accumulation et les clients. Tout ralentissement ou toute diminution de la consommation risque d'avoir une incidence sur nos activités.

Concurrence

La concurrence dans le secteur de la commercialisation des programmes de fidélisation est intense. De nouveaux ou d'actuels concurrents peuvent viser les partenaires d'accumulation, les clients et les membres et obtenir des primes des partenaires d'échange. L'attrait des entreprises d'Air Canada dépendra en grande partie de leur capacité à maintenir des liens avec les partenaires commerciaux et les clients existants ou à en ajouter d'autres qui intéressent les consommateurs et à offrir des primes attrayantes et accessibles. Un grand nombre de nos concurrents actuels peuvent avoir à leur disposition de plus amples ressources financières, techniques, marketing et autres. Nous ne pouvons garantir que nous serons en mesure d'affronter nos concurrents actuels et éventuels, notamment sur le plan des innovations technologiques.

Problèmes de liquidité d'Air Canada et perturbations dans l'industrie du voyage

La forte demande des membres Aéroplan pour les déplacements par avion engendre une dépendance considérable envers Air Canada en particulier et envers le secteur du transport aérien en général.

Air Canada a subi des pertes importantes par le passé et pourrait en subir d'autres à l'avenir. Dans les documents qu'elle a rendus publics, Air Canada a indiqué qu'elle était vulnérable à une variété de risques, notamment aux risques liés à l'endettement, aux besoins de capitaux et de liquidités supplémentaires, aux taux de change, à la conjoncture économique et au contexte géopolitique, à la volatilité des coûts du carburant et des autres dépenses, à la concurrence, aux questions liées à l'emploi, à la capitalisation des régimes de retraite, à des marges de profit brut basses et à des coûts fixes élevés, de même qu'à des risques liés aux clauses restrictives de ses conventions de financement.

Air Canada a, et s'attend de continuer à avoir et à engager, une dette importante, et en raison d'une conjoncture difficile et d'autres conditions qui ont des répercussions sur elle, Air Canada pourrait faire face à des niveaux d'endettement encore plus élevés. Le montant de la dette qui a été contractée par Air Canada et celui qu'elle pourrait devoir engager à l'avenir sont susceptibles d'avoir des incidences défavorables importantes sur Air Canada. Rien ne garantit qu'Air Canada sera toujours en mesure de générer des liquidités suffisantes grâce à ses activités pour payer ses dettes et ses obligations locatives ou pour obtenir, en temps opportun, les fonds suffisants pour fournir les liquidités suffisantes advenant que les flux de trésorerie provenant de l'exploitation et l'encaisse soient insuffisants. Si Air Canada est incapable de régler ses passifs financiers et de satisfaire à ses autres obligations contractuelles à l'échéance, ou sinon de conclure des ententes visant à obtenir des liquidités supplémentaires, elle pourrait être forcée de s'adresser au tribunal pour se protéger contre ses créanciers en vertu de la législation sur l'insolvabilité.

La faillite ou l'insolvabilité d'Air Canada pourrait conduire à la résiliation ou à la renégociation du CPSC. Advenant une renégociation, Air Canada pourrait être tenue de payer les places qu'elle achète à Air Canada à des prix plus élevés que ceux qui sont actuellement en vigueur aux termes du CPSC. En cas de résiliation du CPSC, Air Canada devra acheter des places auprès d'autres sociétés aériennes. Les places achetées à une autre société aérienne pourraient coûter plus cher que les places comparables en vertu du CPSC et les liaisons offertes par les autres

sociétés aériennes pourraient ne pas convenir aux membres demandant l'échange. De ce fait, Aimia pourrait enregistrer des coûts plus élevés de demande d'échange pour les voyages aériens alors qu'en même temps, le taux de satisfaction des membres du programme Aéroplan pourrait diminuer sérieusement en raison de la nécessité d'effectuer des déplacements à bord d'autres transporteurs aériens.

La faillite ou l'insolvabilité d'Air Canada pourrait également inciter certains partenaires d'accumulation à tenter de renégocier les conditions de leurs relations commerciales avec Aéroplan. Le résultat d'éventuelles négociations à cet égard pourrait avoir une incidence défavorable sur le produit brut que tire Aimia de la vente de milles Aéroplan.

Toute perturbation dans le secteur du transport aérien ou tout autre changement défavorable important dans le transport aérien intérieur ou international affectant Air Canada ou un transporteur aérien membre de Star Alliance pourrait avoir un effet défavorable important sur les activités. Cela pourrait se traduire par l'incapacité d'Aéroplan de répondre aux demandes d'échange de primes aériennes des membres ou de fournir un nombre suffisant de possibilités d'accumulation de points. Des perturbations ou des retards dans le secteur du transport aérien ou dans l'industrie du voyage, notamment ceux découlant d'attentats ou d'activités terroristes, d'accidents ou de désastres mettant en cause un avion, un climat politique instable, des conflits armés, des épidémies, des conditions et des facteurs environnementaux, comme ceux découlant d'éruptions volcaniques ou d'autres phénomènes naturels, ou des mesures de sécurité de plus en plus contraignantes, comme les restrictions sur le contenu des bagages de cabine, les exigences relatives aux documents d'identification des passagers et les procédures de contrôle des passagers, risquent de susciter une grande insécurité chez les voyageurs, ce qui aurait une incidence défavorable importante sur la demande de transport aérien et le nombre de passagers voyageant sur des vols d'Air Canada. En conséquence, des membres pourraient choisir de ne pas utiliser les milles pour des déplacements aériens et leur taux d'utilisation du programme Aéroplan pourrait ne pas être aussi élevé qu'auparavant, ce qui pourrait avoir un effet défavorable sur les produits d'exploitation tirés du programme Aéroplan. Une diminution de l'utilisation par les membres du programme Aéroplan pourrait nuire à la capacité d'Aéroplan de conserver ses partenaires commerciaux et membres actuels et d'en attirer de nouveaux.

Changements dans le secteur du transport aérien et hausse des coûts des transporteurs aériens

Les primes-voyages aériennes demeurent les primes les plus recherchées par les membres du programme Aéroplan. La hausse du nombre de transporteurs à bas prix et la tendance des grands transporteurs aériens d'offrir des tarifs bas pourraient décourager la clientèle de réserver des sièges à bord d'Air Canada ou de participer au programme Aéroplan. De même, tout changement qui entraînerait la réduction des avantages procurés par le réseau Star Alliance, soit à cause du retrait d'Air Canada, ou dans une moindre mesure, du retrait d'un autre transporteur aérien de Star Alliance, soit par la dissolution de Star Alliance, pourrait aussi avoir un effet défavorable puisque les membres Aéroplan n'auraient plus accès à la vaste gamme de primes-voyages internationales. De plus, la croissance ou l'émergence d'autres alliances de transporteurs aériens pourrait avoir un effet négatif sur Aéroplan en réduisant le trafic d'Air Canada ou des transporteurs aériens membres de Star Alliance.

Le secteur du transport aérien a connu un certain nombre de hausses des coûts au cours des dernières années, notamment des hausses du coût du carburant, des assurances, des frais d'utilisation des aéroports et des frais reliés à la navigation. En outre, de nouvelles lois et des lois proposées ont été étudiées ou adoptées relativement aux émissions de carbone du secteur du transport aérien et comprennent l'établissement d'autorisations d'émissions et l'imposition de frais aux transporteurs aériens pour obtenir un certain pourcentage de ces autorisations. Ces hausses des coûts pourraient être transmises aux consommateurs, ce qui entraînerait une hausse des coûts d'échange des milles Aéroplan contre des primes-voyages aériennes. Ceci pourrait avoir un effet négatif sur la volonté du consommateur de participer au programme Aéroplan.

Coûts d'approvisionnement et de capacité

Les coûts peuvent grimper en raison d'ententes d'approvisionnement avec Air Canada et avec d'autres fournisseurs de nos programmes de fidélisation coalisés. Aéroplan peut ne pas être en mesure de satisfaire ses membres si le nombre de sièges mis à sa disposition par Air Canada et les transporteurs de Star Alliance n'est pas suffisant ou si d'autres primes non aériennes offertes par d'autres fournisseurs ne permettent pas de répondre aux demandes d'échange des membres à des prix spécifiques.

Au moment de l'expiration du CPSC, si Aéroplan ne peut renégocier un contrat de remplacement avec Air Canada à des conditions aussi favorables, ou si Air Canada réduit radicalement le nombre de places offertes, Aéroplan risque de devoir payer les places d'Air Canada plus cher que le prix actuel du CPSC ou de devoir acheter des places d'autres compagnies aériennes. Les places achetées d'une autre compagnie aérienne pourraient coûter plus cher que les places comparables en vertu du CPSC et les routes offertes par les autres compagnies aériennes pourraient ne pas convenir aux membres demandant l'échange. De ce fait, Aéroplan enregistrerait des coûts plus élevés de demande d'échange pour les voyages aériens alors qu'en même temps le taux de satisfaction des membres du programme Aéroplan pourrait diminuer en raison des déplacements à bord d'autres transporteurs aériens sur certaines routes.

Frais d'échange futurs non provisionnés

Dans le modèle des programmes de fidélisation coalisés, la facturation brute provient de la vente d'unités de fidélisation aux partenaires d'accumulation. Le processus de génération de produits n'est pas terminé à la vente d'une unité de fidélisation puisque la plupart des coûts sont engagés au moment de l'échange d'une telle unité. Selon les données antérieures, le délai estimé entre l'émission et l'échange d'une unité de fidélisation est actuellement d'approximativement 30 mois pour le programme Aéroplan et d'approximativement 15 mois pour le programme Nectar. Le moment de l'échange et le nombre d'unités échangées sont toutefois indépendants de la volonté d'Aéroplan et de Nectar. Aéroplan et Nectar utilisent actuellement le produit de la facturation brute (qui est reporté sur le plan comptable) rapportée par l'émission d'unités au cours d'un exercice pour payer les échanges réalisés au cours de l'exercice. De ce fait, si Aéroplan ou Nectar cessaient leurs activités, ou si les frais d'échange au cours d'une année donnée dépassaient les revenus rapportés par l'émission d'unités de fidélisation au cours de l'année, elles auraient une dette future non provisionnée relative aux échanges, ce qui pourrait accroître leur besoin en fonds de roulement et, en conséquence, avoir un effet sur le versement de dividendes aux actionnaires.

Changements aux programmes de fidélisation coalisés

À l'occasion, nous pouvons apporter des modifications à nos programmes de fidélisation coalisés qui risquent de ne pas être bien accueillies par certaines catégories de membres et qui pourraient se répercuter sur leur niveau d'activité. En outre, ces membres pourraient tenter un recours ou prendre tout autre moyen à leur disposition, qui, s'il aboutissait, pourrait avoir une incidence négative sur nos résultats d'exploitation et/ou notre réputation.

Nature saisonnière des activités, autres facteurs et rendement antérieur

La facturation brute de milles Aéroplan est en général plus faible pendant les premier et deuxième trimestres de l'année civile que pendant les troisième et quatrième trimestres. De plus, les demandes d'échange et les coûts des primes auxquelles elles donnent lieu sont en général plus élevés au cours des premier et deuxième trimestres de l'année civile qu'au cours des troisième et quatrième trimestres. Cette tendance entraîne des flux de trésorerie d'exploitation et des marges beaucoup plus élevés au cours des troisième et quatrième trimestres de l'année civile par rapport aux premier et deuxième trimestres. Cette tendance peut toutefois varier dans les prochaines années, car la nature saisonnière des activités évolue dans le temps.

En raison des fluctuations saisonnières, la facturation brute de Nectar dans le cadre du programme Nectar est en général plus élevée au quatrième trimestre que pendant les autres, en raison des achats du temps des Fêtes. La facturation brute des autres trimestres est sensiblement semblable. Les activités d'échange dans le programme Nectar sont encore plus concentrées que la facturation brute. Plus de 40 % de toutes les demandes d'échange du programme Nectar au cours des trois dernières années ont eu lieu au quatrième trimestre, étant donné que les membres font des échanges pour obtenir des cadeaux et d'autres primes avant les Fêtes. Par conséquent, les résultats d'exploitation d'un trimestre donné ne sont pas nécessairement représentatifs des résultats de l'exercice complet.

Les facteurs comme la conjoncture, des conflits armés ou la menace de conflits armés, les tarifs et les conditions météorologiques ont une incidence sur la demande de primes-voyages. Compte tenu de ces facteurs, les résultats d'exploitation pour une période intermédiaire ne représentent pas nécessairement les résultats d'exploitation pour un exercice complet, et les résultats d'exploitation enregistrés pour une période ne représentent pas nécessairement les résultats d'exploitation pour une période à venir.

Les activités de fidélisation propriétaire connaissent aussi des fluctuations saisonnières, l'échange de primes étant habituellement plus élevé pendant la période des Fêtes, tandis que les activités de fidélisation d'entreprises ont habituellement lieu au printemps et à l'automne.

Activités à l'étranger

Une part considérable de la facturation brute d'Aimia provient de l'extérieur du Canada. Nous prévoyons que la facturation brute de l'extérieur du Canada continuera de représenter une part considérable de la facturation brute consolidée d'Aimia dans un avenir rapproché. En conséquence, nous sommes assujettis aux risques liés à l'exercice d'activités sur la scène internationale, notamment aux changements dans les lois et règlements étrangers et aux changements généraux dans la situation économique et géopolitique.

Poursuites

Aimia est parfois impliquée dans des réclamations et poursuites du fait qu'elle exerce des activités commerciales. Voir « Poursuites et mesures réglementaires ». Nos entreprises sont exposées à diverses réclamations et poursuites, notamment à des recours collectifs, dans le cadre de l'exercice de nos activités ou à la suite d'une éventuelle divergence d'opinions dans l'interprétation d'un contrat. Les poursuites ou réclamations éventuelles pourraient avoir un effet défavorable important sur nos activités et nos résultats d'exploitation.

Dépendance envers le personnel clé

Le succès d'Aimia est tributaire des capacités, de l'expérience, de la connaissance du secteur et des efforts personnels des membres de sa haute direction et d'autres employés clés, y compris de l'aptitude à attirer et à conserver un personnel qualifié. La perte de ce personnel clé pourrait nuire considérablement à notre entreprise, à notre situation financière ou à nos perspectives futures. Les plans de croissance d'Aimia pourraient alourdir la tâche de la haute direction et des employés clés et pourraient éventuellement nuire à la productivité et à la conservation du personnel. De plus, il se pourrait que nous ne soyons pas en mesure d'attirer et de retenir à notre service du nouveau personnel de direction qualifié pour combler nos besoins futurs.

Relations de travail

Les employés des centres de contacts d'Aéroplan sont syndiqués. La convention collective de ces employés a expiré le 14 novembre 2015. Aimia et le syndicat des employés des centres de contact négocient actuellement le renouvellement de la convention collective. Les grèves et les lockouts sont légalement interdits pendant la durée de cette convention ou pendant les négociations devant mener à son renouvellement, tant que certaines conditions préalables n'ont pas été satisfaites. Rien ne garantit que la convention collective sera renouvelée sans qu'il y ait de conflit de travail ou d'action syndicale, ni qu'il n'y aura pas de conflit de travail pouvant mener à une interruption ou à une perturbation du service des centres de contacts d'Aéroplan ou susceptible de nuire à la capacité de cette dernière d'exercer ses activités, ce qui pourrait avoir un effet défavorable sur nos activités, nos résultats opérationnels et notre situation financière.

Passif au titre des régimes de retraite

Le transfert de plus de 800 employés des centres de contacts d'Air Canada à ceux d'Aéroplan a pris effet le 14 juin 2009. Dans le cadre du transfert des employés, Aéroplan s'est engagée à reconnaître l'ancienneté des employés transférés et à prendre en charge toute obligation supplémentaire au titre des régimes de retraite découlant du cumul des années de service après leur départ d'Air Canada jusqu'à leur retraite chez Aéroplan.

Le 8 juin 2012, Aéroplan a conclu une entente avec Air Canada selon laquelle le transporteur aérien transférera au régime de retraite à prestations définies d'Aéroplan tous les actifs et les obligations au titre du régime de retraite liés aux prestations de retraite constituées par les employés qui ont été transférés à Aéroplan en 2009 et qui étaient auparavant agents des ventes et du service à la clientèle chez Air Canada. Le transfert était conditionnel à l'approbation réglementaire du BSIF, laquelle a été obtenue le 29 mai 2014. En conséquence, tous les actifs et passifs au titre du régime de retraite à prestations définies ont été transférés à Aéroplan.

Les exigences de capitalisation relatives au régime de retraite à prestations définies à la suite de l'évaluation de ses actifs et passifs dépendent d'un certain nombre de facteurs, dont le rendement réel des actifs de retraite, les taux d'intérêt à long terme, la démographie du régime et la réglementation sur les pensions. Des changements à ces facteurs pourraient faire en sorte que les cotisations futures réelles diffèrent sensiblement de nos estimations actuelles et que nous soyons tenus, dans l'avenir, de verser des cotisations, ce qui risquerait d'avoir une incidence défavorable sur notre liquidité et nos résultats d'exploitation.

Pannes d'équipement électronique et incapacité d'utiliser des logiciels tiers

La capacité d'Aimia de protéger les centres informatiques et les centres de contacts de nos programmes de fidélisation coalisés et de ceux de nos clients que nous contrôlons contre les incendies, les pannes de courant, l'interruption des télécommunications ou d'autres désastres est cruciale. Pour assurer la prestation d'un grand nombre de nos services, nous devons pouvoir enregistrer, récupérer, traiter et gérer d'importantes bases de données et accroître et améliorer périodiquement leurs capacités. Bien que nous disposions de moyens techniques de sécurité et de plans de secours que nous perfectionnons constamment, ces mesures peuvent s'avérer insuffisantes ou être mal appliquées. Tout dommage aux systèmes informatiques et aux centres de contacts, toute panne dans les liens de télécommunication qui interrompent les activités ou toute incapacité d'utiliser un logiciel sous licence pourrait nous empêcher de répondre aux besoins de nos partenaires commerciaux, clients et membres et pourrait ébranler leur confiance dans nos services ou nos programmes à l'avenir. De plus, la mise en œuvre et l'exploitation adéquates d'initiatives technologiques sont essentielles à la capacité d'exploiter une entreprise rentable. Nous investissons constamment dans de nouvelles initiatives technologiques pour demeurer concurrentiels et notre capacité à investir des sommes suffisantes pour mettre à niveau notre technologie aura une incidence sur notre réussite.

Pour atteindre les efficacités souhaitées sur le plan des coûts et de l'exploitation et pour avoir accès aux processus et aux solutions les plus avant-gardistes ainsi qu'à l'expertise spécialisée et aux plus récentes innovations, nous impartissons à des fournisseurs tiers bon nombre de nos systèmes informatiques et d'autres services qui font partie intégrante des activités de nos entreprises mondiales. Si nous n'arrivions pas à gérer de façon adéquate nos fournisseurs de services tiers ou à nous assurer qu'ils se conforment aux exigences réglementaires et légales, cela pourrait nuire à notre situation économique et à notre réputation. En outre, si la confidentialité, la protection et/ou la sécurité des données détenues par des tiers ou communiquées sur des réseaux ou des plateformes de tiers devaient être compromises, cela pourrait nuire considérablement à notre entreprise, même si l'attaque ou l'atteinte à la sécurité n'avait pas d'incidence sur nos systèmes. La gestion de nombreux fournisseurs tiers complexifie également nos activités et réduit notre contrôle sur celles-ci.

Incapacité de protéger les droits de propriété intellectuelle

Des tiers peuvent contrefaire ou détourner nos marques de commerce ou d'autres droits de propriété intellectuelle ou en contester la validité, ce qui pourrait avoir des conséquences négatives importantes sur nos activités, notre situation financière ou nos résultats d'exploitation. Les mesures prises pour protéger les marques de commerce et les autres droits exclusifs peuvent se révéler insuffisantes. Il peut être nécessaire d'intenter des poursuites pour faire respecter ou pour protéger les droits de propriété intellectuelle, pour protéger les secrets commerciaux ou pour établir la validité et l'étendue des droits exclusifs des autres. Aimia ne garantit pas être en mesure d'empêcher la violation de droits de propriété intellectuelle ou le détournement de renseignements commerciaux de nature exclusive. Toute violation ou tout détournement pourrait nuire à nos avantages concurrentiels actuels et futurs découlant de nos droits exclusifs. Des tiers peuvent poursuivre nos entreprises pour contrefaçon. Tout litige de cette nature pourrait entraîner d'importants dommages-intérêts. Un jugement défavorable dans une poursuite de ce type pourrait nous contraindre à trouver le moyen de ne pas contrevenir au brevet d'un tiers ou à utiliser sous licence une technologie de remplacement d'une autre partie. De plus, une poursuite peut être coûteuse en temps et en argent et risque d'accaparer des ressources qui pourraient être utilisées à meilleur escient. Toute réclamation émanant d'un tiers pourrait aussi nuire à la capacité d'utiliser les biens intellectuels visés par ces réclamations.

RISQUES LIÉS À AIMIA

Fluctuations des taux d'intérêt et du change

Aimia est exposée à la fluctuation des taux d'intérêt sur ses emprunts. Les hausses de taux d'intérêt peuvent avoir une incidence défavorable sur ses résultats.

Les résultats d'Aimia sont sensibles aux fluctuations du taux de change du dollar canadien par rapport au dollar américain et à la livre sterling. Aéroplan paye en dollars américains pour certaines primes remises aux membres Aéroplan (vols d'avion, location de voitures ou séjours à l'hôtel), alors qu'une part substantielle de son produit d'exploitation est générée en dollars canadiens. Un recul important du dollar canadien par rapport au dollar américain augmenterait les coûts d'Aimia. La quasi-totalité des produits des activités ordinaires et des charges d'Aimia EMEA Limited est libellée en livres sterling, ce qui rend ses résultats et leur incidence sur les états consolidés d'Aimia sensibles aux fluctuations du taux de change de la livre sterling par rapport au dollar canadien. Les activités du secteur É.-U. et APAC d'Aimia sont principalement exercées aux États-Unis et dans la région Asie-Pacifique. Les résultats financiers sont sensibles à la fluctuation du dollar canadien et les activités étrangères sont sensibles aux variations d'autres devises, notamment le dollar américain, la livre sterling et le dollar australien.

Niveau d'endettement et clauses restrictives relativement à la dette actuelle et future

La capacité d'Aimia de verser des dividendes, de verser des distributions, d'effectuer d'autres paiements ou d'accorder d'autres avances est assujettie aux lois applicables et aux restrictions contractuelles contenues dans les documents régissant les dettes (y compris les facilités de crédit). Le niveau d'endettement d'Aimia a des conséquences importantes pour les actionnaires, notamment : i) la capacité d'Aimia d'obtenir du financement additionnel pour le fonds de roulement, les immobilisations ou les acquisitions futures pourrait être limitée; ii) une partie importante des flux de trésorerie d'exploitation pourrait être affectée au paiement du capital et des intérêts sur la dette, réduisant ainsi les fonds disponibles pour les opérations futures; iii) certains prêts auront des taux d'intérêt variables, ce qui expose Aimia aux risques d'une augmentation des taux d'intérêt; et iv) Aimia pourrait devenir plus vulnérable aux ralentissements économiques et voir sa capacité de résister aux pressions concurrentielles diminuer.

En outre, les facilités de crédit contiennent un certain nombre de clauses restrictives de nature financière et autres qui obligent Aimia à respecter certains ratios financiers et critères de situation financière et qui limitent sa capacité de conclure certaines opérations. Le non-respect des obligations prévues par les facilités de crédit pourrait entraîner un cas de défaut qui, s'il n'y est pas remédié ou renoncé, pourrait permettre l'avancement de l'échéance de la dette en question. Si l'échéance de la dette aux termes des facilités de crédit était devancée, y compris tout contrat de couverture possible conclu avec les prêteurs, rien ne garantit que l'actif d'Aimia en permettrait le remboursement total.

Aimia peut devoir renouveler ses facilités de crédit ou refinancer d'autres dettes et rien ne garantit qu'elle sera en mesure de le faire à des conditions aussi favorables que celles dont elle bénéficie actuellement. Si Aimia ne parvenait pas à renouveler ses facilités de crédit ou à refinancer ses autres dettes, ou si elle était en mesure de le faire uniquement à des conditions moins favorables ou plus restrictives, sa situation financière pourrait s'en ressentir, ce qui pourrait entraîner une diminution ou une suspension des versements de dividendes aux actionnaires. De plus, les conditions de toute nouvelle facilité de crédit ou de toute autre dette peuvent être moins favorables ou plus restrictives que celles des facilités de crédit et des autres dettes actuelles, ce qui pourrait restreindre indirectement ou affecter la capacité d'Aimia de verser des dividendes.

Incertitude des versements de dividendes

Les versements de dividendes sont tributaires des flux de trésorerie d'exploitation générés par les filiales d'Aimia, des besoins financiers d'Aimia et de la réussite des tests de solvabilité requis aux fins du versement de dividendes en vertu de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions*.

Gestion de la croissance

Nous examinons régulièrement la possibilité d'acquérir des entreprises qui, selon nous, pourraient s'avérer complémentaires aux nôtres. Dans le cadre d'une acquisition, nous procédons à un contrôle diligent usuel dans le but de repérer et d'évaluer les risques importants. Malgré cet examen, nous pourrions être incapables de repérer tous ces risques ou de réaliser les synergies censées découler de l'acquisition en question, ce qui pourrait avoir un effet défavorable sur nos résultats opérationnels et notre situation financière. De plus, notre incapacité à gérer efficacement la croissance pourrait nuire gravement à nos activités, à notre exploitation et à nos perspectives.

Notations

Aimia s'est vu attribuer une notation d'émetteur de BBB (faible) avec tendance stable par DBRS et de BBB- par S&P. De plus, DBRS a attribué aux billets une notation de BBB (faible) avec tendance stable et S&P, une notation de BBB-. Rien ne garantit que les notations attribuées à Aimia et aux billets demeureront les mêmes pendant une période de temps donnée ou qu'une agence de notation ne retirera pas ou ne révisera pas les notations qu'elle a attribuées. Le taux d'intérêt payable aux termes des facilités de crédit d'Aimia et des billets pourrait être rajusté si DBRS ou S&P abaissait (ou élevait ultérieurement) leur notation. En outre, l'évolution des notations attribuées aux titres de créance par des agences de notation indépendantes comme DBRS et S&P pourrait avoir un effet défavorable sur l'accès d'Aimia aux marchés financiers.

Audits effectués par les autorités fiscales

Dans le cours normal des activités, la Société fait régulièrement l'objet d'audits menés par les autorités fiscales. Bien que la Société soit d'avis que les déclarations fiscales qu'elle produit sont appropriées et justifiables, certains éléments sont parfois examinés et contestés par les autorités fiscales. Nous examinons régulièrement la possibilité de dénouements défavorables en matière de questions fiscales et croyons qu'une décision définitive relativement à de nouvelles cotisations n'aura pas d'incidence défavorable importante sur nos liquidités, sur notre situation financière consolidée ni sur nos résultats d'exploitation en raison des provisions adéquates que nous avons établies à l'égard de ces questions fiscales. Si le résultat différait sensiblement des provisions établies, cela pourrait avoir des répercussions positives ou négatives sur le taux d'imposition réel de la Société, sur ses bénéfices, sur ses liquidités et sur son fonds de roulement pendant la période au cours de laquelle les questions seront résolues.

DESCRIPTION DE LA STRUCTURE DU CAPITAL

Le capital autorisé d'Aimia se compose i) d'un nombre illimité d'actions ordinaires pouvant être émises en séries, dont 152 294 611 étaient émises et en circulation en date du 23 mars 2016; et ii) d'un nombre illimité d'actions privilégiées pouvant être émises en séries, dont 3 953 365 ont été désignées actions privilégiées de série 1, 2 946 635 ont été désignées actions privilégiées de série 2 et 6 000 000 ont été désignées actions privilégiées de série 3 et étaient émises et en circulation en date du 23 mars 2016. Voir « Description de la structure du capital – Financement par emprunt ». Aimia dispose également d'un capital de 200 millions de dollars de billets de série 3, de 250 millions de dollars de billets de série 4 et de 200 millions de dollars de billets de série 5 émis et en circulation en date du 31 décembre 2015.

Le sommaire qui suit des droits, privilèges, restrictions et conditions des titres d'Aimia ne se veut pas exhaustif et est présenté sous réserve du texte intégral des statuts constitutifs d'Aimia et de l'acte de fiducie daté du 23 avril 2009, intervenu entre Aimia et la Compagnie Trust CIBC Mellon (l'« **acte de fiducie** »).

ACTIONS ORDINAIRES

Chaque action ordinaire donne à son porteur le droit à une (1) voix à toutes les assemblées des actionnaires (sauf celles où seuls les porteurs d'une autre catégorie d'actions ont le droit de voter aux termes de la LCSA).

Sous réserve des droits, privilèges, restrictions et conditions rattachés aux actions privilégiées et aux autres catégories d'actions qui prennent rang avant les actions ordinaires, les porteurs d'actions ordinaires ont droit aux dividendes déclarés par le conseil d'administration d'Aimia, le cas échéant; ces dividendes peuvent être versés en espèces, en biens ou par l'émission d'actions entièrement libérées du capital d'Aimia.

En cas de liquidation ou de dissolution, volontaire ou involontaire, d'Aimia ou d'une autre distribution de ses actifs entre les actionnaires en vue de liquider son entreprise, les porteurs d'actions ordinaires ont le droit de recevoir le reliquat des biens d'Aimia, sous réserve des droits, privilèges, restrictions et conditions rattachés aux actions privilégiées et aux autres catégories d'actions qui prennent rang avant les actions ordinaires. Si les biens et actifs sont insuffisants pour payer intégralement les montants qui leur sont dus à la liquidation ou à la dissolution, les porteurs d'actions ordinaires participent proportionnellement à la liquidation ou à la dissolution, selon les montants auxquels ils ont respectivement droit.

ACTIONS PRIVILÉGIÉES

Le conseil d'administration d'Aimia peut, à tout moment et de temps à autre, émettre les actions privilégiées en une (1) ou en plusieurs séries, chacune composée du nombre d'actions pouvant être établi par le conseil d'administration avant l'émission. Le conseil d'administration peut établir, de temps à autre, avant l'émission, la désignation, les droits, les privilèges, les restrictions et les conditions rattachés aux actions privilégiées de chaque série, sous réserve de la délivrance d'un certificat de modification faisant suite à des clauses modificatrices dans la forme prescrite pour désigner une série d'actions.

Les porteurs d'actions privilégiées n'ont pas le droit de recevoir d'avis de convocation ni de voter aux assemblées des actionnaires d'Aimia, sauf i) comme il est prévu dans la LCSA et ii) comme il est prévu dans les droits, les privilèges, les restrictions et les conditions rattachés aux actions privilégiées de série 1, aux actions privilégiées de série 2, aux actions privilégiées de série 3 et aux actions privilégiées de série 4 ou comme il peut être prévu dans les droits, les privilèges, les restrictions et les conditions rattachés à toute série d'actions privilégiées créée par le conseil d'administration d'Aimia (« **conseil d'administration** ») mais, dans de tels cas, les droits de vote sont rattachés aux actions privilégiées de ces séries si, et seulement si, Aimia fait défaut de payer un certain nombre de dividendes, comme il est établi dans ces droits, privilèges, restrictions et conditions.

Les porteurs d'actions privilégiées ont droit aux dividendes déclarés par le conseil d'administration d'Aimia, le cas échéant, avant les porteurs d'actions ordinaires d'Aimia et de toutes les autres actions d'Aimia de rang inférieur aux actions privilégiées; ces dividendes peuvent être versés en espèces, en biens ou par l'émission d'actions entièrement libérées du capital d'Aimia.

En cas de liquidation ou de dissolution d'Aimia ou d'un autre partage de ses actifs entre les actionnaires en vue de liquider ses affaires, les porteurs d'actions privilégiées auront le droit de recevoir, avant que les porteurs d'actions ordinaires ou de toutes les autres actions d'Aimia de rang inférieur aux actions privilégiées ne reçoivent une somme ou encore des biens ou des actifs d'Aimia, un montant correspondant à la contrepartie reçue par Aimia à l'émission de ces actions ainsi que, dans le cas d'actions privilégiées cumulatives, tous les dividendes cumulatifs impayés (qui, à cette fin, sont calculés comme s'ils étaient accumulés quotidiennement à compter de l'expiration de la dernière période pour laquelle des dividendes cumulatifs ont été versés jusqu'à la date de distribution, inclusivement) et, dans le cas d'actions privilégiées non cumulatives, tous les dividendes non cumulatifs déclarés et impayés. Toutefois, les porteurs d'actions privilégiées n'auront pas droit à la distribution des biens ou actifs d'Aimia.

Les restrictions ci-dessus prévues dans les modalités des actions privilégiées font en sorte qu'elles ne constituent pas un moyen de défense idéal dans le cadre d'une offre publique d'achat. Plus précisément, le fait que les actions privilégiées ne comportent aucun droit de vote, sauf dans certaines circonstances limitées où Aimia omettrait de verser un certain nombre de dividendes, en fait des instruments différents des actions privilégiées de type « carte blanche » qui ne sont assorties d'aucune contrainte.

Actions privilégiées de série 1 et actions privilégiées de série 2

Les porteurs des actions privilégiées de série 1 ont le droit de recevoir des dividendes en espèces privilégiés cumulatifs et fixes, lorsque le conseil d'administration d'Aimia en déclare, qui sont payables trimestriellement le dernier jour ouvrable de mars, de juin, de septembre et de décembre au taux annuel de 6,50 %, soit 1,625 \$ l'action privilégiée de série 1, pour la période initiale de cinq ans se terminant le 31 mars 2015. Le taux du dividende a été révisé le 31 mars 2015 et sera ajusté tous les cinq ans par la suite pour correspondre au rendement des obligations du gouvernement du Canada de cinq ans, majoré de 3,75 %. Le 31 mars 2015 et le 31 mars tous les cinq ans par la suite, Aimia pourra, à son gré, racheter les actions privilégiées de série 1 en totalité ou en partie en contrepartie de 25,00 \$ en espèces chacune en plus de tous les dividendes déclarés et non versés jusqu'à la date fixée pour le rachat, exclusivement. Les actions privilégiées de série 1 n'ont pas de date d'échéance fixe et ne sont pas rachetables au gré de leurs porteurs. Les porteurs d'actions privilégiées de série 1 avaient le droit de convertir, à leur gré, la totalité ou une partie de leurs actions privilégiées de série 1 en actions privilégiées de série 2, à raison de une action privilégiée de série 2 contre une action privilégiée de série 1, sous réserve de certaines conditions, le 31 mars 2015 et pourront exercer ce droit le 31 mars tous les cinq ans par la suite.

Les porteurs des actions privilégiées de série 2 auront le droit de recevoir des dividendes privilégiés trimestriels cumulatifs à taux variable, payables en espèces, lorsque le conseil d'administration d'Aimia en déclare, le dernier jour ouvrable de mars, de juin, de septembre et de décembre de chaque année. À toute date de conversion de la série 2 (définie ci-après), à compter du 31 mars 2020, Aimia pourra racheter la totalité ou une partie des actions privilégiées de série 2, à son gré, en payant une somme en espèces de 25,00 \$ par action privilégiée de série 2, plus les dividendes déclarés et non versés jusqu'à la date de rachat, exclusivement. En tout temps après le 31 mars 2015, pourvu que ce ne soit pas une date de conversion de la série 2 (définie ci-après), Aimia pourra racheter la totalité ou une partie des actions privilégiées de série 2 en circulation, à son gré, en payant une somme en espèces de 25,50 \$ par action privilégiée de série 2, plus les dividendes déclarés et non versés jusqu'à la date de rachat, exclusivement. Les actions privilégiées de série 2 n'ont pas de date d'échéance fixe et ne sont pas rachetables au gré de leurs porteurs. Les porteurs d'actions privilégiées de série 2 auront la faculté de convertir, à leur gré, le 31 mars 2020 et le 31 mars tous les cinq ans par la suite (chacune de ces dates étant une « **date de conversion de la série 2** »), à certaines conditions, la totalité ou une partie de leurs actions privilégiées de série 2 en actions privilégiées de série 1 à raison de une action privilégiée de série 1 pour chaque action privilégiée de série 2.

Le 27 février 2015, Aimia a annoncé qu'elle n'exercerait pas son droit de racheter la totalité ou une partie des actions privilégiées de série 1 le 31 mars 2015. Par conséquent et sous réserve de certaines conditions, les porteurs des actions privilégiées de série 1 avaient le droit de convertir la totalité ou une partie de leurs actions privilégiées de série 1 en actions privilégiées de série 2, à raison de une pour une, le 31 mars 2015.

Le 31 mars 2015, les porteurs de 2 946 635 actions privilégiées de série 1 ont exercé leur option de convertir leurs actions privilégiées de série 1 en un nombre équivalent d'actions privilégiées de série 2. Les porteurs des actions privilégiées de série 2 ont le droit de recevoir des dividendes en espèces privilégiés à taux variable et cumulatifs trimestriels, calculés en fonction du nombre réel de jours écoulés dans le trimestre en question divisé par 365, lorsque le conseil d'administration d'Aimia en déclarera, sous réserve des dispositions de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* (la « LCSA »). Le taux de dividende pour la période de taux variable allant du 31 décembre 2015 inclusivement au 31 mars 2016 exclusivement sera de 4,248 %, soit 3,75 % de plus que le taux de rendement des bons du Trésor de 90 jours du gouvernement canadien, établi conformément aux modalités des actions privilégiées de série 2.

Concernant les 3 953 365 autres actions privilégiées de série 1 en circulation après le 31 mars 2015, les porteurs des actions privilégiées de série 1 ont le droit de recevoir des dividendes en espèces privilégiés fixes et cumulatifs trimestriels lorsque le conseil d'administration d'Aimia en déclarera, sous réserve des dispositions de la LCSA. Le taux de dividende pour la période de cinq ans allant du 31 mars 2015 inclusivement au 31 mars 2020 exclusivement est de 4,5 %, soit 3,75 % de plus que le taux de rendement de l'obligation du gouvernement canadien à cinq ans, établi conformément aux modalités des actions privilégiées de série 1.

Les porteurs des actions privilégiées de série 2 ont le droit de recevoir des dividendes en espèces privilégiés à taux variable et cumulatifs trimestriels, calculés en fonction du nombre réel de jours écoulés dans le trimestre en

question divisé par 365, lorsque le conseil d'administration d'Aimia en déclarera, sous réserve des dispositions de la LCSA.

En cas de liquidation ou de dissolution d'Aimia ou d'un autre partage de ses actifs entre ses actionnaires aux fins de liquider ses affaires, sous réserve du règlement préalable des réclamations de tous les créanciers d'Aimia et des porteurs d'actions d'Aimia dont le rang est supérieur aux actions privilégiées de série 1 et aux actions privilégiées de série 2, les porteurs d'actions privilégiées de série 1 et d'actions privilégiées de série 2 auront droit au paiement d'une somme de 25,00 \$ par action, plus tous les dividendes déclarés et non versés jusqu'à la date fixée pour le paiement ou la distribution, exclusivement (déduction faite de tout impôt qui doit être déduit et retenu par Aimia), avant le versement d'une somme ou la distribution d'actifs d'Aimia aux porteurs inscrits d'actions de rang inférieur aux actions privilégiées de série 1 et aux actions privilégiées de série 2. Après paiement de ces sommes, les porteurs d'actions privilégiées de série 1 et d'actions privilégiées de série 2 n'auront plus aucun droit dans le partage des actifs d'Aimia.

Sous réserve des lois applicables, les porteurs d'actions privilégiées de série 1 et d'actions privilégiées de série 2 ne seront pas habiles, à titre de porteurs de ces actions, à recevoir un avis de convocation à une assemblée des actionnaires d'Aimia, à y assister ni à y voter, sauf si Aimia omet de verser des dividendes pendant huit trimestres. Si Aimia ne verse pas le montant intégral des dividendes accumulés et payables pendant huit trimestres, consécutifs ou non, que ces dividendes aient été déclarés ou non, sur les actions privilégiées de série 1 ou les actions privilégiées de série 2, selon le cas, au taux de dividende applicable à ces actions, les porteurs d'actions de la série visée auront le droit de recevoir l'avis de convocation et d'assister aux assemblées des actionnaires d'Aimia, sauf les assemblées auxquelles seuls les porteurs d'actions d'une autre catégorie ou série spécifique ont le droit de voter, et de voter collectivement avec tous les autres actionnaires d'Aimia habiles à voter à ces assemblées à raison de une voix par action privilégiée de série 1 ou par action privilégiée de série 2 détenue, selon le cas. Le droit de vote des porteurs d'actions de la série visée prendra fin dès qu'Aimia aura payé tous les dividendes accumulés et non versés sur les actions de cette série, tant qu'Aimia n'omettra pas à nouveau de verser les dividendes prévus pendant huit autres trimestres, auquel cas le droit de vote renaîtra.

Les actions privilégiées de série 1 et les actions privilégiées de série 2 occuperont un rang égal à celui des autres actions privilégiées d'Aimia et auront préséance sur les actions ordinaires pour ce qui est du versement des dividendes et de la distribution des actifs d'Aimia en cas de dissolution ou de liquidation de la Société, ou d'un autre partage des actifs d'Aimia aux fins de liquider ses affaires.

S&P a attribué aux actions privilégiées de série 1 et aux actions privilégiées de série 2 la note P-3 selon son échelle de notation canadienne. Cette note est la dixième sur vingt selon l'échelle de notation des actions privilégiées canadiennes employée par S&P. Selon S&P, cette note P-3 indique que, même si l'obligation est considérée comme étant moins vulnérable à un non-paiement que d'autres émissions de nature spéculative, elle est exposée à d'importantes incertitudes constantes ou à une conjoncture commerciale, financière ou économique défavorable qui pourraient empêcher le débiteur de remplir convenablement ses engagements financiers à l'égard de l'obligation. Les actions privilégiées de série 1 et les actions privilégiées de série 2 ont été notées Pfd-3 (faible) par DBRS. Cette note représente la neuvième note sur une échelle de seize utilisée par DBRS pour les actions privilégiées. Selon DBRS, les actions privilégiées notées Pfd-3 (faible) ont une qualité de crédit adéquate. Toutefois, même si la protection des dividendes et du capital de ces actions privilégiées est acceptable, l'entité émettrice d'actions privilégiées notées Pfd-3 (faible) est considérée comme étant plus vulnérable aux changements défavorables de la conjoncture financière et économique, et elle pourrait être exposée à d'autres conditions défavorables qui amoindrissent la protection de l'obligation.

Actions privilégiées de série 3 et actions privilégiées de série 4

Les porteurs des actions privilégiées de série 3 ont le droit de recevoir des dividendes en espèces privilégiés cumulatifs et fixes, lorsque le conseil d'administration d'Aimia en déclare, qui sont payables trimestriellement le dernier jour ouvrable de mars, de juin, de septembre et de décembre au taux annuel de 6,25 %, soit 1,5625 \$ l'action privilégiée de série 3 pour la période initiale de cinq ans se terminant le 31 mars 2019 exclusivement. Le taux du dividende sera révisé le 31 mars 2019 et tous les cinq ans par la suite pour correspondre au rendement des obligations du gouvernement du Canada de cinq ans, majoré de 4,20 %. Le 31 mars 2019 et le 31 mars tous les cinq ans par la suite, Aimia pourra, à son gré, racheter les actions privilégiées de série 3 en totalité ou en partie en contrepartie d'une somme en espèces de 25,00 \$ chacune en plus de tous les dividendes déclarés et non versés jusqu'à la date fixée pour le rachat, exclusivement. Les actions privilégiées de série 3 n'ont pas de date d'échéance fixe et ne sont pas rachetables au gré de leurs porteurs. Les porteurs d'actions privilégiées de série 3 auront la faculté de convertir, à leur gré, la totalité ou une partie de leurs actions privilégiées de série 3 en actions privilégiées de série 4, à raison de une action privilégiée de série 4 contre une action privilégiée de série 3, sous réserve de certaines conditions, le 31 mars 2019 et le 31 mars tous les cinq ans par la suite.

Les porteurs des actions privilégiées de série 4 auront le droit de recevoir des dividendes trimestriels cumulatifs à taux variable, payables en espèces et par préférence, lorsque le conseil d'administration d'Aimia en déclare, le dernier jour ouvrable de mars, de juin, de septembre et de décembre de chaque année. À toute date de conversion de la série 4 (définie ci-après), à compter du 31 mars 2024, Aimia pourra racheter la totalité ou une partie des actions privilégiées de série 4, à son gré, en payant une somme en espèces de 25,00 \$ par action privilégiée de série 4, plus les dividendes déclarés et non versés jusqu'à la date de rachat, exclusivement. En tout temps après le 31 mars 2019, pourvu que ce ne soit pas une date de conversion de la série 4 (définie ci-après), Aimia pourra racheter la totalité ou une partie des actions privilégiées de série 4 en circulation, à son gré, en payant une somme en espèces de 25,50 \$ par action privilégiée de série 4, plus les dividendes déclarés et non versés jusqu'à la date de rachat, exclusivement. Les actions privilégiées de série 4 n'ont pas de date d'échéance fixe et ne sont pas rachetables au gré de leurs porteurs. Les porteurs d'actions privilégiées de série 4 auront la faculté de convertir, à leur gré, le 31 mars 2024 et le 31 mars tous les cinq ans par la suite (chacune de ces dates étant une « **date de conversion de la série 4** »), à certaines conditions, la totalité ou une partie de leurs actions privilégiées de série 4 en actions privilégiées de série 3 à raison de une action privilégiée de série 3 pour chaque action privilégiée de série 4.

En cas de liquidation ou de dissolution d'Aimia ou d'un autre partage de ses actifs entre ses actionnaires aux fins de liquider ses affaires, sous réserve du règlement préalable des réclamations de tous les créanciers d'Aimia et des porteurs d'actions d'Aimia dont le rang est supérieur aux actions privilégiées de série 3 et aux actions privilégiées de série 4, les porteurs d'actions privilégiées de série 3 et d'actions privilégiées de série 4 auront droit au paiement d'une somme de 25,00 \$ par action, plus tous les dividendes déclarés et non versés jusqu'à la date fixée pour le paiement ou la distribution, exclusivement (déduction faite de tout impôt qui doit être déduit et retenu par Aimia), avant le versement d'une somme ou la distribution d'actifs d'Aimia aux porteurs inscrits d'actions de rang inférieur aux actions privilégiées de série 3 et aux actions privilégiées de série 4. Après paiement de ces sommes, les porteurs d'actions privilégiées de série 3 et d'actions privilégiées de série 4 n'auront plus aucun droit dans le partage des actifs d'Aimia.

Sous réserve des lois applicables, les porteurs d'actions privilégiées de série 3 et d'actions privilégiées de série 4 ne seront pas habiles, à titre de porteurs de ces actions, à recevoir un avis de convocation à une assemblée des actionnaires d'Aimia, à y assister ni à y voter, sauf si Aimia omet de verser des dividendes pendant huit trimestres. Si Aimia ne verse pas le montant intégral des dividendes accumulés et payables pendant huit trimestres, consécutifs ou non, que ces dividendes aient été déclarés ou non, sur les actions privilégiées de série 3 ou les actions privilégiées de série 4, selon le cas, au taux de dividende applicable à ces actions, les porteurs d'actions de la série visée auront le droit de recevoir l'avis de convocation et d'assister aux assemblées des actionnaires d'Aimia, sauf les assemblées auxquelles seuls les porteurs d'actions d'une autre catégorie ou série spécifique ont le droit de voter, et de voter collectivement avec tous les autres actionnaires d'Aimia habiles à voter à ces assemblées à raison de une voix par action privilégiée de série 3 ou par action privilégiée de série 4 détenue, selon le cas. Le droit de vote des porteurs d'actions de la série visée prendra fin dès qu'Aimia aura payé tous les dividendes accumulés et non versés sur les actions de cette série, tant qu'Aimia n'omettra pas à nouveau de verser les dividendes prévus pendant huit autres trimestres, auquel cas le droit de vote renaîtra.

Les actions privilégiées de série 3 et les actions privilégiées de série 4 occuperont un rang égal à celui des autres actions privilégiées d'Aimia et auront préséance sur les actions ordinaires pour ce qui est du versement des dividendes et de la distribution des actifs d'Aimia en cas de dissolution ou de liquidation de la Société, ou d'un autre partage des actifs d'Aimia aux fins de liquider ses affaires.

S&P a attribué aux actions privilégiées de série 3 la note P-3 selon son échelle de notation canadienne. Cette note est la dixième sur vingt selon l'échelle de notation des actions privilégiées canadiennes employée par S&P. Selon S&P, cette note P-3 indique que, même si l'obligation est considérée comme étant moins vulnérable à un non-paiement que d'autres émissions de nature spéculative, elle est exposée à d'importantes incertitudes constantes ou à une conjoncture commerciale, financière ou économique défavorable qui pourraient empêcher le débiteur de remplir convenablement ses engagements financiers à l'égard de l'obligation.

Les actions privilégiées de série 3 ont été notées Pfd-3 (faible) par DBRS. Cette note représente la neuvième note sur une échelle de seize utilisée par DBRS pour les actions privilégiées. Selon DBRS, les actions privilégiées notées Pfd-3 (faible) ont une qualité de crédit adéquate. Toutefois, même si la protection des dividendes et du capital de ces actions privilégiées est acceptable, l'entité émettrice d'actions privilégiées notées Pfd-3 (faible) est considérée comme étant plus vulnérable aux changements défavorables de la conjoncture financière et économique, et elle pourrait être exposée à d'autres conditions défavorables qui amoindrissent la protection de l'obligation.

BILLETS GARANTIS DE PREMIER RANG

Acte de fiducie

Le 23 avril 2009, Aimia et la Compagnie Trust CIBC Mellon, à titre de fiduciaire, ont conclu l'acte de fiducie.

L'acte de fiducie contient les conditions régissant les billets garantis de premier rang d'Aimia. Il permet l'émission d'un nombre illimité de billets ou d'autres titres de créance, pouvant être émis en séries. Les billets sont émis aux termes de l'acte de fiducie sous forme de billets globaux entièrement nominatifs détenus par ou pour la CDS ou par ou pour une autre société offrant des services similaires convenant au fiduciaire aux termes de l'acte de fiducie à titre de dépositaire des billets globaux. Les intérêts sur les billets seront payables régulièrement ou à l'échéance aux termes du supplément de prospectus applicable.

Les billets émis aux termes de l'acte de fiducie peuvent être des titres de créance directs non garantis ou garantis d'Aimia, tel qu'il est indiqué dans une annexe relative à une série de billets, et chaque billet d'une série a égalité de rang avec les autres billets de la même série et à l'égard des sûretés, à celui des autres dettes subordonnées actuelles et futures au titre des sommes empruntées par Aimia ou Aimia Canada, selon le cas. En outre, Aimia fera en sorte que certaines de ses filiales garantissent inconditionnellement ses obligations aux termes des billets. Pour autant qu'elle ne soit pas en défaut aux termes de l'acte de fiducie, Aimia a le droit de racheter des billets émis aux termes de l'acte de fiducie et dont les conditions stipulent qu'ils sont rachetables, en totalité en tout temps ou en partie à l'occasion, avant leur échéance déclarée, au taux ou aux taux de prime, à la date ou aux dates et selon les conditions qui auront été établis au moment de l'émission de ces billets.

L'acte de fiducie régissant les billets contient également des clauses restrictives qui imposent des restrictions importantes sur, entre autres, la capacité d'Aimia et de certaines de ses filiales de constituer des charges ou de conclure des opérations qui auraient pour effet de transférer à une autre personne la totalité ou la quasi-totalité des biens et des actifs d'Aimia. En outre, l'acte de fiducie limite le pouvoir d'Aimia et de ses filiales de contracter de nouvelles dettes.

Billets

Au 31 décembre 2015, des billets de série 3 d'Aimia d'un capital de 200 millions de dollars étaient émis et en circulation. Les billets de série 3 viendront à échéance le 26 janvier 2017 et portent intérêt au taux annuel de 6,95 % depuis le 26 janvier 2010. Les intérêts sur les billets de série 3 sont payables semestriellement à terme échu le 26 janvier et le 26 juillet de chaque année, depuis le 26 juillet 2010. Le taux d'intérêt des billets de série 3 sera

rajusté si DBRS ou S&P baisse (ou augmente) la note qu'elle a attribuée aux billets de série 3. Les billets de série 3 ont reçu une note de BBB (faible) avec tendance stable de DBRS et une note de BBB- de S&P. Les billets de série 3 peuvent être remboursés en tout temps en totalité ou en partie, au gré d'Aimia, à 100 % de leur capital ou au prix selon le rendement des obligations du Canada (défini dans l'acte de fiducie), selon le montant le plus élevé, majoré dans chaque cas des intérêts courus et impayés à la date fixée pour le remboursement. La Société devra présenter une offre pour racheter les billets de série 3 à un prix correspondant à 101 % de leur capital total, majoré des intérêts courus et impayés à la date d'achat, en cas de changement de contrôle (défini dans l'acte de fiducie).

Au 31 décembre 2015, des billets de série 4 d'Aimia d'un capital de 250 millions de dollars étaient émis et en circulation. Les billets de série 4 viendront à échéance le 17 mai 2019 et portent intérêt au taux annuel de 5,60 % depuis le 17 mai 2012. Les intérêts sur les billets de série 4 sont payables semestriellement à terme échu le 17 mai et le 17 novembre de chaque année, depuis le 17 novembre 2012. Le taux d'intérêt des billets de série 4 sera rajusté si DBRS ou S&P baisse (ou augmente) la note qu'elle a attribuée aux billets de série 4. Les billets de série 4 ont reçu une note de BBB (faible) avec tendance stable de DBRS et une note de BBB- de S&P. Les billets de série 4 peuvent être remboursés en tout temps en totalité ou en partie, au gré d'Aimia, à 100 % de leur capital ou au prix selon le rendement des obligations du Canada (défini dans l'acte de fiducie), selon le montant le plus élevé, majoré dans chaque cas des intérêts courus et impayés à la date fixée pour le remboursement. La Société devra présenter une offre pour racheter les billets de série 4 à un prix correspondant à 101 % de leur capital total, majoré des intérêts courus et impayés à la date d'achat, en cas de changement de contrôle (défini dans l'acte de fiducie).

Au 31 décembre 2015, des billets de série 5 d'Aimia d'un capital de 200 millions de dollars étaient émis et en circulation. Les billets de série 5 viendront à échéance le 22 janvier 2018 et portent intérêt au taux annuel de 4,35 % depuis le 22 novembre 2012. Les intérêts sur les billets de série 5 sont payables semestriellement à terme échu le 22 janvier et le 22 juillet de chaque année, depuis le 22 janvier 2013. Le taux d'intérêt des billets de série 5 sera rajusté si DBRS ou S&P baisse (ou augmente) la note qu'elle a attribuée aux billets de série 5. Les billets de série 5 ont reçu une note de BBB (faible) avec tendance stable de DBRS et une note de BBB- de S&P. Les billets de série 5 peuvent être remboursés en tout temps en totalité ou en partie, au gré d'Aimia, à 100 % de leur capital ou au prix selon le rendement des obligations du Canada (défini dans l'acte de fiducie), selon le montant le plus élevé, majoré dans chaque cas des intérêts courus et impayés à la date fixée pour le remboursement. La Société devra présenter une offre pour racheter les billets de série 5 à un prix correspondant à 101 % de leur capital total, majoré des intérêts courus et impayés à la date d'achat, en cas de changement de contrôle (défini dans l'acte de fiducie).

Les billets sont des titres de créance directs garantis d'Aimia, garantis par certaines entreprises, certains biens et certains actifs actuels et futurs d'Aimia et de certaines de ses filiales ainsi que par tous les droits et avantages qui en découlent et ont un rang égal, notamment en ce qui a trait aux sûretés, à celui des autres dettes non subordonnées actuelles et futures (définies dans l'acte de fiducie) au titre des sommes empruntées par Aimia ou par Aimia Canada, selon le cas. Si toutes les dettes garanties et non subordonnées ayant un rang égal au titre des sommes empruntées par Aimia ou Aimia Canada, selon le cas, deviennent non garanties, les billets deviendront des dettes directes non garanties d'Aimia ou d'Aimia Canada, selon le cas, et auront un rang égal à celui de ses autres dettes non garanties et non subordonnées.

NOTATION

En plus des notes attribuées à ses titres et décrites aux présentes, Aimia s'est vu attribuer une note de crédit d'émetteur de BBB (faible) avec tendance stable par DBRS et de BBB- par S&P. Les notes de crédit d'émetteur représentent l'avis d'une agence de notation quant à la capacité financière globale du débiteur de s'acquitter de ses obligations financières.

DBRS et S&P attribuent aux émetteurs des notes allant de « AAA », soit la note de crédit d'émetteur la plus élevée, à « D », dans le cas d'émetteurs en défaut de paiement. Selon le système de notation de DBRS, la dette à long terme notée BBB présente une qualité de crédit adéquate. La protection du capital et de l'intérêt est jugée acceptable, mais l'entité est relativement sensible aux changements défavorables de la conjoncture financière et économique, ou d'autres conditions défavorables présentes réduisent la solidité de l'entité ou de ses titres. La note de DBRS peut être modifiée par l'ajout de « (élevé) » ou de « (faible) » pour établir le classement relatif du crédit parmi une catégorie de note précise. Selon le système de notation de S&P, le débiteur qui obtient la note BBB présente une qualité de crédit adéquate lui permettant de respecter ses engagements financiers, mais une conjoncture

économique défavorable ou l'évolution de la situation sont plus susceptibles de diminuer la capacité de l'émetteur de respecter ses engagements financiers. La note de S&P peut être modifiée par l'ajout d'un plus « (+) » ou d'un moins « (-) » pour établir le classement relatif dans la catégorie de note.

Les notes visent à fournir aux investisseurs une évaluation indépendante de la qualité du crédit d'une émission ou d'un émetteur de titres, mais n'indiquent pas si des titres en particulier conviennent à un investisseur donné. L'attribution d'une note à un titre n'est pas une recommandation d'acheter, de vendre ou de conserver des titres et l'agence de notation peut la réviser ou la retirer à tout moment. Rien ne garantit qu'une note sera maintenue pendant une période donnée ni que l'agence de notation ne la retirera pas ni ne la révisera intégralement à un moment donné si, selon elle, les circonstances le justifient.

Au cours des deux derniers exercices, Aimia a versé à des agences de notation des honoraires habituels relativement aux notes susmentionnées. Aimia n'a pas fait de paiement à des agences de notation au cours des deux derniers exercices pour des services non liés à l'attribution de ces notes.

FINANCEMENT PAR EMPRUNT

Le 12 juin 2009, la Société a conclu avec un consortium de prêteurs le renouvellement de ses facilités de crédit de 650 millions de dollars, composées d'une facilité à terme de 300 millions de dollars et d'une facilité renouvelable de 250 millions de dollars venant toutes deux à échéance le 23 avril 2012, ainsi que d'une facilité-relais de 100 millions de dollars qui a été remboursée au moyen du produit des billets de série 2. Le 7 décembre 2009, la facilité renouvelable a été modifiée et les emprunts maximaux aux termes de cette facilité ont été portés de 250 millions de dollars à 300 millions de dollars. Le 26 janvier 2010, une tranche de la facilité à terme a été remboursée à l'aide du produit de l'émission des billets de série 3 et les crédits disponibles autorisés ont été réduits d'autant. Le 6 mai 2011, Aimia a apporté des modifications à ses facilités de crédit. La Société a remboursé l'encours de 100 millions de dollars aux termes de sa facilité à terme grâce à des fonds prélevés de sa facilité renouvelable et la facilité de crédit a été résiliée. La nouvelle facilité de crédit garantie, qui consiste désormais seulement en une facilité renouvelable de 300 millions de dollars, avait une date d'échéance fixée au 23 avril 2014. Le 13 avril 2012, Aimia a modifié à nouveau sa facilité de crédit, prolongeant la durée de sa facilité de crédit renouvelable de 300 millions de dollars de deux ans jusqu'au 23 avril 2016 et le 9 mai 2014, Aimia a modifié sa facilité de crédit, prolongeant la durée de la facilité de crédit renouvelable de deux ans jusqu'au 23 avril 2018. Le 5 mai 2015, Aimia a modifié à nouveau sa facilité de crédit, prolongeant la durée de la facilité de crédit renouvelable de un an encore jusqu'au 23 avril 2019. La facilité de crédit est de rang égal aux billets de série 3, aux billets de série 4 et aux billets de série 5. Elle porte intérêt à des taux qui dépendent des notes de crédit d'Aimia et qui s'établissent dans des fourchettes de 0,20 % à 1,50 % de plus que le taux préférentiel canadien et de 1,20 % à 2,50 % de plus que le taux des acceptations bancaires canadiennes et du TIOL. En date du 23 mars 2016, Aimia avait émis des lettres de crédit irrévocables d'un montant total de 14,0 millions de dollars. Ce montant réduit le crédit disponible aux termes de la facilité renouvelable. Aux termes de l'engagement en ce sens pris en vertu des facilités de crédit, le ratio du service de la dette maximal était fixé à 2,0:1,0.

RÉSERVE AU TITRE DES ÉCHANGES

Dans le cadre des facilités de crédit conclues le 19 décembre 2007, dans leur version modifiée, Aéroplan a établi la réserve au titre des échanges de milles Aéroplan (la « réserve ») dans le cadre du programme Aéroplan. Au 31 décembre 2015, la réserve s'élevait à 300,0 millions de dollars et était incluse dans les placements à court terme et à long terme.

Le montant de la réserve et le type de titres dans lesquels ce montant peut être investi dépendent des politiques que la direction a établies et qu'elle revoit périodiquement. Au 31 décembre 2015, la réserve était investie dans des obligations de sociétés ainsi que des obligations des gouvernements fédéral et provinciaux.

Sous réserve du respect des modalités liées aux facilités de crédit, la réserve peut servir à compléter les flux de trésorerie tirés de l'exploitation s'ils sont insuffisants pour payer les primes au cours des périodes où les échanges de milles Aéroplan aux termes du programme Aéroplan sont inhabituellement intenses. Dans l'éventualité où elle devrait puiser dans la réserve, Aéroplan a convenu de rembourser les montants utilisés dès que possible à même les flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation.

Selon la direction, la réserve est suffisante pour régler les frais d'échange, même dans une période où les échanges seraient particulièrement volumineux, au fur et à mesure dans le cours normal des activités. La direction évalue régulièrement la réserve et peut en ajuster le niveau selon son évaluation.

Jusqu'à maintenant, Aimia n'a pas puisé dans la réserve.

Au 31 décembre 2015, la réserve ainsi que les autres actifs détenus au titre d'une clause contractuelle avec un important partenaire d'accumulation s'établissait à 456,0 millions de dollars, ce qui représente 19,8 % du passif consolidé relatif aux frais d'échange futurs.

Les produits perçus d'avance figurant au bilan contenu dans les états financiers de la Société pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015 représentent le cumul des unités de fidélisation non échangées, évaluées à leur prix de vente moyen pondéré, et des désistements non constatés. Le montant estimatif du passif consolidé relatif aux frais d'échange futurs de ces unités de fidélisation, calculé selon le coût moyen actuel des primes par unité de fidélisation échangée, s'élève à environ 2 305,5 millions de dollars en date du 31 décembre 2015.

DIVIDENDES ET DISTRIBUTIONS

POLITIQUE EN MATIÈRE DE DIVIDENDES

À l'heure actuelle, Aimia a pour politique de déclarer trimestriellement des dividendes de 0,19 \$ l'action ordinaire. Pour chacun des trois derniers exercices écoulés, Aimia a déclaré et versé les dividendes trimestriels suivants sur ses actions ordinaires, ses actions privilégiées de série 1, ses actions privilégiées de série 2 et ses actions privilégiées de série 3 :

Date de déclaration du dividende	Montant du dividende (par action ordinaire)	Montant du dividende (par action privilégiée de série 1)	Montant du dividende (par action privilégiée de série 2)	Montant du dividende (par action privilégiée de série 3)
Le 27 février 2013	0,16 \$	0,40625 \$	--	--
Le 13 mai 2013	0,17 \$	0,40625 \$	--	--
Le 12 août 2013	0,17 \$	0,40625 \$	--	--
Le 13 novembre 2013	0,17 \$	0,40625 \$	--	--
Le 26 février 2014	0,17 \$	0,40625 \$	--	0,3211 \$ (au prorata)
Le 13 mai 2014	0,18 \$	0,40625 \$	--	0,390625 \$
Le 13 août 2014	0,18 \$	0,40625 \$	--	0,390625 \$
Le 12 novembre 2014	0,18 \$	0,40625 \$	--	0,390625 \$
Le 26 février 2015	0,19 \$	0,40625 \$	--	0,390625 \$
Le 14 mai 2015	0,19 \$	0,28125 \$	0,2635625 \$	0,390625 \$
Le 13 août 2015	0,19 \$	0,28125 \$	0,278205 \$	0,390625 \$
Le 12 novembre 2015	0,19 \$	0,28125 \$	0,259995 \$	0,390625 \$

Les dividendes payables par Aimia à ses actionnaires sont inscrits au moment où ils sont déclarés. Les dividendes payés par Aimia aux résidents canadiens tant sur les actions ordinaires que sur les actions privilégiées sont des « dividendes admissibles » aux fins de l'impôt sur le revenu canadien.

La déclaration de dividendes relève du conseil d'administration et dépend, notamment, des résultats d'Aimia et de ses besoins en capitaux, des clauses restrictives relatives à sa dette, de son respect de certains critères imposés par la LCSA pour la déclaration de dividendes et des autres conditions en vigueur à ce moment-là.

MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES

Depuis le 7 octobre 2011, les actions ordinaires et les actions privilégiées de série 1 ont été inscrites aux fins de négociation à la TSX respectivement sous les symboles « AIM » et « AIM.PR.A ». Avant le 7 octobre 2011, les actions ordinaires et les actions privilégiées de série 1 étaient inscrites aux fins de négociation à la TSX respectivement sous les symboles « AER » et « AER.PR.A ». Les actions privilégiées de série 2 sont inscrites aux fins de négociation à la TSX sous le symbole « AIM.PR.B ». Les actions privilégiées de série 3 sont inscrites aux fins de négociation à la TSX sous le symbole « AIM.PR.C »

COURS ET VOLUME DES OPÉRATIONS

Le tableau qui suit montre les cours de clôture extrêmes mensuels par action ordinaire de même que les volumes mensuels totaux et les volumes quotidiens moyens des opérations sur les actions ordinaires négociées à la TSX (et sur d'autres systèmes de négociation, notamment Alpha Trading Systems) de janvier à décembre 2015, inclusivement, selon Bloomberg.

Mois 2015	Cours mensuel le plus élevé par action ordinaire	Cours mensuel le plus bas par action ordinaire	Volume mensuel total des opérations sur les actions ordinaires	Volume quotidien moyen des opérations sur les actions ordinaires
Janvier 2015	14,27 \$	13,32 \$	14 840 396	706 686
Février 2015	14,40 \$	12,85 \$	22 626 744	1 190 881
Mars 2015	13,66 \$	12,77 \$	20 532 813	933 310
Avril 2015	13,80 \$	12,81 \$	21 411 666	1 019 603
Mai 2015	14,66 \$	13,04 \$	12 644 512	602 120
Juin 2015	14,72 \$	13,50 \$	9 910 991	450 500
Juillet 2015	14,35 \$	13,59 \$	14 594 249	634 533
Août 2015	14,15 \$	11,03 \$	11 562 615	550 601
Septembre 2015	11,68 \$	10,99 \$	6 408 195	291 282
Octobre 2015	12,48 \$	11,44 \$	6 341 112	288 232
Novembre 2015	12,20 \$	8,62 \$	10 159 741	483 797
Décembre 2015	10,00 \$	9,18 \$	10 465 149	455 006

Le tableau suivant présente les cours de clôture mensuels extrêmes par action privilégiée de série 1 de même que les volumes mensuels totaux et les volumes quotidiens moyens des opérations sur les actions privilégiées de série 1 négociées à la TSX (et sur d'autres systèmes de négociation, notamment Alpha Trading Systems) de janvier à décembre 2015, inclusivement, selon Bloomberg.

Mois 2015	Cours mensuel le plus élevé par action privilégiée de série 1	Cours mensuel le plus bas par action privilégiée de série 1	Volume mensuel total des opérations sur les actions privilégiées de série 1	Volume quotidien moyen des opérations sur les actions privilégiées de série 1
Janvier 2015	24,79 \$	21,55 \$	138 653	6 933
Février 2015	22,87 \$	21,80 \$	310 657	16 350
Mars 2015	22,16 \$	19,37 \$	268 243	12 193
Avril 2015	20,70 \$	19,00 \$	322 407	15 353
Mai 2015	21,40 \$	20,01 \$	93 171	4 437
Juin 2015	21,63 \$	19,20 \$	49 017	2 228
Juillet 2015	19,40 \$	17,26 \$	52 413	2 279
Août 2015	17,26 \$	15,75 \$	67 118	3 196
Septembre 2015	16,25 \$	13,50 \$	99 774	4 535
Octobre 2015	15,19 \$	13,30 \$	161 998	7 364
Novembre 2015	16,09 \$	12,60 \$	138 703	6 605
Décembre 2015	12,97 \$	11,10 \$	416 336	18 102

Le tableau suivant présente les cours de clôture mensuels extrêmes par action privilégiée de série 2 de même que les volumes mensuels totaux et les volumes quotidiens moyens des opérations sur les actions privilégiées de série 2 négociées à la TSX (et sur d'autres systèmes de négociation, notamment Alpha Trading Systems) de janvier à décembre 2015, inclusivement, selon Bloomberg.

Mois 2015	Cours mensuel le plus élevé par action privilégiée de série 2	Cours mensuel le plus bas par action privilégiée de série 2	Volume mensuel total des opérations sur les actions privilégiées de série 2	Volume quotidien moyen des opérations sur les actions privilégiées de série 2
Avril 2015	19,84 \$	18,75 \$	109 226	5 461
Mai 2015	20,22 \$	19,25 \$	64 950	3 093
Juin 2015	19,87 \$	18,84 \$	52 514	2 387
Juillet 2015	18,86 \$	17,27 \$	59 952	2 607
Août 2015	17,31 \$	14,27 \$	56 663	2 698
Septembre 2015	14,79 \$	13,93 \$	101 062	4 594
Octobre 2015	14,65 \$	13,01 \$	108 689	4 940
Novembre 2015	15,10 \$	11,50 \$	137 921	6 568
Décembre 2015	12,10 \$	10,40 \$	121 554	5 285

Le tableau suivant présente les cours de clôture mensuels extrêmes par action privilégiée de série 3 de même que les volumes mensuels totaux et les volumes quotidiens moyens des opérations sur les actions privilégiées de série 3 négociées à la TSX (et sur d'autres systèmes de négociation, notamment Alpha Trading Systems) de janvier à décembre 2015, inclusivement, selon Bloomberg.

Mois 2015	Cours mensuel le plus élevé par action privilégiée de série 3	Cours mensuel le plus bas par action privilégiée de série 3	Volume mensuel total des opérations sur les actions privilégiées de série 3	Volume quotidien moyen des opérations sur les actions privilégiées de série 3
Janvier 2015	26,37 \$	25,50 \$	74 968	3 748
Février 2015	26,20 \$	25,45 \$	64 911	3 416
Mars 2015	25,51 \$	24,73 \$	244 779	11 126
Avril 2015	24,91 \$	22,60 \$	188 295	8 966
Mai 2015	23,85 \$	23,19 \$	145 715	6 939
Juin 2015	23,61 \$	22,40 \$	95 557	4 344
Juillet 2015	22,55 \$	20,59 \$	91 561	3 981
Août 2015	20,90 \$	18,76 \$	78 361	3 731
Septembre 2015	19,10 \$	16,35 \$	99 730	4 533
Octobre 2015	18,87 \$	15,98 \$	248 509	11 296
Novembre 2015	20,40 \$	15,75 \$	174 379	8 304
Décembre 2015	16,90 \$	15,48 \$	288 242	12 532

PLACEMENTS ANTÉRIEURS

Au cours de l'exercice terminé le 31 décembre 2015, Aimia n'a émis aucun titre qui n'est pas inscrit à la cote d'un marché.

ADMINISTRATEURS ET MEMBRES DE LA DIRECTION

ADMINISTRATEURS

Aux termes des statuts et des règlements administratifs d'Aimia, le conseil d'administration se compose d'au moins trois (3) et d'au plus douze (12) administrateurs, dont au moins vingt-cinq pour cent (25 %) doivent être résidents du Canada. Le mandat de chaque membre du conseil d'administration prend fin à la clôture de la prochaine assemblée annuelle des actionnaires ou encore à l'élection ou à la nomination de son remplaçant, à moins que la charge ne soit abandonnée avant. Le tableau suivant présente, en date du 23 mars 2016, les neuf (9) membres du conseil d'administration.

Nom, municipalité et province de résidence	Fonction au sein d'Aimia	Poste principal	Administrateur depuis le
Robert E. Brown Westmount (Québec) Canada	Président du conseil	Administrateur de sociétés	21 juin 2005
Roman Doroniuk ^{1, 3} Toronto (Ontario) Canada	Administrateur	Consultant	21 juin 2005
Rupert Duchesne Toronto (Ontario) Canada	Administrateur	Chef de la direction du groupe Aimia	21 juin 2005
Joanne Ferstman ^{1, 3} Toronto (Ontario) Canada	Administratrice	Administratrice de sociétés	21 juin 2005
Michael M. Fortier ^{2, 3} Ville Mont-Royal (Québec) Canada	Administrateur	Vice-président du conseil, RBC Marchés des Capitaux	19 janvier 2009
Emma Griffin ^{1, 2} Westmount (Québec) Canada	Administratrice	Administratrice de sociétés	25 janvier 2016
Beth S. Horowitz ^{1, 2} Toronto (Ontario) Canada	Administratrice	Administratrice de sociétés	20 décembre 2012
David H. Laidley ^{1, 2} Westmount (Québec) Canada	Administrateur	Administrateur de sociétés	19 janvier 2009
Douglas D. Port ^{2, 3} Oakville (Ontario) Canada	Administrateur	Administrateur de sociétés	17 juillet 2007
Alan P. Rossy ^{1, 3} Ville Mont-Royal (Québec) Canada	Administrateur	Président et chef de la direction, Groupe Copley	17 juillet 2007

1) Membre du comité d'audit.

2) Membre du comité de gouvernance et de mises en candidature.

3) Membre du comité des ressources humaines et de la rémunération.

MEMBRES DE LA DIRECTION

Le tableau suivant présente, en date du 23 mars 2016, le nom, la municipalité de résidence, la fonction, le poste principal et la date d'entrée en fonction de chacun des membres de la haute direction actuels.

Nom, municipalité et province de résidence	Fonction et poste principal	Membre de la haute direction depuis le
David L. Adams ¹ Beaconsfield (Québec) Canada	Vice-président général et chef des Affaires financières	16 juillet 2007
Marc Allsop Hove, Angleterre	Premier vice-président et chef de l'Expansion commerciale mondiale	1 ^{er} juillet 2013
Shailesh Baidwan Singapour	Président, Solutions de fidélité mondiales	9 juin 2014
Rupert Duchesne Toronto (Ontario) Canada	Chef de la direction du groupe	1 ^{er} août 2000
Liz Graham Westmount (Québec) Canada	Vice-présidente générale, exploitation et initiatives stratégiques	1 ^{er} novembre 2000
David Johnston Londres, Angleterre	Chef de l'exploitation du groupe	11 janvier 2010
Jan-Pieter Lips Londres, Angleterre	Président, Coalitions internationales	27 février 2013
Vincent R. Timpano Toronto (Ontario) Canada	Président, Coalitions des Amériques	3 novembre 2008
Sandra Walker Nobleton (Ontario) Canada	Chef des talents et chef des affaires générales	17 octobre 2011

1) David L. Adams quittera la Société le 31 mars 2016.

Au 23 mars 2016, les administrateurs et les membres de la direction d'Aimia avaient collectivement la propriété, directement ou indirectement, ou le contrôle de 334 821 actions ordinaires, soit environ 0,22 % des actions ordinaires émises et en circulation.

BIOGRAPHIES

Voici les profils des administrateurs et des membres de la haute direction en poste d'Aimia.

David L. Adams est vice-président général et chef des Affaires financières d'Aimia et il est globalement responsable, en tant que membre de la direction, de l'orientation stratégique, du contrôle et des rapports financiers ainsi que de la surveillance financière de l'exploitation d'Aimia. Il supervise également l'accès et l'engagement de l'entreprise auprès des marchés financiers mondiaux et est responsable de la fiscalité mondiale, de la trésorerie et des fusions et acquisitions. En 2007, il avait été nommé vice-président général – Finances et chef des Affaires financières d'Aéroplan. Avant de se joindre à Aimia, David Adams était premier vice-président et chef des Affaires financières de Photowatt Technologies Inc. Auparavant, il a été premier vice-président et chef des Affaires financières de SR Telecom Inc. M. Adams a auparavant occupé plusieurs postes de dirigeant dans le domaine de la finance au sein de CAE Inc. Plus tôt dans sa carrière, il a gravi les échelons supérieurs progressivement au sein de La Banque de Nouvelle-Écosse et de Clarkson Gordon (Ernst & Young). M. Adams est comptable agréé et titulaire d'un baccalauréat en commerce et en finance de l'Université de Toronto. Il a suivi le programme pour dirigeants de Stanford. Il siège au conseil de Cardlytics Inc., de PLM Premier, S.A.P.I. de C.V. (Club Premier) et de Plan Canada et est membre du conseil des gouverneurs du Stratford Festival.

Marc Allsop est premier vice-président et chef de l'Expansion commerciale mondiale. À ce titre, il dirige l'équipe de l'expansion commerciale mondiale qui planifie et met en œuvre la stratégie complète d'expansion d'Aimia dans de nouveaux territoires, en plus d'aider à bonifier la proposition de valeur d'Aimia dans les marchés existants. Avant de se joindre à Aimia, M. Allsop travaillait chez American Express, où il a passé 15 ans dans différents secteurs d'activité, notamment l'exploitation, l'acquisition de marchands et l'émission de cartes de consommation, et où il était jusqu'à tout récemment responsable du développement des activités en Europe. Fort d'une vaste expérience mondiale, il s'est longtemps occupé de la fidélisation, de l'expansion commerciale et de la gestion des partenariats avec des sociétés de premier ordre dans différentes verticales clés de l'industrie, notamment le transport aérien, l'hôtellerie, le commerce de détail et les services financiers. Il est titulaire d'un diplôme spécialisé en études de gestion et en français de l'Université de Brighton au Royaume-Uni. M. Allsop est actuellement membre du conseil des gouverneurs de l'Université de Brighton.

Shailesh Baidwan est président, Solutions de fidélisation mondiales, et est chargé de concevoir et de mettre en œuvre la stratégie de croissance d'Aimia au sein de la division Solutions de fidélisation mondiales. Cette division fournit des solutions de fidélisation de bout en bout complètes aux clients et aux partenaires et exerce des activités dans les Amériques, en Europe et en Asie-Pacifique. SFM offre aux clients des services en matière de stratégie, de conception et de mise en œuvre de programmes de fidélisation ainsi que des solutions, des campagnes et des services d'analytique fondés sur des plateformes. M. Baidwan possède plus de 20 années d'expérience en marketing, ventes, stratégie et gestion générale se rattachant aux services financiers et aux produits de consommation et qui se double d'une capacité avérée à travailler dans différents pays. Avant de se joindre à Aimia, il a passé 10 années avec American Express, où il s'est occupé de nombreux marchés, dernièrement comme chef de la direction d'American Express Banking Corporation en Inde. Avant cela, il a occupé divers postes pendant six ans avec VISA à Singapour, et, auparavant, a tenu différents rôles chez Nestlé Inde. M. Baidwan est titulaire d'un baccalauréat ès arts en économie de l'Université de Delhi et d'une maîtrise en administration des affaires de l'Indian Institute of Management à Bangalore.

Robert E. Brown est président du conseil de la Société depuis le 1^{er} janvier 2008 et a été président et chef de la direction de CAE Inc., société fournissant des technologies de simulation et de modélisation et des services de formation intégrés destinés à l'aviation civile et aux forces de défense, d'août 2004 à septembre 2009. Avant de se joindre à CAE Inc., M. Brown a été président du conseil d'Air Canada pendant sa restructuration, de mai 2003 à octobre 2004. Il s'est joint à Bombardier Inc. en 1987 et a été responsable du secteur Bombardier Aéronautique de 1990 à 1999. Il a été président et chef de la direction de Bombardier Inc. (secteurs de l'aéronautique, du transport et des produits récréatifs) de 1999 à 2002. M. Brown a également occupé divers postes supérieurs au sein de ministères fédéraux à vocation économique, notamment le poste de sous-ministre adjoint au ministère de l'Expansion industrielle régionale. M. Brown est titulaire d'un baccalauréat ès sciences du Collège militaire royal et a suivi le programme Advanced Management de la Harvard Business School. M. Brown est administrateur de BCE Inc., de Bell Canada, de Rio Tinto plc et de Rio Tinto Ltd. Il a également reçu des doctorats honorifiques de cinq universités canadiennes. M. Brown est Membre de l'Ordre du Canada et il est Officier de l'Ordre national du Québec.

Roman Doroniuk est consultant et, à ce titre, il fournit des services-conseils en finance et en stratégie à diverses sociétés dans les secteurs de la santé, de la fabrication industrielle et des médias. Il siège au conseil d'administration de Martinrea International Inc. et agit à titre de séquestre spécial nommé par la cour dans le dossier de la faillite de Livent Inc. M. Doroniuk était premier vice-président de Magna International Inc. et chef de l'exploitation de Magna Entertainment Corp. de janvier 2003 à octobre 2003, président de Lions Gate Entertainment d'octobre 1998 à avril 2000 et chef des finances de La Corporation de Communications Alliance d'octobre 1995 à septembre 1998. M. Doroniuk est titulaire d'un baccalauréat en gestion des affaires de l'Université Ryerson et il est comptable agréé.

Rupert Duchesne est chef de la direction du groupe de la Société. À ce poste qu'il occupe depuis plus de dix ans, M. Duchesne a assuré une gestion innovatrice de la croissance rapide de l'organisation depuis le détachement de celle-ci à titre de division d'Air Canada en 2002. Sous son impulsion, le simple programme de fidélisation desservant un marché unique de la Société est devenu une entreprise vraiment mondiale qui est présente dans plus de 15 pays. Avant de piloter la mise sur pied d'Aimia, M. Duchesne a passé douze ans à offrir des services-conseils en matière de stratégie et d'investissements un peu partout dans le monde avant de se joindre à Air Canada en 1996, où il a occupé les postes de vice-président – Marketing et de premier vice-président – Réseau international et, enfin, de responsable en chef de l'intégration supervisant l'intégration d'Air Canada et de Canadian Airlines. M. Duchesne est titulaire d'une maîtrise en administration des affaires de l'Université de Manchester et

d'un baccalauréat spécialisé en pharmacologie de l'Université de Leeds. Il est administrateur des Industries Dorel et de Mattamy Homes, président du conseil de la Fondation Neuro Canada et membre du Conseil national du CD Howe Institute. Ardent défenseur des arts, M. Duchesne est vice-président du conseil des fiduciaires du Musée des beaux-arts de l'Ontario et membre du conseil du festival Luminato de Toronto, du Royal Conservatory of Music et de l'International Festival of Authors.

Joanne Ferstman agit actuellement à titre d'administratrice de sociétés. Au cours des 18 années précédant son départ à la retraite en juin 2012, M^{me} Ferstman a occupé divers postes de haute direction au sein du groupe de sociétés Dundee. Plus récemment, M^{me} Ferstman a été présidente et chef de la direction de Dundee Marchés des capitaux Inc., un courtier en valeurs mobilières de plein exercice dont les principales entreprises comprennent les services bancaires d'investissement, les ventes et négociations institutionnelles et les conseils financiers aux particuliers. Avant le 31 janvier 2011, M^{me} Ferstman était vice-présidente du conseil et chef de Marchés financiers de Patrimoine Dundee inc., une société de gestion de patrimoine diversifiée. Avant 2009, M^{me} Ferstman était vice-présidente à la direction et chef des finances de Patrimoine Dundee inc. ainsi que vice-présidente à la direction, chef des finances et secrétaire de Dundee Corporation. Dans ces rôles de haute direction financière, M^{me} Ferstman a participé activement à toute la stratégie d'entreprise, y compris les acquisitions et les financements, et était chargée de toute la communication d'information financière publique. Avant de se joindre au groupe de sociétés Dundee, M^{me} Ferstman a passé quatre ans à titre de chef des affaires financières d'une maison de courtage nationale et cinq ans au sein d'un important cabinet comptable international. Elle est actuellement fiduciaire de Dream Office REIT et membre du conseil d'administration de Redevances Aurifères Osisko Ltée, de Dream Unlimited Corp. et de Cogeco Communications Inc. M^{me} Ferstman est titulaire d'un baccalauréat en commerce et d'un diplôme d'études supérieures en comptabilité publique de l'Université McGill et est comptable professionnelle agréée.

Michael M. Fortier s'est joint à RBC Marchés des Capitaux (RBCMC) à titre de vice-président du conseil en octobre 2010. Avant de se joindre à RBCMC, M. Fortier était associé au sein d'Ogilvy Renault S.E.N.C.R.L., s.r.l. (maintenant Norton Rose Fulbright Canada S.E.N.C.R.L., s.r.l.) ainsi que conseiller principal de Morgan Stanley au Canada depuis janvier 2009. Entre février 2006 et octobre 2008, il a occupé différents postes au gouvernement du Canada, notamment ceux de ministre du Commerce international et de ministre responsable de la région de Montréal. Auparavant, M. Fortier a travaillé dans le secteur des banques d'investissement, d'abord comme directeur délégué au sein de Credit Suisse First Boston (1999-2004), puis comme directeur délégué au sein de Valeurs mobilières TD (2004-2006). De 1985 à 1999, M. Fortier a également exercé le droit au cabinet Ogilvy Renault S.E.N.C.R.L., s.r.l. dans les secteurs du financement des sociétés et des fusions et acquisitions. Il a vécu plusieurs années à Londres pendant cette période. Il est administrateur de CAE. M. Fortier est titulaire d'un baccalauréat en droit de l'Université Laval.

Liz Graham a été nommée vice-présidente générale, exploitation et initiatives stratégiques en février 2013. À ce titre, elle est responsable de superviser le bureau mondial du chef de l'information et sa transformation stratégique, ce qui comprend le développement et le déploiement de produits technologiques mondiaux différenciés qui offrent une puissance et une efficacité afin de soutenir les besoins de la clientèle et la croissance de l'entreprise. En tant que dirigeante fondatrice d'Aéroplan, société devancière de l'entreprise mondiale maintenant connue sous le nom d'Aimia, au cours des dix dernières années, M^{me} Graham a mis au point et dirigé une vaste gamme d'unités de soutien opérationnel dans toute l'entreprise et dans le cadre d'importantes transformations et périodes de croissance de la Société, notamment dans ses rôles précédents de chef de l'exploitation et de présidente, États-Unis et Asie-Pacifique. Avant de se joindre à Aimia, M^{me} Graham a mené une longue carrière couronnée de succès au sein d'Air Canada, où elle a occupé des rôles toujours plus complexes à des postes sans cesse plus élevés au Service clientèle, à l'Expansion commerciale et à la Stratégie, une progression qui a culminé avec sa nomination, en 1998, au poste de vice-présidente – Aéroports, où elle était chargée des opérations aéroportuaires et de fret en Amérique du Nord. M^{me} Graham est titulaire de la désignation de Chartered Director (C. Dir) et de la désignation IAS.A de l'Institut des administrateurs de sociétés. Elle siège au conseil d'administration de la Chambre de commerce du Canada.

Emma Griffin possède plus de 18 années d'expérience dans le domaine des marchés des capitaux et des services bancaires d'investissement ainsi qu'une expertise dans les secteurs des services de soutien, de la construction et des infrastructures, des loisirs et de la technologie. Elle était tout dernièrement fondatrice et directrice déléguée de Refined Selection, une société de portefeuille financée par des capitaux privés qui a été créée en 2014 en vue d'investir dans les industries des services professionnels et du recrutement. Avant cela, en 2002, M^{me} Griffin a cofondé et bâti Oriel Securities, une firme de courtage et de services bancaires d'investissement dans

le marché intermédiaire œuvrant depuis le Royaume-Uni, qui a été vendue à Stifel Corporation en 2014. Elle a commencé sa carrière à HSBC où elle a dirigé durant plusieurs années l'excellente équipe paneuropéenne de services de soutien et recherche technologique. M^{me} Griffin siège actuellement au conseil d'administration de Golder Associates dont elle est conseillère stratégique, et elle préside le Catalyst Club qui fait partie de Cancer Research U.K. Elle a reçu une formation en financement de sociétés auprès de Schroders et est titulaire d'une maîtrise ès arts en lettres classiques de l'Université d'Oxford.

Beth S. Horowitz a été présidente du conseil, présidente et chef de la direction de la Banque Amex du Canada et présidente et directrice générale d'Amex Canada, Inc. Elle a passé 22 années chez Amex, où elle a occupé différents postes de direction, notamment ceux de première vice-présidente, Stratégie et développement des produits – International, et de vice-présidente, Qualité et réingénierie. En 2009, M^{me} Horowitz a été nommée membre du conseil d'administration de la Banque HSBC Canada, dont elle est également membre du comité d'audit et des risques. Elle siège également au conseil des fiduciaires du Musée des beaux-arts de l'Ontario (MBAO), est membre du conseil consultatif du doyen de la Schulich School of Business, est membre du conseil des anciens de la Harvard Business School (Global), est membre du conseil consultatif de Catalyst Canada, siège au conseil du Harvard Business School Club of Toronto et est conseillère auprès du Women's Venture Capital Fund. M^{me} Horowitz est titulaire d'un baccalauréat en histoire du Moyen Âge et de la Renaissance en Europe de l'Université Cornell et d'une maîtrise en administration des affaires de la Harvard Business School. Elle détient également le titre IAS.A. émis par l'Institut des administrateurs de sociétés.

David Johnston a été nommé chef de l'exploitation du groupe en février 2013. À ce titre, il est chargé de poursuivre le développement du modèle opérationnel et du rendement mondiaux d'Aimia en ayant sous sa responsabilité toutes les divisions opérationnelles d'Aimia. M. Johnston s'occupe également de l'équipe mondiale de développement commercial qui planifie et exécute l'expansion de la stratégie complète d'Aimia dans de nouveaux territoires. Avant d'occuper ce poste, M. Johnston était président et chef de la direction, EMOA et vice-président général depuis janvier 2010. Dans le cadre de ces fonctions, il a mené entièrement l'expansion des entreprises d'Aimia dans la région EMOA, notamment Nectar, Nectar Italia et Air Miles Moyen-Orient ainsi que toutes nos entreprises de fidélisation propriétaire et d'analytique de la fidélité dans cette région. Avant de se joindre à Aimia, M. Johnston travaillait chez PepsiCo, où il s'est occupé pendant 13 ans de marketing et de gestion générale. Il a acquis une expérience mondiale au service de PepsiCo en Europe, en Amérique latine et au siège mondial de PepsiCo à Purchase, New York. M. Johnson est titulaire d'un diplôme spécialisé en affaires de l'Université de Nottingham Trent, au Royaume-Uni.

David H. Laidley est associé retraité de Deloitte s.r.l. (Canada), où il a été associé de 1975 jusqu'à sa retraite en 2007. Comptable professionnel agréé, il a mené pendant 40 ans une carrière remarquable au sein du plus grand cabinet de services du Canada, où il s'est spécialisé dans les secteurs de la fiscalité et de l'audit. Élu à la présidence du conseil d'administration du cabinet en 2000, il y est resté en fonction jusqu'en 2006. Il siège actuellement au conseil de la Fiducie de placement immobilier CT, d'EMCOR Group Inc. (NYSE) et d'Input Capital Corp. Il est également administrateur d'Aviva Canada Inc. Il a siégé au conseil de Biovail Corporation (dorénavant Valeant Pharmaceuticals International Inc.) de 2008 à 2010, de la Banque du Canada de 2007 à 2013, où il était administrateur principal, de Nautilus Indemnity Holdings Limited de 2008 à 2013, où il était président du conseil, et de ProSep Inc. de 2008 à 2014. M. Laidley est Fellow de l'Ordre des comptables professionnels agréés du Québec et titulaire d'un baccalauréat en commerce de l'Université McGill.

Jan-Pieter Lips est président, Coalitions internationales. À ce titre, il est entièrement responsable, à l'extérieur des Amériques, de la direction et de la croissance des activités existantes d'Aimia liées à la fidélisation coalisée et à la commercialisation fondée sur des données, comme Nectar et Air Miles Moyen-Orient, ainsi que du lancement de programmes dans d'autres pays. M. Lips était l'un des fondateurs de Nectar UK en 2002 et il a été directeur délégué de Nectar UK de 2009 à février 2013. Pionnier de l'industrie de la gestion de la fidélisation en Europe, il est entré chez Loyalty Management Group aux Pays-Bas en 1997. M. Lips a commencé sa carrière en travaillant pour Vendex, un consortium de vente au détail. Il est né et a grandi aux Pays Bas et demeure à Londres, au Royaume-Uni, depuis plus de 13 ans. Il est diplômé en économie de l'Université d'Amsterdam.

Douglas D. Port est un membre de la direction retraité d'une compagnie aérienne et compte plus de 30 ans d'expérience dans le secteur du transport aérien, dont 11 ans comme membre de la direction d'Air Canada, où il a dirigé des dossiers importants, tels que les aéroports, le réseau international, le marketing et les ventes, les ventes et la distribution des produits, les affaires de l'entreprise et les relations gouvernementales, les communications de

l'entreprise et le service à la clientèle. Il a également été président du conseil de l'Association du transport aérien du Canada et de Galileo Canada, et président du conseil et chef de la direction de Vacances Air Canada. De 2005 jusqu'en 2010, il a été conseiller exécutif au sein d'une entreprise de services-conseils dans le domaine du transport international. Il est vice-président du conseil de la Fondation Air Canada.

Alan P. Rossy est président et chef de la direction du Groupe Copley, qui se compose d'entités immobilières qui achètent, mettent en valeur et louent des immeubles résidentiels et commerciaux au Québec et en Ontario. M. Rossy a été vice-président général, Exploitation des magasins de Dollarama S.E.C., une chaîne nationale de magasins de détail. Il a été notamment consultant dans les domaines de l'ouverture de nouveaux magasins, des ventes, des techniques marchandes, de la publicité et des ressources humaines. M. Rossy est membre de la famille fondatrice de Dollarama, société dont il est actionnaire. Il siège actuellement au conseil d'administration de la Fondation de l'Hôpital général juif, de la Fondation du Centre national des Arts à Ottawa et de la Selwyn House School, une école privée pour garçons située à Westmount, au Québec. En 2012, M. Rossy a reçu la Médaille du jubilé de diamant de la reine Elizabeth II en reconnaissance de ses contributions et réalisations importantes, qui lui a été remise par le très honorable premier ministre Jean Chrétien. M. Rossy est titulaire d'un baccalauréat ès arts (majeure en économie) de l'Université McGill.

Vincent R. Timpano est président, Coalitions des Amériques. À ce titre, il est entièrement responsable de la direction et de la croissance des activités existantes d'Aimia liées aux coalitions américaines et à la commercialisation fondée sur des données, soit celles d'Aéropian, et de la supervision des activités non fondées sur une plateforme et des activités liées aux services d'amélioration au Canada ainsi qu'aux canaux et aux événements en Amérique du Nord. M. Timpano est également responsable du lancement et du développement de nouveaux programmes de fidélisation coalisés en Amérique du Nord et en Amérique du Sud. Il était auparavant président et chef de la direction des activités canadiennes d'Aimia, où il a établi l'orientation stratégique et dirigé chacune des activités d'Aimia dans la région, y compris Aéropian. Avant de se joindre à Aimia, M. Timpano a été président de Coca-Cola Ltée au Canada et, avant d'occuper ce poste, il a été président et chef de la direction de The Minute Maid Company Canada Inc. M. Timpano est actuellement président du conseil, United Way Toronto et York Region, ainsi que président de son comité de gouvernance et des ressources humaines. Il est également membre du conseil d'administration de l'association Les affaires pour les arts. M. Timpano est titulaire d'une maîtrise en administration des affaires de la Richard Ivey School of Business de l'Université Western Ontario. Il est également titulaire d'un certificat IAS.A. de l'Institut des administrateurs de sociétés.

Sandra Walker est chef des talents d'Aimia et chef des affaires générales et est responsable de la stratégie en matière de ressources humaines, de talents et de culture et de son exécution à l'échelle mondiale. Elle est également responsable des communications mondiales, de la réputation de la Société et de la supervision des services juridiques mondiaux et occupe les fonctions de secrétaire générale auprès du conseil d'administration d'Aimia Inc. Avant de remplir ce rôle, M^{me} Walker a occupé des postes de cadre supérieur au sein de BCE/Bell Canada et d'Alliance Atlantis Communications Inc. Elle s'est jointe à BCE/Bell Canada en 2005 pour finalement occuper le poste de vice-présidente, Ressources humaines – Marchés des affaires. À ce titre, elle a supervisé avec succès de nombreuses initiatives liées aux activités transformationnelles et mené la refonte des programmes de développement du leadership et de gestion des talents de Bell. Avant de se joindre à Bell, M^{me} Walker était première vice-présidente, Ressources humaines et Administration chez Alliance Atlantis Communications Inc., où, en tant que membre du comité de direction, elle était entièrement responsable de toutes les questions de gouvernance des ressources humaines à l'échelle mondiale. Plus tôt en carrière, M^{me} Walker a tenu des rôles de cadre supérieur progressivement plus élevés dans le domaine de la réassurance vie et santé, un parcours qui l'a menée au poste de chef du Service des ressources humaines, Amérique du Nord au sein de Swiss Re Life & Health. M^{me} Walker est diplômée de l'Université de Toronto, est titulaire d'un certificat IAS.A. de l'Institut des administrateurs de sociétés et siège actuellement au conseil du Hincks Dellcrest Centre et à titre de membre de son comité des finances, des ressources et d'audit.

INTERDICTIONS D'OPÉRATIONS, FAILLITES, AMENDES OU SANCTIONS

Interdictions d'opérations ou faillites

À la connaissance d'Aimia, aucun administrateur ni aucun membre de la haute direction d'Aimia : a) n'est, à la date des présentes, ni n'a été au cours des 10 années précédant cette date, administrateur, chef de la direction ou

chef des finances d'une société qui, selon le cas, i) a fait l'objet d'une interdiction d'opérations ou d'une ordonnance semblable ou s'est vu refuser le droit de se prévaloir de toute dispense prévue par la législation en valeurs mobilières pendant plus de 30 jours consécutifs pendant que l'administrateur ou le membre de la haute direction agissait à titre d'administrateur, de chef de la direction ou chef des finances de cette société (une « **ordonnance** »); ou ii) a fait l'objet d'une ordonnance après la cessation des fonctions de l'administrateur ou du membre de la haute direction, en raison d'un événement survenu pendant que cette personne exerçait cette fonction; b) et aucun actionnaire détenant un nombre suffisant de titres d'Aimia pour avoir une incidence importante sur le contrôle d'Aimia n'est, à la date de la présente notice annuelle, ni n'a été au cours des 10 années précédant cette date, administrateur ou membre de la haute direction d'une société qui, pendant que cette personne exerçait cette fonction ou dans l'année suivant la cessation de cette fonction, a fait faillite, fait une proposition concordataire en vertu de la législation sur la faillite ou l'insolvabilité, été poursuivie par ses créanciers, conclu un concordat ou un compromis avec eux, intenté des poursuites contre eux, pris des dispositions ou fait des démarches en vue de conclure un concordat ou un compromis avec eux, ou a vu un séquestre, un séquestre-gérant ou un syndic de faillite être nommé pour détenir ses biens; et c) aucun actionnaire détenant un nombre suffisant de titres d'Aimia pour avoir une incidence importante sur le contrôle d'Aimia n'a, au cours des 10 années précédant la date de la présente notice annuelle, fait faillite, fait une proposition concordataire en vertu de la législation sur la faillite ou l'insolvabilité ou été poursuivi par ses créanciers, conclu un concordat ou un compromis avec eux, intenté une poursuite contre eux, pris des dispositions ou fait des démarches en vue de conclure un concordat ou un compromis avec eux, ni vu un séquestre, un séquestre-gérant ou un syndic de faillite nommé pour détenir ses biens, exception faite des personnes suivantes :

- i) David H. Laidley a été administrateur de 2907160 Canada Inc. (anciennement ProSep Inc.) (« **ProSep** ») d'août 2008 à janvier 2014. Le 12 avril 2013, l'Autorité des marchés financiers a émis une interdiction d'opérations visant la direction interdisant à la direction et aux initiés de ProSep d'effectuer toute opération sur les titres de ProSep en raison de son omission de déposer ses documents d'information annuels dans les délais prescrits. L'interdiction d'opérations visant la direction a été révoquée le 17 juin 2013. Le 28 octobre 2013, ProSep a demandé et a obtenu la protection contre les créanciers en vertu de la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies* (Canada). Au même moment, la Cour supérieure du Québec (Chambre commerciale) a approuvé la vente de la quasi-totalité des actifs de ProSep à un tiers. La distribution du produit de la liquidation de ProSep a été menée à bien et ProSep a été dissoute le 15 janvier 2014.

Amendes ou sanctions

À la connaissance d'Aimia, aucun administrateur ou membre de la haute direction d'Aimia et aucun actionnaire détenant un nombre suffisant de titres d'Aimia pour avoir une incidence importante sur le contrôle d'Aimia ni aucune de leurs sociétés de portefeuille personnelles : i) ne s'est vu imposer d'amendes ou de sanctions par un tribunal en vertu de la législation en valeurs mobilières ou par une autorité en valeurs mobilières, ni n'a conclu une entente à l'amiable avec celle-ci; ni ii) ne s'est vu imposer toute autre amende ou sanction par un tribunal ou un organisme de réglementation qui serait susceptible d'être considérée comme importante par un investisseur raisonnable ayant à prendre une décision en matière de placement.

Faillites personnelles

À la connaissance d'Aimia, au cours des 10 dernières années, aucun administrateur ou membre de la haute direction d'Aimia et aucun actionnaire détenant un nombre suffisant de titres d'Aimia pour avoir une incidence importante sur le contrôle d'Aimia ni aucune de leurs sociétés de portefeuille personnelles n'ont fait faillite, n'ont fait de proposition concordataire en vertu de la législation sur la faillite ou l'insolvabilité, n'ont été poursuivis par leurs créanciers, n'ont conclu un concordat ou un compromis avec eux, intenté des poursuites contre eux, pris des dispositions ou fait des démarches en vue de conclure un concordat ou un compromis avec eux ou vu un séquestre, un séquestre-gérant ou un syndic de faillite nommé pour détenir leurs biens.

CONFLITS D'INTÉRÊTS

Sous réserve de ce qui est indiqué à la rubrique « Membres de la direction et autres personnes intéressés dans des opérations importantes » ou ailleurs aux présentes, aucun administrateur ni aucun membre de la haute

direction d'Aimia, aucun autre initié d'Aimia ni aucune personne qui a un lien avec ces personnes ou qui est membre de leurs groupes ne se trouvent en situation de conflit d'intérêts réel ou potentiel important avec Aimia ou l'une de ses filiales.

INFORMATION SUR LE COMITÉ D'AUDIT

Le comité d'audit a pour fonction principale d'assister le conseil d'administration d'Aimia dans l'exercice de ses responsabilités concernant la surveillance et la supervision des pratiques et procédures en matière de comptabilité et d'information financière, le caractère adéquat des procédures et contrôles internes en matière de comptabilité et la qualité et l'intégrité des états financiers.

CHARTRE DU COMITÉ D'AUDIT

La chartre du comité d'audit est présentée à l'annexe B de la présente notice annuelle.

COMPOSITION DU COMITÉ D'AUDIT

Le comité d'audit est composé de six administrateurs, soit Roman Doroniuk (président), Joanne Ferstman, Emma Griffin, Beth S. Horowitz, David H. Laidley et Alan P. Rossy. Chaque membre du comité d'audit est indépendant d'Aimia et possède les compétences financières requises aux termes du *Règlement 52-110 sur le comité d'audit*.

FORMATION ET EXPÉRIENCE PERTINENTES DES MEMBRES DU COMITÉ D'AUDIT

En plus de leur expérience générale en affaires, les membres du comité d'audit ont la formation et l'expérience suivantes, pertinentes dans l'exercice de leurs responsabilités à ce titre :

- i) Roman Doroniuk est consultant et, à ce titre, il fournit des services-conseils en finance et en stratégie à des sociétés dans les secteurs de la santé, de la fabrication industrielle et des médias. Il siège au conseil d'administration de Martinrea International Inc. et agit à titre de séquestre spécial nommé par la cour dans le dossier de la faillite de Livent Inc. M. Doroniuk était premier vice-président de Magna International Inc. et chef de l'exploitation de Magna Entertainment Corp. de janvier 2003 à octobre 2003, président de Lions Gate Entertainment d'octobre 1998 à avril 2000 et chef des finances de La Corporation de Communications Alliance d'octobre 1995 à septembre 1998. M. Doroniuk est titulaire d'un baccalauréat en gestion des affaires de l'Université Ryerson et est comptable agréé.
- ii) Joanne Ferstman agit actuellement à titre d'administratrice de sociétés. Au cours des 18 années précédant son départ à la retraite en juin 2012, M^{me} Ferstman a occupé divers postes de haute direction au sein du groupe de sociétés Dundee. Plus récemment, M^{me} Ferstman a été présidente et chef de la direction de Dundee Marchés des capitaux Inc., un courtier en valeurs mobilières de plein exercice dont les principales entreprises comprennent les services bancaires d'investissement, les ventes et négociations institutionnelles et les conseils financiers aux particuliers. Avant le 31 janvier 2011, M^{me} Ferstman était vice-présidente du conseil et chef de Marchés financiers de Patrimoine Dundee inc., une société de gestion de patrimoine diversifiée. Avant 2009, M^{me} Ferstman était vice-présidente à la direction et chef des finances de Patrimoine Dundee inc. ainsi que vice-présidente à la direction, chef des finances et secrétaire de Dundee Corporation. Dans ces rôles de haute direction financière, M^{me} Ferstman a participé activement à toute la stratégie d'entreprise, y compris les acquisitions et les financements, et était chargée de toute la communication d'information financière publique. Avant de se joindre au groupe de sociétés Dundee, M^{me} Ferstman a passé quatre ans à titre de chef des affaires financières d'une maison de courtage nationale et cinq ans au sein d'un important cabinet comptable international. M^{me} Ferstman est actuellement fiduciaire de Dream Office REIT et membre du conseil d'administration de Redevances Aurifères Osisko Ltée, e Dream Unlimited Corp. et de Cogeco Communications Inc. M^{me} Ferstman est titulaire d'un baccalauréat en commerce et d'un diplôme

d'études supérieures en comptabilité publique de l'Université McGill et est comptable professionnelle agréée.

- iii) Emma Griffin possède plus de 18 années d'expérience dans le domaine des marchés des capitaux et des services bancaires d'investissement, ainsi qu'une expertise dans les secteurs des services de soutien, de la construction et des infrastructures, des loisirs et de la technologie. Elle était tout dernièrement fondatrice et directrice déléguée de Refined Selection, une société de portefeuille financée par des capitaux privés qui a été créée en 2014 en vue d'investir dans les industries des services professionnels et du recrutement. Avant cela, en 2002, M^{me} Griffin a cofondé et bâti Oriel Securities, une firme de courtage et de services bancaires d'investissement dans le marché intermédiaire œuvrant depuis le Royaume-Uni, qui a été vendue à Stifel Corporation en 2014. Elle a commencé sa carrière à HSBC où elle a dirigé l'excellente équipe paneuropéenne de services de soutien et recherche technologique. M^{me} Griffin siège actuellement au conseil d'administration de Golder Associates dont elle est conseillère stratégique, et elle préside le Catalyst Club qui fait partie de Cancer Research U.K. Elle a reçu une formation en financement de sociétés auprès de Schroders et est titulaire d'une maîtrise ès arts en lettres classiques de l'Université d'Oxford.
- iv) Beth S. Horowitz a été présidente du conseil, présidente et chef de la direction de la Banque Amex du Canada et présidente et directrice générale d'Amex Canada, Inc. Elle a passé 22 années chez Amex, où elle a occupé différents postes de direction, notamment ceux de première vice-présidente, Stratégie et développement des produits – International, et de vice-présidente, Qualité et réingénierie. En 2009, M^{me} Horowitz a été nommée membre du conseil d'administration de la Banque HSBC Canada, dont elle est également membre du comité d'audit et des risques. Elle siège également au conseil des fiduciaires du Musée des beaux-arts de l'Ontario (MBAO), est membre du conseil consultatif du doyen de la Schulich School of Business, est membre du conseil des anciens de la Harvard Business School (Global), est membre du conseil consultatif de Catalyst Canada, siège au conseil du Harvard Business School Club of Toronto et est conseillère auprès du Women's Venture Capital Fund. M^{me} Horowitz est titulaire d'un baccalauréat en histoire du Moyen Âge et de la Renaissance en Europe de l'Université Cornell et d'une maîtrise en administration des affaires de la Harvard Business School. Elle détient également le titre d'IAS.A. émis par l'Institut des administrateurs de sociétés.
- v) David H. Laidley est un associé retraité de Deloitte s.r.l. (Canada), où il a été associé de 1975 jusqu'à sa retraite en 2007. Comptable professionnel agréé, il a mené pendant 40 ans une carrière remarquable au sein du plus grand cabinet de services du Canada, où il s'est spécialisé dans les secteurs de la fiscalité et de l'audit. Élu à la présidence du conseil d'administration du cabinet en 2000, il y est resté en fonction jusqu'en 2006. Il siège actuellement au conseil de la Fiducie de placement immobilier CT, d'EMCOR Group Inc. (NYSE) et d'Input Capital Corp. Il est également administrateur d'Aviva Canada Inc. Il a siégé au conseil de Biovail Corporation (dorénavant Valeant Pharmaceuticals International Inc.) de 2008 à 2010, de la Banque du Canada de 2007 à 2013, où il était administrateur principal, de Nautilus Indemnity Holdings Limited de 2008 à 2013, où il était président du conseil, et de ProSep Inc. de 2008 à 2014. M. Laidley est Fellow de l'Ordre des comptables professionnels agréés du Québec et titulaire d'un baccalauréat en commerce de l'Université McGill.
- vi) Alan P. Rossy est président et chef de la direction du Groupe Copley, composé d'entités immobilières qui achètent, mettent en valeur et louent des immeubles résidentiels et commerciaux au Québec et en Ontario. M. Rossy a agi à titre de vice-président général, Exploitation des magasins de Dollarama S.E.C., une chaîne nationale de magasins de détail. Il a été notamment consultant dans les domaines de l'ouverture de nouveaux magasins, des ventes, des techniques marchandes, de la publicité et des ressources humaines. M. Rossy est membre de la famille fondatrice de Dollarama, dont il est actuellement actionnaire. Il siège actuellement au conseil d'administration de la Fondation de l'Hôpital général juif, de la Fondation du Centre national des Arts à Ottawa et de la Selwyn House School, une école privée pour garçons située à Westmount, au Québec. En 2012, M. Rossy a reçu la Médaille du jubilé de diamant de la reine Elizabeth II en reconnaissance de ses contributions et réalisations importantes, qui lui a été remise par le très

honorable premier ministre Jean Chrétien. M. Rossy est titulaire d'un baccalauréat en arts (majeure en économie) de l'Université McGill.

POLITIQUES ET PROCÉDURES D'APPROBATION PRÉALABLE

Le comité d'audit examine et autorise au préalable la nature de tous les services non liés à l'audit, comme l'autorisent les lois et règlements sur les valeurs mobilières, que doit fournir l'auditeur externe d'Aimia.

Le comité d'audit examine également un rapport de l'auditeur externe concernant toutes les relations entre celui-ci et les entités qui lui sont liées, d'une part, et Aimia et les entités qui lui sont liées, d'autre part, surtout en ce qui a trait au travail accompli et aux honoraires versés pour le travail non lié à l'audit qui, de l'avis de l'auditeur externe, pourraient raisonnablement laisser croire qu'elles nuisent à son objectivité et à son indépendance, confirmant, le cas échéant, que l'auditeur externe se considère comme indépendant d'Aimia. Le comité d'audit discutera de ce rapport avec l'auditeur externe afin d'évaluer l'objectivité et l'indépendance de celui-ci. Il examinera également les mesures de révision prises par l'auditeur externe pour répondre aux préoccupations soulevées lors des examens susmentionnés.

HONORAIRES D'AUDIT

PricewaterhouseCoopers s.r.l./s.e.n.c.r.l. est l'auditeur d'Aimia depuis le 25 juin 2008 et du Fonds de revenu Aéroplan depuis son premier appel public à l'épargne.

Les honoraires versés pour les exercices terminés les 31 décembre 2015 et 31 décembre 2014 à PricewaterhouseCoopers s.r.l./s.e.n.c.r.l. et à ses filiales se sont respectivement élevés à 4 685 578 \$ et à 4 503 432 \$ et sont détaillés ci-après.

	Exercice terminé le 31 décembre 2015	Exercice terminé le 31 décembre 2014
Honoraires d'audit	3 549 637 \$	3 377 876 \$
Honoraires pour services liés à l'audit	549 884 \$	544 952 \$
Honoraires pour services fiscaux	585 685 \$	577 734 \$
Autres honoraires	372 \$	2 870 \$
	4 685 578 \$	4 503 432 \$

La nature de chacune des catégories d'honoraires est décrite ci-après.

Honoraires d'audit. Les honoraires d'audit comprennent tous les honoraires engagés à l'égard des services d'audit, soit les services professionnels rendus pour l'audit annuel et l'examen trimestriel des états financiers d'Aimia et les services normalement fournis à l'occasion de dépôts ou de missions prévus par la loi et la réglementation.

Honoraires pour services liés à l'audit. Les honoraires pour services liés à l'audit comprennent les services d'audit ou les services d'attestation relatifs aux audits des régimes de retraite, aux obligations liées à l'audit non prévues par la loi, à l'examen des documents de placement aux fins de l'émission de titres et à la remise de lettres de consentement et de lettres d'accord présumé usuelles s'y rapportant, aux services de vérification diligente ainsi qu'à tous les autres services connexes.

Honoraires pour services fiscaux. Les honoraires pour les services fiscaux comprenaient les honoraires relatifs à des conseils fiscaux généraux et d'observation fiscale et à de l'aide visant la préparation de la demande de crédit d'impôt pour la recherche scientifique et le développement expérimental.

Autres honoraires. Les autres honoraires renvoient aux honoraires qui ne sont pas inclus dans les honoraires d'audit, honoraires pour services liés à l'audit et honoraires fiscaux.

POURSUITES ET MESURES RÉGLEMENTAIRES

Il arrive à l'occasion qu'Aimia soit partie à diverses réclamations et poursuites découlant de ses activités. La présente rubrique décrit les poursuites importantes qui impliquent les entreprises d'Aimia. Même si l'issue définitive des poursuites décrites ci-après et d'autres poursuites en cours ne peut être prévue et même si nous ne pouvons pas estimer le montant de la perte, ni son importance, le cas échéant, susceptible de découler de ces poursuites, la direction estime que, selon l'information dont elle dispose actuellement, le règlement des réclamations et des poursuites en cours n'aura pas d'incidence importante sur la situation financière et les résultats d'exploitation de la Société. La Société évaluera périodiquement sa position en fonction des événements.

RECOURS COLLECTIF VISANT À CONTESTER LES MODIFICATIONS AUX RÈGLES D'ACCUMULATION ET D'EXPIRATION DE MILLES AÉROPLAN

Le 2 juillet 2009, une requête en autorisation d'exercer un recours collectif et pour être désigné représentant a été déposée contre Aimia devant la Cour supérieure du Québec. La requête a été entendue les 9 et 10 mai 2011 et Aéroplan a été ajoutée à titre de défendeur éventuel. Dans un jugement rendu le 6 mars 2012, la Cour supérieure du Québec a autorisé le demandeur à intenter un recours collectif. Cette requête était la première étape procédurale avant qu'un recours collectif puisse être exercé. Un avis du jugement autorisant le recours collectif a été publié le 6 avril 2013.

Le 1^{er} octobre 2013, le requérant a signifié et déposé le recours collectif visant l'annulation des changements apportés au programme Aéroplan en ce qui touche l'accumulation et l'expiration des milles Aéroplan, annoncés le 16 octobre 2006, le remboursement des sommes dépensées par les membres Aéroplan pour obtenir la remise en vigueur de leurs milles expirés, des dommages-intérêts compensatoires de 50 \$ et un montant non déterminé en dommages-intérêts punitifs pour le compte de chaque membre du groupe. Les parties ont convenu d'un calendrier pour les questions de procédure préalables à la préparation du procès.

La direction a opposé une défense vigoureuse à ce recours collectif, et elle estime qu'il est plus probable qu'improbable que sa position sera maintenue.

AVIS DE NOUVELLE COTISATION DE L'AGENCE DU REVENU DU CANADA

Le 30 août 2013, Aimia a reçu un avis de nouvelle cotisation de l'ARC au titre de l'année d'imposition terminée le 31 décembre 2008, lequel visait le moment de comptabilisation aux fins fiscales des produits différés au titre des désistements. Aimia constate les produits différés au titre des désistements de la même manière aux fins fiscales qu'aux fins comptables. L'ARC estimait qu'Aimia devrait comptabiliser aux fins fiscales la totalité des produits différés au titre des désistements dans l'exercice au cours duquel la facturation a lieu. L'avis de nouvelle cotisation prévoyait une hausse de 222,5 millions de dollars du résultat imposable au 31 décembre 2008, soit le solde des produits différés au titre des désistements au 31 décembre 2008, ainsi qu'une augmentation correspondante du passif d'impôt sur le résultat exigible de 54,0 millions de dollars. Des intérêts et pénalités de 24,0 millions de dollars ont également été imposés.

Cette différence entre l'inclusion du résultat aux fins fiscales et la méthode adoptée aux fins comptables représentait une différence temporaire qui donnerait lieu à un recouvrement (actif) d'impôt sur le résultat différé de 43,0 millions de dollars.

La direction a contesté l'avis de nouvelle cotisation par l'intermédiaire du processus d'appel de l'ARC et, comme l'exigent les lois de l'impôt applicables, la Société a émis une lettre de crédit d'un montant de 41,3 millions de dollars devant servir de garantie pour l'avis de nouvelle cotisation.

Puisque la direction estimait qu'il était plus probable qu'improbable que sa position serait maintenue, aucun montant à cet égard n'a été comptabilisé dans les états financiers.

La direction a réussi à faire valoir son opposition à l'avis de cotisation mentionné ci-dessus et, le 2 juillet 2015, l'ARC a émis un avis de nouvelle cotisation pour l'année d'imposition 2008 annulant l'avis de cotisation

antérieur et acceptant la position fiscale d'Aimia telle qu'elle avait été produite. L'ARC a également transmis un exemplaire de l'avis de nouvelle cotisation à Revenu Québec.

Le 2 juillet 2015, l'ARC a libéré la lettre de crédit de 41,3 millions de dollars, qui a été retournée à Aimia et annulée.

AVIS DE COTISATION DE REVENU QUÉBEC

Le 28 août 2014, Aimia a reçu un avis de cotisation de Revenu Québec au titre de l'année d'imposition terminée le 31 décembre 2008. Cet avis de cotisation prévoyait le même traitement fiscal pour les produits différés au titre des désistements que celui formulé dans l'avis de cotisation émis par l'ARC, ce qui s'est traduit par une hausse de 222,5 millions de dollars du résultat imposable au 31 décembre 2008 aux fins du calcul de l'impôt du Québec, ainsi que par une augmentation correspondante du passif d'impôt sur le résultat exigible de 13,6 millions de dollars. Des intérêts et pénalités de 7,1 millions de dollars ont également été imposés.

La différence entre l'inclusion du résultat aux fins fiscales et la méthode adoptée aux fins comptables représentait une différence temporaire qui donnerait lieu à un recouvrement (actif) d'impôt sur le résultat différé de 15,6 millions de dollars.

La demande d'appel soumise par la direction visant à contester l'avis de cotisation semblable émis par l'ARC a été enregistrée par Revenu Québec et, le 16 septembre 2014, comme l'exigent les lois de l'impôt applicables, la Société a versé un dépôt de 20,7 millions de dollars à Revenu Québec devant servir de garantie pour l'avis de cotisation.

À la suite du processus d'opposition réussi auprès de l'ARC, le 25 septembre 2015, Revenu Québec a émis un avis de nouvelle cotisation pour l'année d'imposition 2008 annulant l'avis de cotisation antérieure et acceptant la position fiscale d'Aimia telle qu'elle avait été produite.

Le 1^{er} octobre 2015, le dépôt de garantie de 20,7 millions de dollars a été remis à la Société.

MEMBRES DE LA DIRECTION ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉS DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES

À la connaissance d'Aimia, aucun des administrateurs, membres de la haute direction ni autres initiés, selon le cas, i) d'Aimia ou ii) des personnes ayant un lien avec elle ou des membres de son groupe n'a ou n'a eu d'intérêt important, direct ou indirect, dans des opérations au cours des trois derniers exercices ou au cours de l'exercice en cours ou dans une opération envisagée qui a eu ou qui aura une incidence importante sur Aimia ou ses filiales.

AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES

L'agent des transferts et agent chargé de la tenue des registres pour les actions ordinaires est la Société de fiducie CST à ses bureaux principaux de Montréal, de Toronto, de Vancouver, de Calgary et de Halifax.

CONTRATS IMPORTANTS

À l'exception des contrats conclus dans le cours normal des activités d'Aimia et/ou de ses filiales, selon le cas, elles ont conclu les contrats importants suivants : i) avant le dernier exercice et ces contrats sont toujours en vigueur à l'heure actuelle; ou ii) au cours de l'exercice terminé le 31 décembre 2015 :

- l'acte de fiducie; et
- la facilité de crédit modifiée et mise à jour datée du 6 mai 2011, en sa version modifiée le 13 avril 2012, le 9 mai 2014 et le 5 mai 2015, et intervenue entre Aimia, en tant qu'emprunteur, la Banque Royale du Canada, en tant qu'agent administratif, RBC Marchés des Capitaux, Valeurs Mobilières TD et la Banque Canadienne Impériale de Commerce, qui assurent conjointement le montage et la

tenue de registres, Valeurs Mobilières TD, en tant que chargé de syndication, la Banque de Montréal et la Banque Canadienne Impériale de Commerce, qui sont conjointement agents de documentation, et l'institution financière partie à la facilité de crédit (la « **facilité de crédit** »).

INTÉRÊT DES EXPERTS

Le cabinet PricewaterhouseCoopers s.r.l./s.e.n.c.r.l. est l'auditeur d'Aimia et a fait savoir qu'il était indépendant par rapport à Aimia au sens du code de déontologie de l'Ordre des comptables agréés du Québec.

RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

On retrouve des renseignements complémentaires concernant Aimia sur SEDAR au www.sedar.com.

Des renseignements complémentaires, notamment la rémunération des administrateurs et des membres de la direction, les prêts qui leur ont été consentis et les principaux actionnaires, figurent dans la circulaire de sollicitation de procurations d'Aimia relative à sa plus récente assemblée annuelle des actionnaires au cours de laquelle des administrateurs ont été élus.

On retrouve des renseignements financiers complémentaires dans les états financiers consolidés audités et le rapport de gestion d'Aimia pour l'exercice terminé le 31 décembre 2015.

Aimia remettra à toute personne ou société qui en fait la demande à son chef des talents et chef des affaires générales à la Tour Aimia, 525, avenue Viger Ouest, bureau 1000, Montréal (Québec) H2Z 0B2, les documents mentionnés ci-après :

- a) lorsque Aimia place ses titres aux termes d'un prospectus simplifié ou a déposé un prospectus simplifié provisoire relativement à un projet de placement de ses titres :
 - i) un exemplaire de la notice annuelle la plus récente d'Aimia de même qu'un exemplaire de tout document ou des pages pertinentes de tout document qui y est intégré par renvoi;
 - ii) un exemplaire des états financiers consolidés comparatifs d'Aimia pour le dernier exercice terminé pour lequel des états financiers ont été déposés de même que le rapport de l'auditeur y afférent, ainsi qu'un exemplaire des états financiers consolidés intermédiaires d'Aimia pour toute période suivant son plus récent exercice terminé;
 - iii) un exemplaire de la circulaire de sollicitation de procurations d'Aimia relative à sa plus récente assemblée annuelle des actionnaires au cours de laquelle des administrateurs ont été élus ou un exemplaire de tout document déposé annuellement à la place de cette circulaire de sollicitation de procurations, selon le cas;
 - iv) un exemplaire des autres documents intégrés par renvoi dans le prospectus simplifié provisoire ou dans le prospectus simplifié, qui n'ont pas à être fournis aux termes des points i) à iii) ci-dessus; ou
- b) à tout autre moment, Aimia fournira à toute personne ou société un exemplaire des documents dont il est question aux points i), ii) et iii) de l'alinéa a) ci-dessus, étant entendu qu'Aimia pourra exiger le paiement de frais raisonnables si la demande est présentée par une personne ou une société qui n'est pas un porteur de titres d'Aimia.

ANNEXE A

GLOSSAIRE

Les définitions qui suivent s'appliquent à la présente notice annuelle, sauf si le contexte ne s'y prête pas.

« **actionnaires** » Les porteurs d'actions ordinaires.

« **actions ordinaires** » Les actions ordinaires du capital-action d'Aimia.

« **actions privilégiées** » Les actions privilégiées du capital-actions d'Aimia.

« **Aéroplan** » ou « **Aimia Canada** » Aimia Canada Inc., société fusionnée sous le régime de la LCSA et filiale en propriété exclusive directe d'Aimia et société remplaçante d'Aéroplan SEC. S'il y a lieu, la mention d'Aimia Canada fait également référence à Aéroplan SEC.

« **Aéroplan SEC** » Société en commandite Aéroplan, société en commandite établie sous le régime des lois du Québec le 21 juin 2005, puis liquidée et dissoute le 29 décembre 2008.

« **Aimia** » ou « **Société** » Aimia Inc., société constituée sous le régime de la LCSA, et, s'il y a lieu, le Fonds de revenu Aéroplan, entité devancière d'Aimia.

« **AMEX** » Banque Amex du Canada.

« **ancienne entente CIBC** » Entente antérieure entre Aimia et la CIBC, qui a expiré le 31 décembre 2013.

« **CIBC** » La Banque Canadienne Impériale de Commerce.

« **comité d'audit** » Le comité d'audit, des finances et du risque d'Aimia.

« **comité de gouvernance et de mises en candidature** » Le comité de gouvernance et de mises en candidature d'Aimia.

« **comité des ressources humaines et de la rémunération** » Le comité des ressources humaines et de la rémunération d'Aimia.

« **coût moyen des primes par unité de fidélisation** » Coût qui équivaut, pour une période donnée, au quotient de la division du coût des primes pour la période par le nombre d'unités de fidélisation échangées contre des primes au cours de cette période.

« **Data Protection Act** » La loi intitulée *Data Protection Act 1998*.

« **DBRS** » DBRS Limited.

« **désistement** » Nombre estimatif d'unités de fidélisation vendues dont on ne s'attend pas à ce qu'elles soient échangées. De par leur nature, les désistements sont assujettis à des estimations et à l'exercice du jugement.

« **direction** » La direction d'Aimia ou de ses filiales, selon le contexte.

« **EAU** » Les Émirats arabes unis.

« **entente avec TD** » L'entente décennale relative à une carte de crédit financière, datée du 16 septembre 2013, conclue entre Aéroplan et TD, qui est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2014.

« **entente CIBC** » Entente d'une durée de 10 ans concernant les cartes financières datée du 16 septembre 2013, avec prise d'effet le 1^{er} janvier 2014, qui est intervenue entre la CIBC et Aéroplan.

« **ententes avec AMEX** » Les ententes de quatre ans, toutes datées du 13 novembre 2013, conclues entre Aéroplan et AMEX.

« **ententes relatives aux cartes de crédit** » L'entente avec TD et l'entente CIBC.

« **facturation brute** » Produit brut tiré de la vente d'unités de fidélisation, des services de fidélisation propriétaire, des services d'analytique de la fidélité ainsi que d'autres services fournis ou devant être fournis.

« **facturation brute au titre des unités de fidélisation** » Produit brut tiré de la vente d'unités de fidélisation.

« **filiale** » À l'égard d'une personne, une filiale de cette personne au sens de la LCSA, comme si cette personne était une société par actions, même si elle ne l'est pas, y compris toute société en commandite, coentreprise, fiducie, société à responsabilité limitée, société à responsabilité illimitée ou autre entité, ayant ou non un statut juridique, qui serait une filiale (décrite ci-dessus) de cette entité si elle était une société par actions.

« **frais d'échange futurs** » Total du passif estimatif au titre du coût futur des primes pour les unités de fidélisation vendues et en cours, déduction faite des désistements, évalué en fonction du coût moyen des primes par unité de fidélisation pour le dernier trimestre écoulé (pour les périodes intermédiaires) ou le dernier exercice écoulé (pour la présentation de l'information financière annuelle).

« **indépendant** » A le sens attribué à ce terme dans l'*Instruction générale 58-201 relative à la gouvernance*.

« **ISS** » Les services d'Intelligent Shopper Solutions, auparavant connue sous le nom LMG Insight and Communication (I&C).

« **LCSA** » La *Loi canadienne sur les sociétés par actions*, en sa version modifiée.

« **milles** » Les milles émis en vertu du programme Aéroplan.

« **milles Aéroplan** » Les milles émis par Aimia Canada en vertu du programme Aéroplan.

« **Nectar** » ou « **programme Nectar** » Programme de promotion lié à la fidélisation exploité par Aimia au Royaume-Uni.

« **Nectar Italia** » ou « **programme Nectar Italia** » Programme de promotion lié à la fidélisation exploité par Aimia en Italie.

« **notice annuelle** » La présente notice annuelle d'Aimia datée du 23 mars 2016 et ses annexes.

« **nouvelle entente avec la CIBC** » L'entente décennale relative à une carte de crédit financière, datée du 16 septembre 2013, conclue entre Aéroplan et la CIBC.

« **paiement à la CIBC** » Le paiement de 150,0 millions de dollars versé à la CIBC par Aimia le 27 décembre 2013 relativement à la vente d'environ la moitié du portefeuille de cartes Aéroplan à TD conformément au contrat d'achat d'actifs comme il est décrit à la rubrique « Points saillants financiers ».

« **partenaires commerciaux** » Les partenaires d'accumulation et les partenaires d'échange.

« **partenaires d'accumulation** » Les partenaires commerciaux qui achètent des services de promotion liés au programme de fidélisation, y compris les unités de fidélisation.

« **partenaires d'échange** » Les partenaires commerciaux qui offrent des primes-voyages, des remises sur achats ou d'autres primes aux membres sur échange d'unités de fidélisation.

« **parts** » Parts du Fonds de revenu Aéroplan.

« **personne** » Personne physique ou morale, société en commandite, société de personnes, société à responsabilité limitée, fiducie, coentreprise, association, fiduciaire, exécuteur testamentaire, liquidateur de succession, administrateur successoral, représentant successoral, gouvernement (y compris une entité gouvernementale) ou autre entité, dotée ou non de la personnalité morale.

« **points Nectar** » Points accumulés par les membres en vertu du programme Nectar.

« **premier appel public à l'épargne** » Le placement de 25 000 000 de parts émises et vendues par le Fonds de revenu Aéroplan en vertu de son prospectus daté du 22 juin 2005.

« **programme Aéroplan** » Programme de promotion lié à la fidélisation exploité par Aimia Canada, qui en est le propriétaire.

« **provision au titre de la migration des cartes** » La provision relative à la migration nette des comptes de carte de crédit de marque Aéroplan entre la CIBC et TD décrite à la rubrique « Points saillants financiers ».

« **RMMEL** » Rewards Management Middle East Free Zone LLC.

« **S&P** » Standard & Poor's Rating Services.

« **TCA** » Le Syndicat national de l'automobile, de l'aérospatiale, du transport et des autres travailleurs et travailleuses du Canada, section locale 2002.

« **TD** » La Banque Toronto-Dominion.

« **TSX** » La Bourse de Toronto.

« **TVA** » Taxe sur la valeur ajoutée.

« **unités de fidélisation** » Les milles, points ou autres unités de primes de fidélisation émis par les filiales d'Aimia en vertu des programmes dont ces filiales sont propriétaires-exploitantes.

« **vols AC** » Vols assurés par Air Canada et Air Canada Express, membre de son groupe, et certains autres transporteurs portant le code « AC ».

ANNEXE B

CHARTRE DU COMITÉ D'AUDIT, DES FINANCES ET DU RISQUE

1. Structure et compétences

Le comité d'audit, des finances et du risque (le « **comité** ») se compose d'au moins trois administrateurs, qui, de l'avis du conseil d'administration (le « **conseil** ») d'Amia Inc. (la « **Société** »), répondent tous aux critères d'indépendance, d'expérience et autres prévus par les lois, règles et règlements applicables. Les membres du comité ne doivent avoir aucun lien avec la direction, la Société et ses entités liées qui, de l'avis du conseil, risqueraient de compromettre leur indépendance. En outre, les membres du comité ne recevront de la Société, d'une partie qui lui est liée ou d'une de ses filiales aucune rémunération pour services de consultation, de conseil ou tous autres services, sauf à titre de membres du conseil, du comité ou d'autres comités du conseil. Les membres du comité posséderont les qualités, l'expérience et les compétences nécessaires à la bonne exécution de leurs fonctions au sein du comité. Plus précisément, tous les membres du conseil posséderont des « compétences financières ». Les membres du comité sont nommés par le conseil pour occuper leurs fonctions à compter de leur nomination jusqu'à la prochaine assemblée des actionnaires de la Société ou jusqu'à ce que leurs successeurs soient nommés. À moins qu'un président et un secrétaire ne soient nommés par le conseil, les membres du comité peuvent désigner un président et un secrétaire à la majorité des voix dans le cadre d'un vote tenu auprès de tous les membres du comité. Le conseil peut retirer, en tout temps et à sa discrétion, un membre du comité et accepter la démission d'un membre du comité. Les postes à pourvoir au sein du comité seront comblés par le conseil.

2. Procédure

- a) La majorité des membres du comité constitueront quorum. Les décisions du comité ou les recommandations qu'il formule seront adoptées à la majorité. Le président et les membres du comité seront nommés chaque année par le conseil.
- b) Le comité se réunit au moins une fois par trimestre sur convocation de son président.
- c) Une partie de chaque réunion des membres du comité se déroule à huis clos.
- d) Les membres peuvent assister aux réunions en personne ou y participer par téléphone ou par tout autre moyen qui permet à tous les participants de communiquer entre eux simultanément.
- e) Le comité établit sa propre procédure concernant la tenue et la convocation des réunions, sauf si le conseil en décide autrement.
- f) Les avis des réunions sont transmis par lettre, télécopie, courriel ou téléphone au plus tard 24 heures avant le moment choisi pour la réunion, sauf en cas de circonstances extraordinaires. Ces avis mentionnent la date, le lieu et l'heure de la réunion. Les membres peuvent renoncer à l'avis d'une réunion.
- g) Le procès-verbal des réunions du comité rend compte avec précision des débats importants et des décisions qui ont été prises. Il énonce toutes les recommandations que le comité entend présenter au conseil et est distribué aux membres du comité, avec copie au président du conseil et au chef de la direction du Groupe de la Société.
- h) Le comité, par l'intermédiaire de son président, fait rapport au conseil de toutes les procédures et délibérations du comité à la première réunion subséquente du conseil et à tout autre moment et de la façon qui sont exigés par le conseil ou selon ce que le comité, à sa discrétion, juge opportun.

3. **Objectifs**

a) Les objectifs du comité sont les suivants :

- i) Aider le conseil à s'acquitter de sa responsabilité de surveiller les éléments entrant dans les processus de communication de l'information financière et d'audit de la Société.
- ii) Veiller à la qualité, à la crédibilité et à l'objectivité de la communication de l'information financière de la Société; s'assurer de l'efficacité des systèmes de soutien des contrôles financiers et comptables internes; contrôler la responsabilité de la direction à cet égard.
- iii) Aider le conseil à contrôler l'indépendance, les compétences et la nomination de l'auditeur externe.
- iv) Surveiller le bon fonctionnement des systèmes de contrôle financiers et comptables internes; suivre le travail de l'auditeur interne et externe.
- v) Assurer des communications indépendantes entre le conseil, l'auditeur interne et l'auditeur externe.
- vi) Favoriser les discussions franches et en profondeur entre le comité, la direction et l'auditeur externe au sujet des questions importantes faisant appel à la subjectivité et ayant un effet sur la qualité des contrôles et de la communication des renseignements.
- vii) Surveiller la manière dont la direction repère et gère les risques importants et en discuter.

4. **Fonctions**

Pour atteindre ses objectifs, le comité assumera les tâches suivantes :

- a) Superviser et examiner la qualité et l'intégrité du processus de communication comptable et financière de la Société au moyen de discussions avec la direction, l'auditeur externe et l'auditeur interne. Pour ce faire, le comité examinera les états financiers annuels et trimestriels et les notes y afférentes ainsi que le rapport de gestion qui doivent être déposés auprès des organismes de réglementation et remis aux actionnaires de la Société ainsi que les états financiers et autres informations financières inclus dans les communiqués sur les résultats et les autres documents semblables. Dans le cadre de ses examens, le comité s'acquittera des tâches suivantes :
 - i) discuter avec la direction et l'auditeur externe et étudier le rapport que l'auditeur externe lui présente sur les questions touchant la mission de l'audit;
 - ii) discuter avec l'auditeur externe de son opinion quant au caractère acceptable et à la qualité des états financiers. Seront ainsi abordés, notamment, les politiques et pratiques de comptabilité clé employées par la direction pour préparer, traiter différemment et communiquer l'information financière conformément aux principes comptables généralement reconnus dont elle a tenu compte, les conséquences de ces politiques et pratiques, les modifications apportées aux politiques comptables importantes, la méthode employée pour comptabiliser des transactions inhabituelles importantes, l'effet des politiques comptables importantes dans des domaines controversés ou naissants, le degré de créativité ou de conservatisme, selon le cas, des politiques comptables adoptées par la Société, la méthode employée par la direction pour formuler des estimations comptables particulièrement importantes et le fondement des conclusions de l'auditeur externe quant au caractère raisonnable de ces estimations;
 - iii) examiner les rajustements importants découlant d'un audit;

- iv) examiner les désaccords avec la direction quant à l'application des politiques comptables et à la communication des états financiers;
 - v) examiner toutes les opérations hors bilan importantes et les autres relations avec des entités non consolidées susceptibles d'avoir un effet immédiat ou futur important sur la situation financière de la Société, notamment pour déterminer si elles doivent être communiquées ou non dans les états financiers trimestriels ou annuels;
 - vi) examiner les suggestions d'améliorations formulées par l'auditeur externe quant au fonctionnement et aux contrôles internes de la Société;
 - vii) examiner la nature et l'ampleur des erreurs non rajustées d'un montant non négligeable; et
 - viii) étudier et choisir les politiques comptables à adopter ou à modifier.
- b) Examiner, de concert avec la direction, l'auditeur interne et l'auditeur externe, les états financiers annuels ou trimestriels et les notes y afférentes, selon le cas, le rapport de gestion et les communiqués de presse sur les bénéfices de la Société et recommander au conseil d'administration d'en approuver la publication s'ils sont jugés satisfaisants.
 - c) Examiner, de concert avec la direction, l'auditeur externe et les conseillers juridiques, la procédure de la Société visant à garantir la conformité aux lois et aux règlements applicables; examiner de même les litiges, les réclamations ou les autres éventualités, notamment les cotisations fiscales, susceptibles d'avoir d'importantes répercussions sur la situation financière ou les résultats d'exploitation de la Société; étudier la communication ou l'effet de ces questions sur les résultats dans les états financiers trimestriels et annuels.
 - d) Se réunir avec l'auditeur externe pour examiner et approuver son plan d'audit, l'accent étant particulièrement mis sur les facteurs de risque qui pourraient entraîner une déclaration inexacte importante dans les états financiers, la portée et le calendrier d'audit, les hypothèses qui ont été formulées et les décisions qui ont été prises lors de l'élaboration du plan et la coordination du travail entre l'auditeur externe et le service d'audit interne.
 - e) Examiner et approuver l'estimation des honoraires et frais d'audit et des honoraires et frais liés à l'audit pour l'année en cours. Approuver au préalable tout supplément important sur le montant estimatif des honoraires d'audit et des honoraires liés à l'audit. Examiner et approuver les honoraires et frais d'audit et les honoraires et frais liés à l'audit pour l'année précédente. Seul le comité a l'autorité d'établir et de payer les honoraires de l'auditeur externe. La Société s'assurera que le comité dispose des fonds nécessaires pour rémunérer l'auditeur externe.
 - f) Examiner et approuver, avant le début du travail, la nature de tous les services non liés à l'audit, autorisés par la législation et la réglementation en valeurs mobilières, qui seront rendus par l'auditeur externe ou déléguer cette responsabilité à un membre du comité qui fera rapport au comité. Instaurer un processus à l'occasion de la prestation des services non liés à l'audit rendus par l'auditeur externe.
 - g) Étudier le rapport de l'auditeur externe, si le comité juge nécessaire d'en demander un, portant sur toutes les relations entre l'auditeur externe et les entités qui lui sont liées, d'une part, et la Société et les entités qui lui sont liées, d'autre part, notamment sur tout le travail accompli et les honoraires versés pour le travail non lié à l'audit, qui, de l'avis de l'auditeur externe, pourraient raisonnablement porter à croire qu'elles nuisent à son objectivité et à son indépendance, confirmant, le cas échéant, que l'auditeur externe se considère comme indépendant; discuter de ce rapport avec l'auditeur externe afin d'évaluer son objectivité et son indépendance.
 - h) Recevoir des rapports sur les discussions entre la direction et d'autres experts-comptables concernant les principes comptables à appliquer dans l'établissement des états financiers trimestriels ou annuels et les cas

de fraude ou d'actes illégaux dont la direction, le service d'audit interne ou l'auditeur externe prend connaissance. À cet égard, examiner de concert avec la direction la procédure de contrôle pertinente visant à prévenir de tels risques.

- i) Au moins une fois par année, se réunir en privé avec la direction pour évaluer le rendement de l'auditeur externe.
- j) Se réunir en privé avec l'auditeur externe à chaque réunion périodique du comité, pour connaître entre autres, toute restriction qu'on lui aurait imposée et les autres difficultés qu'il aurait rencontrées au cours de l'audit, notamment quant aux instructions sur la portée de son travail, l'accès aux renseignements demandés, la collaboration fournie par la direction durant l'exécution de son travail et son évaluation du personnel et des systèmes financiers, comptables et d'audit de la Société.
- k) Évaluer le rendement de l'auditeur externe; recommander au conseil soit de le remplacer au besoin, soit de voir à sa reconduction dans ses fonctions par les actionnaires de la Société.
- l) En ce qui a trait aux services fournis par le service d'audit interne, le comité :
 - i) examine et approuve annuellement le plan d'audit interne et la portée prévue du programme d'audit interne, ses objectifs et les ressources nécessaires pour atteindre ces objectifs;
 - ii) se réunit en privé avec le chef du service d'audit interne à chaque réunion périodique du comité, pour connaître, entre autres, les restrictions qu'on aurait imposées au service d'audit interne et les autres difficultés qu'il aurait rencontrées au cours de l'audit, notamment quant aux instructions sur la portée de son travail, l'accès aux renseignements demandés et la collaboration fournie par la direction durant l'exécution de son travail;
 - iii) examine et approuve périodiquement le mandat, le rapport hiérarchique et les ressources du service d'audit interne;
 - iv) examine l'objectivité, les qualifications, l'efficacité et l'expérience du personnel d'audit interne; il approuve la nomination, le congédiement ou le remplacement du chef du service d'audit interne;
 - v) examine périodiquement dans l'année les rapports du service d'audit interne qui décrivent les activités du service pour la période précédente; et
 - vi) examine la relation de travail entre le service d'audit interne et l'auditeur externe et aussi entre le service d'audit interne et la direction.
- m) Obtenir du service d'audit interne et de l'auditeur externe les conclusions importantes et les recommandations de contrôle interne communiquées durant la période examinée et la réponse de la direction à ces recommandations; examiner le suivi effectué par la direction et le service d'audit interne afin de vérifier si la direction a mis en place un système efficace de contrôle comptable interne.
- n) Examiner les questions d'actualité importantes en matière de comptabilité et de communication de l'information financière, notamment les prises de position des autorités professionnelles et réglementaires, et évaluer leur effet sur les états financiers de la Société.
- o) Examiner les politiques et la procédure régissant le dépôt, la conservation et le traitement des plaintes reçues par la Société de la part des employés, des actionnaires de la Société et autres parties intéressées concernant les questions comptables, l'information financière, les contrôles internes et l'audit interne ou externe. Le comité veille à la mise en place de contrôles suffisants pour garantir le dépôt anonyme et confidentiel des plaintes. Il informe les employés de la procédure prévue. Le comité veille à implanter un mécanisme faisant en sorte que toutes les plaintes aboutissent devant lui, indépendamment de leur importance.

- p) Examiner les politiques d’approbation des dépenses de la haute direction.
- q) Examiner le processus en vertu duquel le chef de la direction et le chef des affaires financières de la Société attestent périodiquement de la validité des informations financières; enquêter sur l’existence de toute lacune importante dans la conception ou le fonctionnement des contrôles internes qui risquerait d’avoir un effet défavorable sur la capacité à enregistrer, traiter, résumer et communiquer des informations financières; étudier toute modification importante des contrôles internes ou du contexte d’application des contrôles internes, notamment les corrections de lacunes et de faiblesses importantes.
- r) Examiner et approuver toutes les opérations avec une personne reliée au sens du *Règlement 61-101 sur les mesures de protection des porteurs minoritaires lors d’opérations particulières*, dans sa version éventuellement modifiée.
- s) Au besoin, se faire conseiller par des experts, notamment des conseillers juridiques et des comptables indépendants, et mener ou faire mener des enquêtes sur des questions qui relèvent de la responsabilité du comité, selon ce qu’il juge opportun. La Société s’assurera que le comité dispose des fonds nécessaires à l’exercice des activités susmentionnées.
- t) Présenter régulièrement au conseil un rapport sur ses activités et ses conclusions.
- u) Examiner la présente charte chaque année et recommander au conseil de les modifier au besoin.
- v) Évaluer annuellement l’efficacité avec laquelle il exerce ses responsabilités.
- w) Remplir toute autre fonction que lui délègue le conseil.
- x) Examiner le mécanisme de rotation de l’associé responsable de l’audit, de l’associé de référence et de tout autre associé de l’équipe de la mission d’audit.
- y) Établir des politiques concernant l’embauche d’anciens ou actuels associés et employés de l’ancien ou actuel auditeur externe.

5. **Autres responsabilités**

a) **Information publique**

- i) Le comité examine et approuve la politique d’information publique et les modifications y afférentes et voit à sa mise à jour par rapport aux faits nouveaux et aux pratiques exemplaires; et
- ii) si possible, la direction examinera, de concert avec le comité ou le président du comité, les projets de communiqués au sujet d’alertes sur résultats ou de résultats financiers qui, de l’avis de la direction, sont susceptibles d’avoir un effet important sur le cours des titres de la Société.

b) **Définition et gestion des risques**

Le comité fera de son mieux pour repérer tous les risques financiers importants ou autres risques, pouvant affecter les activités de la Société et de ses filiales, y compris les responsabilités éventuelles et les plans de secours se rapportant aux systèmes de technologie de l’information, et présentera des recommandations à cet égard au conseil. Le comité discutera avec la direction, le service d’audit interne et l’auditeur externe de toutes les expositions importantes à des risques financiers et des mesures prises par la direction pour surveiller et contrôler ces expositions, en particulier en ce qui a trait aux produits dérivés, à l’exposition aux devises, aux opérations de couverture et aux assurances. Le comité est autorisé à retenir les services d’experts et de consultants pour l’aider à remplir cette tâche. Il sera loisible au comité, dans l’exécution de cette fonction, de se pencher sur les risques aux bénéfiques et aux coûts de la Société et de ses filiales, notamment les tractations malhonnêtes, susceptibles d’entraîner la perte ou la dévalorisation de la réputation de l’entreprise.

c) **Politiques d'autorisation**

Le comité doit :

- i) examiner et approuver périodiquement les politiques relatives au contrôle financier, à la conduite, à la réglementation et à l'administration de la Société et de ses filiales;
- ii) examiner périodiquement les résolutions administratives ayant trait à l'établissement de procédures relatives aux autorisations d'engagement et d'opération, à la nomination des membres de la direction ou des autres personnes autorisées à signer des actes ou des documents et à la manière de procéder à cette signature; et
- iii) examiner, superviser et approuver toute autre politique de dépenses qui aurait un effet sur la situation financière ou la réputation de la Société et de ses filiales.

d) **Régimes de retraite**

Le comité doit :

- i) examiner chaque année le traitement comptable des régimes de retraite de la Société;
- ii) passer en revue et recommander à des fins d'approbation par le conseil les changements à apporter à la capitalisation du régime de retraite;
- iii) passer en revue et approuver la stratégie d'investissement des actifs pour les régimes de retraite de la Société; et
- iv) passer en revue chaque année les rapports sur le rendement, la capitalisation et d'autres aspects pertinents relativement aux régimes de retraite de la Société.

6. **Responsabilités**

Aucune disposition du présent mandat n'a pour effet de charger le comité du conseil de la responsabilité de s'assurer que la Société se conforme aux lois ou aux règlements applicables, ni n'a pour effet d'élargir la responsabilité des membres du comité ou du conseil prévue par la loi ou les règlements. Même si le comité a un mandat précis et que ses membres ont une expérience et une expertise financière, il n'est pas du ressort du comité de planifier ou d'exécuter des audits ni de se prononcer sur l'exhaustivité et l'exactitude des états financiers de la Société ou sur leur conformité avec les principes comptables généralement reconnus. Ces questions relèvent de la direction, de l'auditeur interne et de l'auditeur externe.

Les membres du comité sont autorisés à se fier, à défaut d'avoir connaissance du contraire, i) à l'intégrité des personnes et des organismes qui leur donnent des renseignements, ii) à l'exactitude et à l'exhaustivité des renseignements fournis et iii) aux déclarations faites par la direction quant aux services non liés à l'audit rendus par l'auditeur externe.