AIR CANADA

Communiqués

Groupe Aeroplan se porte acquéreur de Carlson Marketing

De cette union va naître le plus grand fournisseur mondial de services de gestion de la fidélisation

MONTRÉAL et MINNEAPOLIS, MN, le 3 nov. /CNW/ - Groupe Aeroplan Inc. (TSX: AER), un chef de file international de la gestion de la fidélisation dont le siège est situé au Canada, a annoncé aujourd'hui la conclusion d'une entente avec Carlson Companies, Inc. (CCI) en vue d'acquérir Carlson Marketing, un fournisseur américain privé de services de commercialisation de la fidélisation, pour un prix d'achat net de 175,3 M$ US (188,0 M$ CA), y compris les coûts de transaction de 6,5 M$ US (7,0 M$ CA) et sous réserve de certains ajustements de fonds de roulement. En outre, Groupe Aeroplan s'attend à engager des coûts non récurrents d'environ 15 M$ US (16,0 M$ CA), essentiellement au titre de la migration, hors des systèmes de CCI, de l'infrastructure technologique aux États-Unis. L'acquisition est soumise aux conditions de clôture habituelles et aux approbations antitrust standards aux États-Unis et au Canada. L'opération, qui devrait être conclue d'ici le début du mois de décembre 2009, sera financée au moyen des fonds en caisse et de facilités bancaires.

La solide plateforme dont Carlson Marketing dispose aux États-Unis assure à Groupe Aeroplan une présence de taille dans le plus important marché de consommation au monde. En outre, l'opération apporte à Groupe Aeroplan une diversification géographique immédiate et accélère sa stratégie d'expansion internationale dans les pays du G20.

Largement reconnue pour ses vastes connaissances mondiales avant-gardistes des services de commercialisation de la fidélisation ainsi que de la participation et de la gestion d'événements, Carlson Marketing entretient des relations étroites avec ses clients, au nombre desquels figurent certaines des marques les plus respectées au monde dans des secteurs importants comme les services financiers, l'automobile, les produits de consommation et le milieu pharmaceutique. Entreprise véritablement mondiale, Carlson Marketing est présente en Amérique du Nord, en Europe, en Asie-Pacifique et au Moyen-Orient; au cours des 18 derniers mois, elle s'est préparée avec succès à prendre de l'expansion.

"Il s'agit d'un ajout logique qui nous permettra de diversifier notre modèle de gestion de façon à inclure un plus grand éventail de services dans la sphère de la gestion de la fidélisation aux États-Unis et ailleurs dans le monde, a déclaré Rupert Duchesne, président et chef de la direction de Groupe Aeroplan. L'acquisition d'un chef de file reconnu dans ce secteur est le moyen le plus rentable et le plus opportun d'élargir notre gamme de services de fidélisation. Carlson Marketing est largement reconnue pour sa façon innovatrice d'aborder le comportement des consommateurs, les primes et l'analyse de données, des aspects fondamentaux pour la croissance future dans le secteur mondial de la fidélisation."

Les entreprises de Groupe Aeroplan et de Carlson Marketing continueront d'être exploitées d'une façon distincte et indépendante. La haute direction chevronnée et respectée de Carlson Marketing, qui est encadrée par le président et chef de la direction, Jeff Balagna, restera en place. Les deux entités, qui possèdent chacune une solide équipe de direction et des effectifs fort compétents, vont tirer parti du capital intellectuel de la société dans son ensemble.

"Cette opération est une bonne nouvelle pour les employés et les clients de Carlson Marketing et une occasion formidable pour Groupe Aeroplan, estime Hubert Joly, président et chef de la direction de Carlson Marketing. Elle libère aussi des ressources que Carlson Marketing peut déployer afin d'accélérer la croissance de ses activités dans les secteurs de l'hôtellerie, de la restauration et du voyage, maintenant qu'il existe des débouchés très intéressants dans ces marchés."

"Nous nous réjouissons d'unir nos forces à celles de Groupe Aeroplan et d'accroître considérablement l'envergure des services de commercialisation de la fidélisation, de gestion de programmes, de même que de participation et d'événements que nous proposons à nos clients, au personnel d'entreprises et aux canaux de distribution, a expliqué Jeff Balagna. Ensemble, nous formerons le plus grand fournisseur mondial de services de gestion de la fidélisation et offrirons un réseau de services de commercialisation liés à la fidélisation nettement plus vaste."

"C'est une acquisition logique qui aura une incidence immédiate sur le bénéfice net ajusté et les flux de trésorerie disponibles par action, car Carlson Marketing devrait générer des flux de trésorerie disponibles positifs, estime David Adams, chef des Affaires financières de Groupe Aeroplan. En plus de diversifier considérablement nos sources de revenus, elle donnera lieu à une hausse d'environ 45 pour cent de notre chiffre d'affaires consolidé, qui s'établira à plus de 2 G$ CA. Après mûre réflexion, nous avons jugé que cette opération est une façon particulièrement judicieuse d'utiliser nos capitaux, même en excluant les synergies potentielles et en tenant compte des coûts de transition non récurrents associés principalement à la technologie et aux infrastructures."

La Société va déployer une équipe, soutenue par des conseillers externes, qui aura pour tâche de relever toutes les formes de synergie et de déterminer les possibilités de collaboration appelées à être mises en place d'ici 12 mois.

Points saillants de l'opération

- Le prix d'achat net est de 175,3 M$ US (188,0 M$ CA), compte tenu des coûts de transaction de 6,5 M$ US (7,0 M$ CA) et sous réserve de certains ajustements de fonds de roulement.
- L'opération sera financée au moyen des fonds en caisse et d'emprunts au titre de facilités bancaires.
- L'opération aura une incidence immédiate sur le bénéfice ajusté et les flux de trésorerie disponibles par action (compte tenu des coûts de transition et exclusion faite des synergies).
- Carlson Marketing devrait générer des flux de trésorerie disponibles positifs et rapporter plus de 600 M$ CA en honoraires de commercialisation et des marges de BAIIA prévues de six à huit pour cent en 2010.
- Les équipes de direction vont rester en place et il n'est pas prévu de procéder à des réductions ou à des mutations d'employés.

Dans le cadre de cette transaction, Deutsche Bank Securities Inc. et RBC Marchés des Capitaux ont agi comme conseillers financiers auprès de Groupe Aeroplan et Petsky Prunier Securities a été le conseiller financier de Carlson Companies, Inc.

Téléconférence à l'intention des analystes

Groupe Aeroplan et Carlson Marketing vont tenir une téléconférence à l'intention des analystes le 3 novembre 2009 à 10 h 30 HE. Il sera possible d'y accéder en composant le 1-416-644-3414 ou le /1-877-974-0447 (sans frais). La Webdiffusion sera accessible à l'adresse

http://www.cnw.ca/fr/webcast/viewEvent.cgi?eventID=2876500.

À propos de Groupe Aeroplan

Groupe Aeroplan Inc. est un chef de file international de la gestion de la fidélisation. Groupe Aeroplan est propriétaire d'Aéroplan, programme de fidélisation par excellence du Canada, et de Nectar, le plus important programme de fidélisation coalisé du Royaume-Uni. Dans la région du Golfe, Groupe Aeroplan détient une participation de 60 pour cent dans Rewards Management Middle East, exploitant des programmes Air Miles aux Émirats arabes unis, auQatar et à Bahreïn. Groupe Aeroplan exploite également LMG Insight & Communication, une société d'analyse des connaissances et des données sur la clientèle offrant des services mondiaux aux détaillants et à leurs fournisseurs. Pour obtenir plus de renseignements sur Groupe Aeroplan, visitez le www.groupeaeroplan.com.

À propos de Carlson Companies, Inc.

Carlson est une entreprise spécialisée dans l'hôtellerie, la restauration et les voyages, qui a son siège à Minneapolis, au Minnesota. Les marques et les services de Carlson comprennent les hôtels Regent Hotels & Resorts(R), Radisson Hotels & Resorts(R), Park Plaza Hotels & Resorts, Country Inns & Suites By Carlson et Park Inn(R), les restaurants T.G.I. Friday's(R) et Pick Up Stix(R), et Carlson Wagonlit Travel(R). Les marques et les services de Carlson emploient quelque 150 000 personnes dans plus de 150 pays. Pour en savoir davantage sur Carlson, visitez le www.carlson.com.

À propos de Carlson Marketing

Carlson Marketing est le chef de file mondial spécialisé dans l'établissement de relations. L'entreprise conçoit et met en œuvre des programmes axés sur la fidélisation, la participation et les événements pour certaines des plus grandes marques au monde. Les deux activités mondiales de Carlson Marketing - fidélisation envers la marque, et participation et événements - sont appuyées par six fonctions essentielles : planification des stratégies et de la marque; création et communications; sciences décisionnelles; services de primes; et services technologiques et service à la clientèle. Carlson Marketing, dont le siège se trouve à Minneapolis, au Minnesota, a des bureaux régionaux àToronto, à Londres et à Sydney. Pour en savoir davantage sur Carlson Marketing, visiter le www.carlsonmarketing.com.

Mise en garde concernant les énoncés prospectifs

Ce communiqué contient des énoncés prospectifs. Ces énoncés peuvent notamment comprendre des commentaires sur les stratégies, les attentes, les activités prévues, les mesures futures, le rendement financier prévu et les perspectives d'affaires de Groupe Aeroplan et de Carlson Marketing. De par leur nature, les énoncés prospectifs partent d'hypothèses et sont soumis à d'importants risques et incertitudes. Les prévisions, les prédictions ou les énoncés prospectifs ne sont pas fiables en raison notamment de la nature évolutive des événements externes et des incertitudes auxquelles les activités et la structure de l'entreprise sont soumises en général. La réalité pourra se révéler très différente des résultats exprimés dans les énoncés

prospectifs pour de nombreuses raisons, entre autres les risques liés aux activités et au secteur, les problèmes de liquidité d'Air Canada, la dépendance envers les quatre principaux partenaires commerciaux qui achètent des services de commercialisation liés à la fidélisation, notamment des milles d'Aéroplan, les perturbations affectant Air Canada ou le secteur du voyage, des changements dans l'industrie du transport aérien et une hausse des frais aériens, la réduction du taux d'activité, d'utilisation et d'accumulation des milles Aéroplan, un ralentissement de l'économie ou du marché de détail, un nombre plus élevé que prévu d'échanges contre des primes, la concurrence, les coûts d'approvisionnement et de capacité, les frais d'échange futurs non provisionnés, l'omission de protéger les bases de données et les renseignements personnels des consommateurs, les lois sur la protection des renseignements personnels des consommateurs, les modifications apportées aux programmes Aéroplan et Nectar, le caractère saisonnier des activités, d'autres facteurs et le rendement antérieur, les questions de réglementation, l'appel lié à la TVA, la dépendance envers le personnel clé, les relations de travail et le passif au titre du régime de retraite, les pannes technologiques et l'incapacité d'utiliser les logiciels de tiers, l'omission de protéger les droits de propriété intellectuelle, les fluctuations des taux d'intérêt et des devises, les restrictions et engagements relatifs au niveau d'endettement stipulés dans les emprunts actuels et futurs, la dilution pour les actionnaires de la Société, l'incertitude relative aux paiements des dividendes, le risque de refinancement de la dette, la gestion de la croissance de même que les autres facteurs précisés dans le rapport de gestion déposé auprès des autorités canadiennes de réglementation des valeurs mobilières. Des facteurs et des hypothèses significatifs ayant servi à tirer une conclusion ou à faire une projection ou une prévision sont également présentés un peu partout dans le présent document. Nous croyons que les attentes reflétées dans nos énoncés prospectifs sont raisonnables, mais rien ne garantit que ces attentes se révéleront exactes. Les énoncés prospectifs visent à donner au lecteur une description des attentes de la direction en ce qui concerne les questions décrites dans le présent communiqué de presse, et ils peuvent ne pas être appropriés pour d'autres fins. Les énoncés prospectifs contenus dans les présentes témoignent des attentes de la Société en date du 3 novembre 2009, et ils pourraient changer après cette date. Toutefois, la Société 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.

%SEDAR: 00027127EF 5229

Pour plus de renseignements: Renseignements: - Médias: Groupe Aeroplan: Michèle Meier, (514) 205-7028, michele.meier@aeroplan.com; JoAnne Hayes, (416) 352-3706, joanne.hayes@aeroplan.com; Carlson Marketing: Mike Kust, (763) 212-1797, mkust@carlson.com; Carlson Companies, Inc.: Sam Macalus, (763) 212-2477, smacalus@carlson.com; Renseignements - Investisseurs: Groupe Aeroplan: Trish Moran, (416) 352-3728, trish.moran@aeroplan.com

---

MEMBRE DU RÉSEAU STAR ALLIANCE