

RAPPORT SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE 2010



Joindre le geste à la parole

Ce document reprend tout le contenu du rapport sur le développement durable disponible en version internet à www.transcontinental-ecodev.com

Mise en garde

L'information publiée dans le présent rapport peut contenir des déclarations prospectives qui comportent des incertitudes intrinsèques, et les résultats réels pourraient différer des hypothèses, estimations et attentes exprimées dans ces déclarations prospectives. Le futur rendement réel sera influencé par un certain nombre de facteurs échappant au contrôle de la Société. Les risques, les incertitudes, les hypothèses et les autres facteurs qui pourraient influencer les résultats sont décrits dans le Rapport de gestion annuel et la Notice annuelle qui sont disponibles sur le site web de Transcontinental.

Table des matières

Bulletin	4
Mot du président	6
Notre équipe	7
Notre entreprise	8
Réseau d'usines d'impression	10
Quelques-unes de nos marques	11
Approche des services de marketing interactif	12
Présence dans le marché	13
Notre engagement en matière de développement durable	14
Objectifs et cibles	16
Notre parcours en matière de développement durable	18
Engagement des parties prenantes	19
Méthodologie du rapport	24
Prix et reconnaissances	28
La responsabilité sociale à l'œuvre	31
Les gens	36
Accidents et incidents	37
Mieux-être des employés	39
Formation et développement des employés	40
Cohésion de la communauté	42
Conditions de travail	43
Responsabilité relative aux produits	44
Environnement	46
Achat de papier	47
Gestion environnementale des installations	50
Réduire les COV	52

Gaz à effet de serre	54
Rejets d'eaux usées	56
Substances contrôlées	57
Gestion des déchets	58
Énergie	60
Encres	62
Eau	64
Biodiversité	65
Transport	66
Empreinte écologique	67
La prospérité	68
Maintenir une solide situation financière	69
Gouvernance	71
Améliorer l'efficience	74
Investir dans l'innovation	76
Valeur économique	77
Tableau de concordance de la GRI	79

Bulletin

Tous les montants sont en dollars canadiens, et le terme « dollar », tout comme les symboles « \$ » et « \$ CA », désignent des dollars canadiens, à moins d'indication contraire.

Certains chiffres de 2009 ont été retraités sur une base différente pour qu'ils puissent être comparés avec ceux de 2010. D'autres ont été retraités dans la mesure où nous disposions de nouvelles informations.

	2010	2009	Variation	
Les gens			 	
Nombre d'employés :	10,581	12,215		13%
Canada	9,450	9,667		2%
États-Unis	336	1,658		80%
Mexique	795	890		11%
Salaires et avantages sociaux des employés (en millions)	666,8 \$	699,8 \$		5%
Obligation au titre des prestations constituées (en millions)	394,7 \$	343,2 \$		15%
Pourcentage d'employés représentés par des comités officiels de santé et de sécurité composés de membres de la direction et de travailleurs	100%	100%		
Pourcentage d'employés couverts par des conventions collectives	20,4%	21,7%		6%
Pourcentage d'employés couverts par des régimes de retraite	76%	58%		31%
Développement du talent				
Investissement dans la formation des employés (à l'exclusion des salaires et du coût des fournitures) (en millions)	2,88 \$	3,00 \$		4%
Postes de direction pourvus à la suite de promotions accordées à l'interne	85%	Donnée non publiée		
Pourcentage des dirigeants qui bénéficient d'évaluations régulières de leur rendement et du perfectionnement de leur carrière	100%	Donnée non publiée		
Ratio de jours de travail perdus par accident :				
Taux de fréquence (voir formule dans la section Les gens)	0,98	1,08		9%
Taux de gravité (voir formule dans la section Les gens)	32,01	44,58		28%
L'environnement				
Immeubles - possédés	4 144 631 pi² ou 50 propriétés	4 350 314 pi² ou 55 propriétés		5%
Immeubles - loués	2 234 299 pi² ou 127 immeubles	3 334 109 pi² or 131 immeubles		33%

Matières premières				
Papier acheté (à l'exclusion du papier fourni par les clients)	548,000 tonnes	503,000 tonnes	↑	9%
Encre achetée	15,800 tonnes	Donnée non publiée		
Consommation d'énergie				
Énergie tirée de combustibles fossiles (gaz naturelle, propane et diesel)	267,200 MWh	282,400 MWh	↓	5%
Énergie tirée de l'électricité achetée	301,500 MWh	319,500 MWh	↓	6%
Pourcentage d'énergie renouvelable	29.2%	28.7%	↑	2%
Émissions				
Gaz à effet de serre (GES) – Portées 1 et 2 des activités d'impression	132,100 tonnes	145,100 tonnes	↓	9%
Composés organiques volatils (COV)	766 tonnes	826 tonnes	↓	7%
Recyclage				
Contributions en espèces et en nature à des programmes publics de recyclage (en Ontario et au Québec)	474,000 \$	487,000 \$	↓	3%
Récupération des journaux Métro dans le métro de Montréal	851 tonnes	720 tonnes	↑	18%
Récupération des déchets provenant des installations (papier, plaques d'impression, carton, plastique, etc.)	94,800 tonnes	93,600 tonnes	↑	1%
Système de gestion				
Déversements importants	0	0		-%
Amendes pour dégâts causés à l'environnement ou non-conformité	0 \$	0 \$		-%
La prospérité				
Revenus (en millions)	2,091.6 \$	2,169.8 \$	↓	4%
Coûts d'exploitation (comprenant les frais de vente, les frais généraux et administratifs et excluant les indemnités de départ, les salaires et les avantages sociaux) (en millions)	1,042.8 \$	1,131.1 \$	↓	8%
Revenus obtenus de nouvelles sources (en millions)	183.0 \$	170.3 \$	↑	7%
Rendement du capital investi (RCI)	8.0%	6.9%	↑	16%
Paievements versés aux bailleurs de fonds				
Dividendes sur actions participantes (en millions)	28.3 \$	25.8 \$	↑	10%
Dividendes sur actions privilégiées (en millions)	7.0 \$	\$ -		-%
Intérêts payés (en millions)	39.2 \$	38.8 \$	↑	1%
Impôts payés (en millions)	33.4 \$	43.8 \$	↓	24%
Bénéfice d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (BAIIA) (en millions)	382.0 \$	338.9 \$	↑	13%
Ratio de l'endettement net sur le BAIIA	1.82	2.59	↓	30%
Investissements dans la communauté (dons, commandites, biens et services) (en millions)	5.8 \$	5.7 \$	↑	2%

Mot du président et chef de la direction

Joindre le geste à la parole

Dans notre premier rapport sur le développement durable, en 2009, nous avons clairement indiqué que Transcontinental croit en l'importance de rendre compte de sa performance environnementale, sociale et économique. Nous avons également confirmé que notre engagement en matière de développement durable allait nous amener à joindre le geste à la parole.

Cette première prise de position publique a marqué pour nous une nouvelle étape. Il s'agissait non seulement de souligner les efforts que notre Société a faits au fil des ans pour réduire son empreinte écologique et pour contribuer au mieux-être des communautés où elle est établie, mais aussi de lancer un appel à l'action à l'échelle de notre entreprise. Nous avons reconnu que nous avons beaucoup de chemin à parcourir pour nous fixer des objectifs et des cibles, et nous avons immédiatement commencé à travailler en ce sens.

L'an dernier, nos principales parties prenantes nous ont dit que nous devons joindre le geste à la parole pour tenir notre engagement en matière de développement durable et, en 2010, c'est ce que nous avons fait grâce à leurs contributions. En consultant les employés, les clients, les fournisseurs, les investisseurs, les groupes écologistes et les organisations de l'industrie, nous nous sommes assurés que notre rapport sur le développement durable allait répondre à leurs attentes et que nos objectifs en cette matière allaient mieux correspondre à leurs préoccupations.

C'est avec grand plaisir que, dans ce deuxième rapport annuel sur le développement durable, je vous annonce qu'une liste détaillée d'objectifs et de cibles a été élaborée. À l'avenir, les rapports permettront de suivre notre progression par rapport à ces points de repère. Ce type de transparence nous poussera, à l'interne, à améliorer notre performance, et il permettra à nos parties prenantes de mesurer nos progrès.

J'aimerais sincèrement remercier à la fois notre comité directeur du développement durable, pour l'énorme travail qu'il a accompli au cours de la dernière année, et nos parties prenantes, qui nous ont fait savoir comment nous pouvons améliorer notre rapport publié annuellement et la façon dont nous établissons nos objectifs. Nous vous en sommes reconnaissants et nous ferons honneur à vos contributions par nos actions.

Nous aurons sûrement de nombreux défis à relever pour continuer de progresser dans la voie que nous avons choisie, car nous évoluons dans un secteur d'activité qui se transforme rapidement en cette période d'incertitude économique mondiale. En 2010, nous avons parfois dû prendre des décisions difficiles, mais nécessaires pour assurer la réussite de la Société à long terme. Pour ce qui est de l'avenir, je demeure convaincu que, en respectant sur une base quotidienne notre engagement en matière de développement durable, nous continuerons de créer de la valeur pour nos actionnaires, nos employés et nos clients, et que nous ferons une différence positive dans les communautés où nous sommes actifs.



François Olivier

Président et chef de la direction

Transcontinental inc.



Profil de François Olivier

Notre équipe

Membres

Jean Denault, coprésident
Jennifer F. McCaughey, coprésidente
Michel Bazinet
Sylvain Bédard
François Blondin
Karyne Bouchard
Denis Hénault
Gabriella Kovacs
Charles L'Écuyer
Brigitte Lépine
Donald Simard
Haig Poutchigian
Julia Wojciechowska

Stephanie Hamilton, ÉEM inc.
Stuart Lister, ÉEM inc.

Publications connexes

[Faits saillants du développement durable 2010](#)

[Rapport annuel 2010](#)

[Rapport sur le développement durable 2009](#)



Jennifer F. McCaughey, CFA

Directrice principale aux relations avec les investisseurs et aux communications financières



Jean Denault

Vice-président à l'approvisionnement et aux technologies

Nous sommes les coprésidents du comité directeur du développement durable de Transcontinental. Nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires et opinions sur ce rapport et sur nos nouveaux objectifs et nos nouvelles cibles en matière de développement durable. Nous voulons vous entendre. Nous donnerons suite à vos commentaires et opinions, et vous informerons des résultats concrets auxquels ils auront donné lieu. Merci de contribuer à notre parcours en matière de développement durable. Votre contribution nous aide à prendre des décisions qui assureront le succès à long terme de la Société.

Pour nous joindre : ecodev@transcontinental.ca



Comité directeur du développement durable

De gauche à droite : Karyne Bouchard, Charles L'Écuyer, Stephanie Hamilton, François Blondin, Julia Wojciechowska, Michel Bazinet, Sylvain Bédard, Denis Hénault, Jean Denault, Donald Simard, Stuart Lister, Jennifer F. McCaughey. Étaient absents lors de la séance photo : Gabriella Kovacs, Brigitte Lépine et Haig Poutchigian.

Notre entreprise

IMPRESSION	MÉDIAS	INTERACTIF
		
<ul style="list-style-type: none">• Revenus: 1,443 M\$• Revenus: 66% des revenus consolidés	<ul style="list-style-type: none">• Revenus: 608 M\$• Revenus: 28% des revenus consolidés	<ul style="list-style-type: none">• Revenus: 123 M\$• Revenus: 6% des revenus consolidés

Profil d'entreprise

- Transcontinental crée des produits et services marketing permettant aux entreprises d'attirer, de joindre et de fidéliser leur public cible.
- La Société est le premier imprimeur au Canada et au Mexique et le quatrième en Amérique du Nord.
- Elle est aussi l'une des plus importantes entreprises de médias au Canada, en tant que premier éditeur de magazines destinés aux consommateurs et d'ouvrages pédagogiques en français, et le plus important éditeur de journaux locaux au Québec et dans les provinces de l'Atlantique. Sa plateforme numérique diffuse également un contenu unique, par l'entremise de plus de 250 sites Internet.
- Transcontinental offre aussi des services et des produits marketing interactifs utilisant de nouvelles plateformes de communication et s'appuyant sur des services de stratégie et planification marketing, d'analyse de bases de données, de prémédia, de circulaires électroniques, de marketing par courriel, de communications sur mesure et de solutions mobiles.
- Transcontinental (TSX : TCL.A, TCL.B, TCL.PR.D) compte 10 500 employés au Canada, aux États-Unis et au Mexique, et ses revenus ont été de 2,1 milliards de dollars canadiens en 2010. Pour obtenir de plus amples renseignements sur la Société, visitez le www.transcontinental.com.
- Le siège social de Transcontinental est établi à Montréal, au Québec.

Stratégie

À la lumière des changements rapides dans nos industries, nous poursuivons notre transformation de manière à guider nos clients dans leurs processus d'activation marketing par l'entremise de nos produits et services, tant traditionnels qu'interactifs et numériques. Nous croyons que nous pouvons y parvenir grâce à une approche à deux volets : 1) utiliser nos activités existantes comme levier et 2) développer de nouvelles avenues dans le domaine des solutions marketing interactives ainsi que numériques. Par conséquent, en plus d'exploiter nos activités existantes de façon encore plus efficiente, nous accélérerons le développement de ces avenues novatrices axées sur les nouvelles plateformes numériques. Aussi, Transcontinental passe graduellement d'une offre plus globale à une offre innovatrice, différenciée par client, puisant dans l'ensemble de ses produits et services sur support papier ainsi que numérique. Transcontinental est d'ailleurs un des seuls imprimeurs au Canada à présenter une offre intégrée de produits imprimés et de nouveaux outils publicitaires personnalisés et interactifs demandés par les clients, en particulier les détaillants. De cette façon, nous croyons pouvoir maximiser notre potentiel de croissance à moyen et à long termes. Pour obtenir de plus amples renseignements sur la stratégie de la Société, visitez le www.transcontinental.com.

Réseau d'usines d'impression



Quelques-unes de nos marques



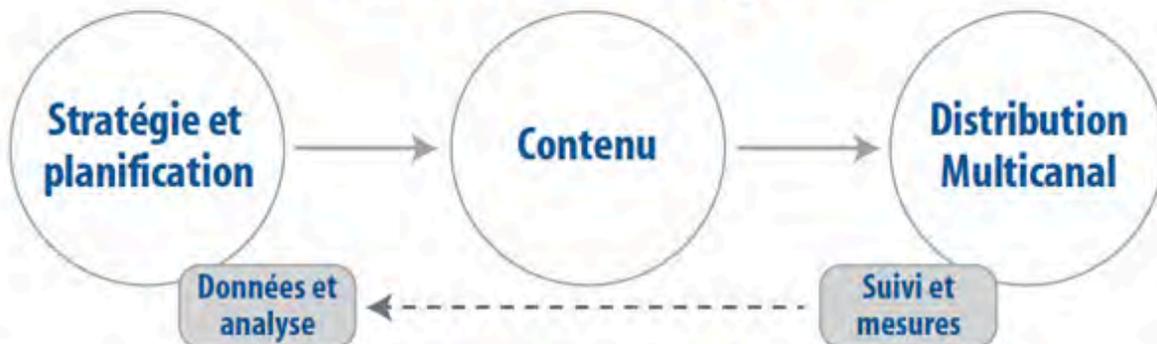
Autres portails internet :

Livres.transcontinental.ca,

Leshebds.com, Thehockeynews.com, Publisac.ca,
 Dealstreet.ca, Weblocal.ca, Merkado.ca, Recettes.qc.ca,
 Recipefeast.com, Voirvert.ca, Quebecvert.com, etc.

Approche des services de marketing interactif

Une offre intégrée



Technologie

- Stratégie d'acquisition, de rétention et de conversion de la clientèle
- Connaissance approfondie du client par une analyse poussée des données
- Programmes de marketing intégrés
- Planification des mesures de performances

- Création de contenus : visuel, promotionnel et de marque
- Adaptation de contenu pour canaux multiples
- Services de gestion de contenu

- Marketing par courriel
- Marketing en ligne
- Marketing de réseaux sociaux
- Marketing mobile
- Marketing par promotion digitale
- Impression numérique personnalisée
- Suivis, rapports et analyse des résultats

Présence dans le marché

Secteurs

Impression			Médias			Interactif		
	2010 Revenus 1,443 M\$	Part des revenus consolidés 66%		2010 Revenus 608 M\$	Part des revenus consolidés 28%		2010 Revenus 123 M\$	Part des revenus consolidés 6%
Groupe du détail	424	19%	Groupe des solutions aux communautés locales	350	16%	Division du prémédia	39	2%
Groupe des magazines, des livres et des catalogues	419	19%	Groupe des solutions d'affaires et aux consommateurs	162	7%	Division des solutions d'impression numérique	34	2%
Groupe des journaux	274	13%	Groupe d'édition de livres pédagogiques	59	3%	Division des communications sur mesure	29	1%
Groupe des produits marketing	262	12%	Groupe des nouveaux médias et des solutions numériques	37	2%	Division des solutions marketing personnalisé	16	1%
Groupe du Mexique	64	3%				Division des promotions numériques	4	0%
						Division des solutions mobiles	1	0%

Note : Ce tableau exclut les activités intersectorielles et autres activités, qui représentaient (82 M\$) en 2010.

Notre engagement en matière de développement durable

Transcontinental s'engage dans une dynamique continue de développement durable en intégrant les préoccupations sociales, financières et environnementales à ses activités quotidiennes et à sa planification à long terme.



Transcontinental est une entreprise respectueuse et intègre qui fait une différence positive dans la société. En mettant l'accent sur le développement durable, elle pourra évoluer et devenir une entreprise qui, dans l'évaluation de sa performance, accorde aux facteurs sociaux et environnementaux la même importance qu'aux facteurs financiers.

Les valeurs fondamentales qui ont permis à la Société de connaître du succès au fil des ans – créativité et innovation, entrepreneurship, jugement et discipline, leadership, professionnalisme et intégrité, et respect des autres — continueront de nous guider dans la voie du développement durable.

Thèmes clés du succès

Mobilisation et responsabilisation : Le processus de développement durable doit être mené par les employés à tous les niveaux de l'entreprise, ce qui inclut nécessairement l'apport, dans une mesure appropriée, des actionnaires, des fournisseurs, des clients, des voisins de nos installations ainsi que des partenaires de la société civile, notamment.

Gestes 2010 : Notre comité directeur du développement durable est composé d'employés issus de tous les secteurs de Transcontinental, qui représentent un vaste éventail de points de vue professionnels et de niveaux d'ancienneté. Il a poursuivi son travail pour faire connaître les enjeux du développement durable, pour améliorer les capacités de la Société de produire des comptes rendus dans ce domaine et pour établir des objectifs et des cibles de développement durable. Ce travail a été validé par des parties prenantes clés.

Solutions / Innovation : Le fait de soutenir et de récompenser l'innovation est un élément clé de la stratégie d'attraction et de fidélisation des talents de Transcontinental, tout en étant au cœur de sa capacité à mettre en marché des produits de qualité adaptés à la demande.

Actions concrètes et tangibles : L'utilisation de cibles, d'échéanciers et d'indicateurs de rendement clés sera nécessaire pour fixer des objectifs concrets et significatifs ainsi que pour mesurer les progrès réalisés pour les atteindre.

Partage et communication : La communication des défis et des progrès à chaque étape du parcours est décisive pour maintenir l'engagement des employés à l'égard des initiatives de développement durable et pour tenir les actionnaires et les parties prenantes externes bien informés. Les commentaires et opinions des parties prenantes sont d'une importance cruciale en matière de développement durable.

Gestes 2010 : Notre secteur de l'interactif a continué à développer son offre de nouveaux services de communication marketing en faisant l'acquisition de LIPSO et de Vortex Mobile, des chefs de file en matière de fourniture de solutions mobiles intégrées. Notre secteur des médias a continué de déployer sa stratégie numérique pour les communautés locales en lançant le site de pré-magasinage dealstreet.ca, en réorganisant son pendant de langue française, publisac.ca, et en présentant aux annonceurs un outil de gestion de la réputation en ligne.

Gestes 2010 : En 2010, des objectifs et des cibles de développement durable ont été établis. La Société est maintenant en mesure de suivre les progrès réalisés par rapport aux objectifs et aux cibles de performance dans le cadre du processus de production de son rapport publié annuellement.

Gestes 2010 : En 2010, nous avons continué de sensibiliser nos clients qui achètent du papier aux enjeux du développement durable. Au début de 2011, nous avons publié notre deuxième rapport sur le développement durable (le présent document) en format web ainsi que le feuillet présentant les faits saillants, pour rendre l'information plus accessible et plus attrayante et pour en faciliter la lecture.

Objectifs et cibles

Les gens

Développer pour attirer et retenir le talent

Cible : Produire des plans de développement pour les candidats à la relève, et ce, pour 100% des postes de directeur et de cadre supérieur en 2010.

Maintenir et améliorer la santé, la sécurité et le mieux-être des employés

Réduire le nombre d'accidents et d'incidents

Cible : Maintenir le taux de fréquence des accidents compensables sous 1,00

Cible : Diminuer le taux de gravité des accidents compensables à 20 d'ici à 2013.

Investir dans le mieux-être de la communauté

Soutenir la cohésion dans la communauté

Cible : Par des dons et des commandites, soutenir des domaines importants en matière de santé, d'éducation, de culture et de développement communautaire, pour atteindre des objectifs communs.

L'environnement

Protéger et restaurer les écosystèmes

Augmenter les achats de papier écologique

Cible : Augmenter la proportion de papiers Or et Or Plus que nous achetons à 55 % et réduire la proportion de papier Bronze à 10 % d'ici la fin de l'exercice financier 2012.

Améliorer la gestion des aspects environnementaux dans les installations

Cible : Augmenter à 75% le niveau de mise en œuvre du système de gestion environnemental (SGE) dans l'ensemble de nos imprimeries d'ici la fin de l'exercice financier 2012.

Réduire les émissions de composés organiques volatils (COV)

Cible : Lancement d'initiatives pour étudier des produits d'impression à faible teneur en composés organiques volatils (COV).

Réduire les émissions de gaz à effet de serre

Cible : Réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) de 15 % d'ici la fin de l'exercice financier 2012 (par rapport aux émissions de 2008).

Optimiser l'utilisation des ressources

Améliorer la gestion des déchets

Cible : Mise en œuvre d'un programme global de gestion des déchets dans quatre imprimeries d'ici la fin de l'exercice financier 2012.

Réduction de la consommation d'énergie

Cible : Réduction de la consommation d'énergie de 15 % dans nos imprimeries et de 10 % dans nos bureaux d'ici la fin de l'exercice financier 2012 (par rapport à la consommation de 2008).

La prospérité

Préserver la valeur de la Société

Maintenir une solide situation financière

Cible : Maintenir un ratio de l'endettement net sur le BAIIA d'environ 1,5 x.

Maintenir et améliorer une saine gouvernance

Cible : Maintenir un conseil d'administration équilibré comptant au moins deux tiers de membres indépendants.

Cible : Accroître le nombre de femmes occupant un poste de cadre supérieur pour le faire passer à 25 % (conseil d'administration, Comité de direction et équipes de direction des secteurs).

Investir dans la croissance future

Améliorer l'efficacité

Cible : Obtenir un rendement sur capital investi (RCI) supérieur au coût moyen pondéré du capital (CMPC).

Investir dans des produits, services, plateformes et processus novateurs

Cible : Augmenter à 300 M\$ la part des revenus provenant de nouvelles sources d'ici la fin de l'exercice financier 2013.

Notre parcours en matière de développement durable

Bien que le terme « développement durable » ne soit utilisé que depuis peu, une vision à long terme a toujours été au premier rang de notre processus décisionnel, et ce, dès les premières années d'existence de Transcontinental en tant qu'imprimerie de 30 employés à Montréal jusqu'à aujourd'hui, alors que la Société compte 10 500 employés œuvrant dans trois pays.

La publication de notre premier rapport sur le développement durable en 2009 représentait l'aboutissement de nombreuses années d'efforts visant à améliorer notre rendement social, environnemental et financier. Mener des activités courantes au chapitre du développement durable est un aspect sur lequel nous continuons de travailler chaque jour dans l'ensemble de la Société.

Étapes importantes :

1993 – Politique environnementale

2000 – Code d'éthique

2002 – Politique de divulgation de l'information

2005 – Politique en matière de soumission de plaintes

2005 – Politique sur les opérations d'initiés

2007 – Politique d'achat de papier

2008 – Ateliers de sensibilisation des cadres supérieurs au développement durable

2008 – Politique énergétique

2008 – Programme global de gestion de l'énergie

2009 – Comité directeur du développement durable

2009 – Premier rapport sur le développement durable – Niveau C de la Global Reporting Initiative (GRI)

2010 – Politique de la Société relative aux médias sociaux

2010 – Officialisation de l'engagement des parties prenantes

2010 – Objectifs et cibles en matière de développement durable

2010 – Rapport sur le développement durable – Niveau B de la GRI

Engagement des parties prenantes

En tant que société s'imposant dans les secteurs de l'impression, des médias et de l'interactif, nous avons une longue liste de fournisseurs en amont et de clients en aval. Les efforts en matière d'engagement de nos parties prenantes seront toujours axés principalement sur nos employés. Cependant, à la suite de la publication du premier rapport sur le développement durable de Transcontinental en 2009, nous avons déterminé que l'engagement des organisations et des groupes externes touchés par nos activités ou qui ont des répercussions sur celles-ci était prioritaire.



Par conséquent, nous avons procédé en 2010 à un exercice visant à identifier les parties prenantes et à les sensibiliser. Cet exercice a permis d'établir un dialogue qui nous a mené à l'amélioration de la présentation de notre rendement en matière de développement durable et de fixer des objectifs et des cibles afin de véritablement joindre le geste à la parole.

Le choix des parties prenantes à consulter a été fait en fonction de leur niveau d'intérêt exprimé envers la Société ou de leur engagement actuel au sein de celle-ci. En 2010, cette liste comprenait des employés, des actionnaires, des clients, des fournisseurs, des associations industrielles et des organisations non gouvernementales à vocation environnementale, notamment NEI Investments, Cascades, Kodak, Sappi, Rogers, la SAQ, Canopée, l'Association des produits forestiers du Canada (APFC) et l'Association québécoise pour la maîtrise de l'énergie (AQME).

Les commentaires reçus nous permettent de nous positionner pour le succès à court et à long termes en matière de développement durable.

Notre engagement en 2010

GROUPE DE PARTIES PRENANTES	FORMES D'ENGAGEMENT	FRÉQUENCE
Employés	Un sondage intranet a été réalisé auprès des employés au sujet du Rapport sur le développement durable 2009.	Annuelle
	Une formation sur le développement durable et les choix de papier écologique a été offerte aux équipes de vente.	Annuelle
	Des ateliers de sensibilisation aux bonnes pratiques environnementales sont offerts par l'Escouade verte à divers endroits.	En continu
Actionnaires, investisseurs	Un sondage intranet a été réalisé au sujet du Rapport sur le développement durable 2009.	Annuelle
	Des entrevues ciblées ont été réalisées au sujet du Rapport sur le développement durable et des objectifs et cibles en matière de développement durable pour 2010.	Annuelle
Clients	Des infolettres et des livres blancs sur le développement durable ont été mis au point afin qu'ils soient affichés sur les sites web et distribués dans les médias imprimés.	En continu
	Des entrevues ciblées ont été réalisées au sujet du Rapport sur le développement durable et des objectifs et cibles en matière de développement durable pour 2010.	Annuelle
Fournisseurs	Des entrevues ciblées ont été réalisées au sujet du Rapport sur le développement durable et des objectifs et cibles en matière de développement durable pour 2010.	Annuelle
Associations industrielles	Des entrevues ciblées ont été réalisées au sujet du Rapport sur le développement durable et des objectifs et cibles en matière de développement durable pour 2010.	Annuelle
Organisations non gouvernementales	Des entrevues ciblées ont été réalisées au sujet du Rapport sur le développement durable et des objectifs et cibles en matière de développement durable pour 2010.	Annuelle
Grand public, lecteurs	Le premier rapport sur le développement durable et l'engagement de l'entreprise sont présentés dans le rapport annuel.	Annuelle
	Le contenu du site web est publié, et des moyens de nous faire parvenir leurs commentaires sont offerts aux lecteurs.	En continu

Réponses aux commentaires

- **Objectifs et cibles**

Il faut fixer des objectifs et des cibles en matière de développement durable.

Ce message a bien été compris après la publication de notre premier rapport sur le développement durable en 2009. Le rapport de 2010 comprend des objectifs et des cibles.

Des objectifs et des cibles ont-ils été fixés relativement à la diversité de la main-d'œuvre?

Nous n'avons fixé aucune cible relativement à la diversité de la main-d'œuvre. Notre investissement continu dans le perfectionnement professionnel des employés devrait toutefois permettre d'obtenir au fil du temps une représentation plus élevée des femmes occupant des postes de haute direction. En 2010, nous avons pour objectif d'augmenter le nombre de femmes occupant un poste de haute direction afin qu'elles représentent 25 % de l'effectif à cet échelon.

Des objectifs et des cibles précis ont-ils été fixés afin de favoriser la cohésion au sein des communautés?

Transcontinental participe régulièrement à une vaste gamme d'initiatives et d'organisations dignes d'intérêt dans les diverses communautés au sein desquelles elle œuvre et où nos employés résident et travaillent. En 2010, nos investissements dans les communautés ont atteint 5,8 millions de dollars.

- **Engagement des parties prenantes**

Comment se justifie votre choix des parties prenantes?

Le choix des parties prenantes à consulter a été fait en fonction de leur niveau d'intérêt envers la Société ou de leur engagement actuel au sein de celle-ci. Différentes parties prenantes ont été consultées, telles que des fournisseurs, des clients et des organisations non gouvernementales à vocation environnementale.

- **Méthodologie du rapport**

Le tableau de concordance avec la Global Reporting Initiative (GRI) pourrait indiquer si les indicateurs font l'objet d'une déclaration complète ou partielle.

Des renseignements complets ont été fournis pour tous les indicateurs dans le rapport de 2009. Pour 2010, nous avons fourni un nombre d'indicateurs partiels, comme l'indique le tableau de concordance au GRI de ce rapport.

- **Les gens**

Vous pourriez préciser davantage le contexte en ce qui concerne les fluctuations importantes dans le taux de gravité des accidents.

Notre rapport sur le développement durable 2010 comprend une explication des fluctuations observées d'une année à l'autre dans les statistiques relatives à la fréquence et à la gravité des accidents.

Vous pourriez fournir de plus amples renseignements sur la formation du personnel de vente relativement à la politique d'achat de papier.

De l'information sur la formation continue du personnel attiré à la vente de papier de Transcontinental a été ajoutée au *Rapport sur le développement durable 2010* en ce qui concerne l'achat de papier.

- **L'environnement**

Vous pourriez jouer un rôle de premier plan dans les initiatives concernant la chaîne d'approvisionnement et la conservation.

Comme nous sommes le plus important imprimeur au Canada, nos décisions en matière d'achat de papier ont d'importantes répercussions au sein des industries forestières et papetières. L'adoption de notre politique d'achat de papier en 2007 a permis d'officialiser l'engagement de la Société à procéder progressivement à l'écologisation de ses décisions et de celles de ses clients en matière d'achat de papier. Cette politique d'avant-garde a également contribué à améliorer le climat dans l'industrie. Il a été possible d'établir des partenariats avec des groupes environnementaux non gouvernementaux, grâce à *l'Entente sur la forêt boréale* de 2010, en vertu de laquelle de grandes parties de la forêt boréale du Canada sont protégées afin d'appuyer la biodiversité et la protection de l'habitat du caribou.

Vous pourriez accroître les achats de papier de forêt durable.

Nous désirons augmenter la quantité relative de papiers Or et Or Plus que nous achetons à 55 % au cours de l'exercice 2012. Nous encourageons activement les clients à adopter les papiers à privilégier du point de vue environnemental. Veuillez lire la section sur l'achat de papier pour en savoir plus à ce sujet.

Vous pourriez mettre davantage l'accent sur les encres.

Le rapport sur le développement durable de cette année comprend de l'information sur la gestion de l'encre dans les usines, sur la contribution positive des achats d'encre aux efforts en matière de chaîne de recyclage et sur les données sur la quantité et sur la composition des encres que nous utilisons dans nos usines d'impression, y compris une mention des encres végétales.

Vous pourriez indiquer les caractéristiques des différences d'empreinte entre les médias numériques et l'impression.

Nous sommes présentement en mesure de quantifier l'empreinte écologique de nos activités d'impression, et les calculs et un diagramme sont présentés dans notre rapport publié annuellement sur le développement durable. Un exercice similaire pour la production des médias numériques n'a pas encore été réalisé. Dans le cadre de toute comparaison, il faudrait quantifier l'empreinte écologique complète du domaine numérique en tenant compte de la façon dont l'électricité est produite afin de fournir l'énergie nécessaire pour procéder au transfert et à la mise en mémoire de l'information numérique, de la façon dont les ordinateurs sont fabriqués et expédiés sur les marchés et de leur disposition.

Vous pourriez mettre davantage l'accent sur les questions relatives au papier, le principal élément de votre empreinte carbone.

Notre politique d'achat de papier constitue la pierre angulaire de notre engagement visant à accroître nos achats de papier écologique, et elle contribue à protéger et à restaurer les écosystèmes. Ces efforts sont soulignés dans la section sur l'achat de papier de notre rapport sur le développement durable.

Concernant l'empreinte carbone, nous encourageons nos fournisseurs à divulguer les empreintes carbone de leurs papiers, de façon que nous puissions faire des choix éclairés.

Vous pourriez préciser davantage le contexte de vos données sur les composés organiques volatils (COV).

Nous avons ajouté de l'information sur les réglementations provinciales et nationales qui encadrent nos efforts en matière de réduction des émissions de COV, indiqués en détail dans la section sur l'environnement du rapport sur le développement durable 2010.

Vous pourriez fournir de plus amples renseignements sur les considérations stratégiques relatives à la réglementation possible du carbone.

Dans le rapport sur le développement durable 2010, nous avons fourni certains renseignements sur la réglementation qui encadre nos efforts en matière de réduction des émissions de carbone.

- **La prospérité**

Vous pourriez établir un lien entre vos objectifs sociaux et environnementaux et vos objectifs financiers.

Nos trois principaux objectifs stratégiques en matière de société viable sont de réussir à attirer et retenir les employés talentueux, de maintenir et améliorer la santé et le bien-être des employés et d'investir dans le mieux-être de la communauté. Le fait de mettre l'accent sur nos employés et leurs communautés permet d'assurer la prospérité continue de la Société. Nos objectifs en matière de viabilité sociale sont directement liés à nos deux principaux objectifs stratégiques en matière de viabilité financière : préserver la valeur de la Société et investir dans la croissance future.

De quelle façon la rémunération est-elle liée au rendement en matière de développement durable?

Les régimes de rémunération – y compris la structure des primes – du président exécutif du conseil, du président et chef de la direction et de quatre autres membres de la haute direction de Transcontinental sont publiés chaque année dans la Circulaire de sollicitation de procurations de la direction. La structure des primes est liée au rendement financier qui, selon notre définition de développement durable, tient également compte du rendement de la Société sur les plans environnemental et social. La structure des primes des dirigeants est également basée en partie sur des évaluations annuelles de la gestion de la performance et du développement individuel (PDI) qui mettent l'accent sur le progrès par rapport aux objectifs opérationnels.

Méthodologie du rapport

En 2009, Transcontinental a commencé à produire des rapports publiés annuellement sur le développement durable et a soumis un document correspondant au niveau « C » de la Global Reporting Initiative (GRI), comme confirmé au moyen du processus de vérification de la GRI.

Un comité directeur du développement durable a été créé en 2009 pour gérer la production du rapport publié annuellement sur le développement durable. Pour produire le rapport 2010, ce comité s'est réuni à six reprises pour discuter des principaux commentaires formulés par les parties prenantes, établir les priorités des enjeux, préparer le contenu thématique et collecter les données relatives au rendement.

En 2010, Transcontinental a produit avec succès un rapport GRI de niveau « B », ce qui a encore une fois été confirmé au moyen du processus de vérification de la GRI. Cette amélioration dans la production du rapport va de pair avec l'engagement de la Société à soutenir l'amélioration continue d'une façon mesurée, pratique et substantielle.

L'étendue de l'information présentée a été fixée en tenant compte des lignes directrices de la GRI relatives à l'importance et aux limites des renseignements à inclure dans le rapport en fonction du degré de contrôle et de l'importance des impacts. Transcontinental est un imprimeur, un éditeur et un fournisseur de produits de marketing interactif dont les activités se déroulent en milieu urbain. Ses impacts environnementaux réels et potentiels sont relativement faibles. De même, malgré le fait que Transcontinental exerce une influence dans l'industrie en étant le plus grand imprimeur au Canada, le « degré » d'influence que la Société exerce a été déterminé uniquement en fonction de ses activités et de ses installations. Ainsi, les données relatives à tous les indicateurs de rendement présentées dans le rapport 2010 se limitent aux installations et aux activités de Transcontinental au Canada, aux États-Unis et au Mexique que la Société possède ou exploite, qu'elle contrôle directement et sur lesquelles elle exerce une influence considérable. L'impact et l'influence de la Société à plus grande échelle – aussi bien sur l'industrie que sur les environnements naturels et humains dans lesquels elle est active – sont présentés dans la partie du rapport qui porte sur les défis et les perspectives stratégiques, ainsi que dans la divulgation de l'approche de gestion.

Les commentaires et opinions des employés, des actionnaires, des fournisseurs, des clients et des organisations non gouvernementales nous ont également aidés à valider et à perfectionner notre méthode. Nos parties prenantes savent évaluer la pertinence et la transparence des renseignements que nous fournissons, et la Société accorde beaucoup d'importance à leurs opinions. Nous croyons que cela se reflète dans la structure du rapport et dans son contenu. Les commentaires que nous avons reçus des principales parties prenantes au sujet de notre premier rapport sur le développement durable nous ont aidés à améliorer notre rapport de 2010, notamment pour établir des objectifs et des cibles en matière de développement durable.



Déclaration GRI Vérification du Niveau d'Application

GRI certifie par la présente que **Transcontinental Inc.** a présenté son rapport "Sustainability Report 2010: Connecting words to actions" au Service Rapports du GRI qui en a conclu que le rapport remplit les critères correspondants au Niveau d'Application B.

Les Niveaux d'Application GRI indiquent dans quelle mesure le contenu des Lignes directrices G3 ont été appliquées dans le rapport de développement durable soumis.

La Vérification confirme que le type et le nombre d'informations qui correspondent à ce Niveau d'Application ont été traités dans ce rapport et que l'Index du contenu GRI a démontré une représentation valable des informations requises, comme décrites dans les Lignes directrices G3 du GRI.

Les Niveaux d'Application n'informent pas sur la performance développement durable du rédacteur, ni sur la qualité des informations contenues dans le rapport.

9 février 2011, Amsterdam

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelmara Arbex".

Nelmara Arbex
Directrice générale adjointe
Global Reporting Initiative



Le Global Reporting Initiative (GRI) est une organisation basée sur un réseau, il était pionnier dans le développement du cadre de reporting développement durable le plus appliqué dans le monde, et il s'est engagé à l'améliorer en continu et à inciter son application dans le monde entier.

Les Lignes directrices GRI détaillent les principes et les indicateurs que les organisations peuvent utiliser pour mesurer et rendre compte de leur performance économique, environnementale et sociale. www.globalreporting.org

Clause d'exclusion: *Lorsque le rapport développement durable contient des liens externes, y compris du matériel audiovisuel, cette déclaration couvre uniquement le matériel soumis à GRI à la date de la vérification, le 14 janvier 2011. GRI exclut explicitement tout changement qui ont été apporté à ce type de matériel ultérieurement.*

Portée du rapport et de son contenu

[En savoir plus sur la Global Reporting Initiative](#)

Techniques de mesure des données et bases de calcul

Transcontinental fournit des données pour 35 indicateurs de la GRI (28 complets, 7 partiels) que nous considérons comme pertinents compte tenu de nos activités d'affaires et que nous pouvons mesurer de façon valable.

Responsabilité de la Société en matière d'information

Stratégie et analyse	Les renseignements pour ces sections sont recueillis par le comité directeur du développement durable et confirmés par les membres du Comité de direction.
Profil de l'entreprise	
Paramètres du rapport	
Gouvernance, engagement et dialogue	
Indicateurs de rendement économique	Les renseignements pour la section sur la prospérité sont recueillis par le Service des finances et confirmés par le chef de la direction financière.
Indicateurs de rendement environnemental	La majorité des données environnementales sont recueillies dans les installations et transmises à la haute direction à l'aide d'un tableau de bord en ligne des indicateurs du rendement environnemental mis au point par Transcontinental en 2009 et 2010. Les renseignements contenus dans cette section sont validés par le vice-président à l'approvisionnement et aux technologies.
Indicateurs de rendement social	
Pratiques, conditions de travail décentes et droits de la personne	<p>Les renseignements contenus dans cette section sont généralement confirmés par le vice-président des ressources humaines. Ce poste étant actuellement vacant, les renseignements pour 2010 ont été fournis et confirmés de la façon suivante :</p> <p>Les renseignements sur la santé et la sécurité proviennent d'un logiciel d'entreprise et ont été confirmés par la directrice de la santé, sécurité et mieux-être au travail.</p> <p>Les renseignements sur la gestion du talent proviennent du Service des ressources humaines et ont été confirmés par la directrice du développement du talent.</p> <p>Les renseignements sur les conditions d'emploi proviennent du Service des ressources humaines et ont été confirmés par la directrice des ressources humaines de la Société.</p>
Société	Les renseignements sur les dons et les investissements dans la

	<p>communauté proviennent du président du conseil et des vice-présidents des finances de chaque secteur.</p> <p>Les renseignements sur les incidents de corruption, les amendes ou les sanctions proviennent des entités d'affaires, du Service de vérification interne et du Service des affaires juridiques de l'entreprise.</p>
Responsabilité relative aux produits	<p>Les renseignements sur les violations du respect de la vie privée des clients sont fournis par les entités d'affaires et révisé par le directeur de la gestion des risques.</p> <p>Les renseignements concernant la sécurité des produits sont examinés par le vice-président de l'approvisionnement et aux technologies.</p>

Prix et reconnaissances

Points saillants

PrintAction

En mai 2010, Transcontinental a préparé un dossier de candidature pour le Prix Impression environnementale du magazine *PrintAction*. Dans la catégorie « imprimeur le plus écologiquement innovateur au Canada comptant plus de 500 employés », Transcontinental a décrit ses efforts de longue date en matière d'environnement et ses plus récentes initiatives au chapitre du développement durable. Nous étions ravis d'avoir gagné l'Or dans cette catégorie et extrêmement fiers d'avoir remporté le nouveau prix « Best in show » pour le meilleur dossier de candidature.



Corporate Knights

Pour la septième fois, le magazine *Corporate Knights* classe Transcontinental parmi les 50 meilleures entreprises citoyennes du Canada dans le cadre de son palmarès annuel du rendement social et environnemental des entreprises canadiennes.

Indice Jantzi Social Index® de Sustainalytics

Transcontinental est inscrite à l'indice Jantzi Social Index® (JSI®), un indice d'actions ordinaires de capitalisation boursière pondérée dont les titres sont choisis en fonction de leur responsabilité sociale et qui est modelé sur le S&P/TSX 60. Le JSI® comprend 60 entreprises canadiennes qui respectent un ensemble de critères environnementaux, sociaux et de gouvernance, notamment en matière d'engagement communautaire, de relations avec les employés et d'environnement. Transcontinental maintient sa place au sein de l'indice Jantzi Social Index® depuis mars 2004.



Au Québec et dans les provinces de l'Atlantique, Transcontinental a été une gagnante régionale dans le cadre du programme des 10 entreprises canadiennes les plus admirées pour leur culture d'entreprise. Le programme vise à reconnaître les principales entreprises canadiennes dont la culture permet d'améliorer le rendement et de conserver un avantage concurrentiel. Il est fondé et présenté par Waterstone Human Capital, une firme de services consultatifs en ressources humaines, en recrutement de cadres et en recrutement professionnel, établie à Toronto.

L'Institut des communications graphiques du Québec

Transcontinental a obtenu la première place dans le cadre du *Concours Écoresponsabilité de l'industrie graphique* pour ses efforts en matière de développement durable.



League of American Communications Professionals

Le rapport annuel 2009 de Transcontinental *Ensemble, à l'écoute des consommateurs* a reçu un prix Or de la League of American Communications Professionals (LACP) pour le rapport annuel le plus engageant à l'échelle mondiale dans le cadre de l'édition 2009 du concours Vision Awards Annual Report Competition. Transcontinental a également reçu un prix Platine pour le rapport annuel le plus engageant pour les Amériques et un prix Platine pour l'excellence accordé pour l'élaboration d'un rapport annuel dans son secteur d'activité.



Autres prix et distinctions reçus par Transcontinental en 2010

Isabelle Marcoux a été nommée dans le Top 100 des femmes les plus puissantes au Canada par le Women's Executive Network.

Brian Reid a été nommé imprimeur le plus influent au Canada en 2010 par le magazine *PrintAction*.

Le Programme d'encouragement à l'amélioration du rendement électrique (PEARE) de l'Ontario reconnaît l'adaptation du refroidisseur à l'air de Transcontinental RBW qui l'utilise comme étude de cas pour étudier l'économie d'énergie.

ThinData 1 :1 Canada de Transcontinental a remporté le prix Argent dans le cadre des Canadian Digital Marketing Awards.

Martine Turenne, journaliste de *Les Affaires*, a remporté le Prix d'excellence de la Caisse de dépôt et placement du Québec–Merrill Lynch.

Angela Hill, journaliste du *Prince Albert Daily Herald*, a été récompensée dans le cadre des Prix Média dans la catégorie Reportage local pour son reportage sur la santé.

Gary Kean, journaliste du *Western Star*, a remporté le Prix Susan Rourke pour ses articles visant à aider les gens à mieux comprendre la situation des personnes atteintes de sclérose en plaques.

Transcontinental Northern California a obtenu la certification Argent du programme Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) du Conseil du bâtiment durable des États-Unis.

Transcontinental a remporté 41 prix lors du Gala Gutenberg 2010.

Transcontinental Métropolitain a remporté le Gutenberg « Rotatives ».

CAA Magazine, produit par Transcontinental, a été classé parmi les 10 meilleurs magazines par le *Print Measurement Bureau* (PMB) pour la deuxième année consécutive.

Les Atlantic Journalism Awards ont reconnu l'excellente qualité de plusieurs publications de Transcontinental et ont rendu hommage à Ron Ennis, un ancien éditeur et chef des journaux régionaux de Transcontinental à Terre-Neuve-et-Labrador, en lui décernant le Prix d'excellence pour ses réalisations professionnelles.

Le 11 mai 2010, l'Association des magazines du Québec a annoncé que Médias Transcontinental faisait partie des gagnants du Grand prix 2010.

Targeo, une entité de Transcontinental chargée de la distribution des catalogues Sears dans les provinces de l'Atlantique, a été mise en nomination pour remporter un prestigieux prix de partenaire en progrès remis par Sears Canada.

Homemakers, un magazine de Transcontinental, a été honoré par La Société des obstétriciens et gynécologues du Canada.

Médias Transcontinental a remporté plusieurs prix lors des Grands prix 2010 de l'Association des journaux régionaux du Québec.

Le concours Better Newspapers Competition organisé par l'Atlantic Community Newspapers Association a permis au Groupe des journaux de Terre-Neuve-et-Labrador de Transcontinental d'obtenir 10 prix de première place.

Avec l'aide de Transcontinental Direct Montréal, Danone a remporté le Grand Prix du magazine *Infopresse*.

Transcontinental Northern California a obtenu une note de 98,9 % dans le cadre de l'évaluation prépresse réalisée par l'Audit Bureau of Circulations.

Martin Jolicoeur, journaliste au journal *Les Affaires*, a obtenu la Bourse d'études Québec-Japon de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec.

Les Western Magazine Awards ont reconnu James Glave et Paul Webster du *Vancouver Magazine* ainsi que Clinton Hussey du magazine *Western Living*.

Transcontinental a obtenu deux prix dans le cadre des Canadian Online Publishing Awards.

Elizabeth Baird, ancienne éditrice alimentaire de *Canadian Living*, a remporté le Cuisine Canada Founders Award.

ELLECanada.com, ELLEQuebec.com et *More* ont été reconnus dans le cadre des Prix P&G Beauté et soins.

La responsabilité sociale à l'œuvre

À titre de bonne entreprise citoyenne, nous avons la responsabilité de créer de la valeur pour nos actionnaires, nos employés et nos clients. En outre, nous devons agir de façon à avoir un impact positif sur la société. Cela se reflète dans les initiatives que Transcontinental a prises au cours des dernières années, notamment dans les domaines suivants :

Réduction du gaspillage dans nos activités relatives au Publisac

Publisac est le service que nous offrons au Québec pour la distribution de circulaires aux consommateurs ainsi que pour la distribution de certains journaux locaux.

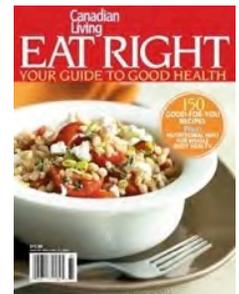
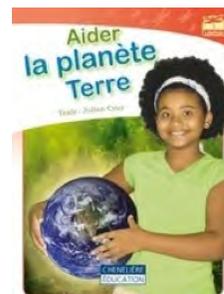
Pour évaluer la valeur qu'offre le Publisac aux consommateurs et pour nous assurer qu'il atteint efficacement les destinataires intéressés en proposant à ceux-ci un contenu pertinent, Transcontinental a mandaté la firme CROP pour réaliser des sondages auprès des consommateurs. Ces sondages ont montré que 95 % des destinataires consultent le Publisac. Cependant, pour améliorer davantage l'offre du Publisac, nous avons mis en œuvre les initiatives suivantes :

- Nous avons développé des installations sur mesure de livraison Publiboy et Publicrochet, destinées respectivement aux immeubles à logements et aux secteurs ruraux, afin de nous permettre d'ajuster les quantités livrées aux quantités utilisées par les résidents.
- Pour nous assurer que le contenu est pertinent pour les lecteurs, nous avons partagé des études de marché avec nos clients de la vente au détail pour les aider à mieux connaître le profil sociodémographique des consommateurs et les habitudes de ceux-ci. Ainsi, les détaillants peuvent mieux cibler le contenu de leurs circulaires et réduire la distribution de matériel qui n'est pas lu.
- Nous avons travaillé avec différents détaillants et éditeurs de journaux qui utilisent le Publisac pour déterminer quel est le meilleur jour pour livrer l'information aux consommateurs. Le résultat : dans plusieurs régions, nous avons fait passer de 2 à 1 le nombre de Publisac que nous distribuons chaque semaine, réduisant du même coup l'impact environnemental attribuable au transport. Maintenant, on compte en moyenne 1,5 livraison par semaine au Québec.
- Durant la dernière année, des investissements considérables ont été faits afin de réorganiser notre site web Publisac.ca pour le Québec et de lancer un service similaire partout au Canada, à savoir Dealstreet.ca. Les internautes profitent non seulement des offres incluses dans le Publisac traditionnel, mais ils ont également accès à des aubaines additionnelles.

Fournir un contenu éducatif dans nos publications

Nos journaux, magazines et sites web atteignent une partie importante de la population canadienne, d'un océan à l'autre. Aussi, profitons-nous de la possibilité que nous avons de sensibiliser les gens aux enjeux du développement durable qui touchent les familles et les propriétaires d'entreprise.

Tout en respectant l'indépendance de nos éditeurs et journalistes, Transcontinental encourage la publication de numéros spéciaux, d'articles et de magazines destinés à fournir aux lecteurs une information pratique et intéressante sur le développement durable, pour les aider à prendre des décisions éclairées dans leur vie quotidienne.



Par exemple, les sites web voirvert.ca et visiondurable.com sont conçus pour un public professionnel composé de constructeurs d'habitations et d'entrepreneurs en construction résidentielle, alors que des éditions spéciales de magazines tels que *Coup de Pouce* ou *Canadian Living* s'efforcent plutôt de présenter aux familles des moyens pratiques d'économiser tout en contribuant aux efforts collectifs que la société fait en matière de développement durable.

Donner l'exemple dans l'industrie

Transcontinental étant l'un des plus importants acheteurs de papier dans le marché canadien, nos décisions d'approvisionnement ont un impact considérable sur l'industrie du papier et l'industrie forestière.

En 2007, le développement et la mise en application de notre Politique d'achat de papier ont favorisé une transition progressive vers le papier provenant de la foresterie durable, et cela a fait en sorte que notre taux d'utilisation de papiers Or et Or Plus (fabriqués à partir de fibres recyclées ou de fibres certifiées issues de forêts gérées de manière responsable) est passé de 22 % en 2008 à près de 45 % en 2010. Nous nous attendons à ce que cette tendance se poursuive au cours des prochaines années.

La diffusion de notre premier rapport sur le développement durable, en 2009, est une preuve additionnelle du fait que nous nous sentons responsables de donner l'exemple dans les industries de l'impression, des médias et de l'interactif. Or, la production d'un rapport publié annuellement sur le développement durable est seulement l'une des composantes de notre leadership dans ce domaine. Nous consacrons également des ressources considérables à sensibiliser les gens à l'importance du développement durable, par la formation continue de notre équipe de vente de papier ainsi que par le développement de bulletins électroniques et de documents techniques, pour transmettre à nos acheteurs de papier une information pratique et utile sur le développement durable.

La participation à des conférences et à des tables rondes dans l'industrie (telles que [la conférence Paper Futures et la table ronde sur le développement durable du magazine B2B](#)) fait également partie de la responsabilité que nous assumons en mettant en pratique nos principes de performance sociale, environnementale et financière. Ainsi, nous participons au Comité client du développement durable de Sappi.



Deux membres du comité directeur du développement durable de Transcontinental participent actuellement au groupe de travail sur l'empreinte carbone mis sur pied par Magazines Canada, pour élaborer des trucs, des outils, des ressources et des meilleures pratiques, afin de répondre aux questions les plus fréquentes que se posent les éditeurs, les imprimeurs, les fournisseurs et les autres parties prenantes de l'industrie.

« *Transcontinental, l'un des plus importants acheteurs de produits de papier issus de la forêt boréale en Amérique du Nord, a contribué à réunir autour d'une table 21 entreprises forestières et neuf organismes environnementaux, qui ont signé l'Entente sur la forêt boréale canadienne, la plus grande initiative de conservation au monde.*

Transcontinental continuera de jouer un rôle crucial en incitant les défenseurs de la forêt, l'industrie forestière et le gouvernement à appliquer cette Entente en posant des gestes concrets au cours des trois prochaines années. »

Nicole Rycroft, directrice générale de Canopée

Canopée est une organisation non gouvernementale qui protège les forêts et l'environnement en mettant à profit le pouvoir du marché et en transformant les pratiques d'affaires.

Les efforts que nous faisons pour améliorer notre performance ne se limitent pas à ce que nous pouvons faire chez nous. Nous continuons d'agir en sachant très bien que la responsabilité intrinsèque au développement durable est partagée par toutes les parties des secteurs privé, public et des ONG.

Soutenir activement les partenariats multisectoriels en matière de développement durable – Entente sur la forêt boréale

Au printemps 2010, l'Association des produits forestiers du Canada (APFC) et neuf grands organismes environnementaux ont dévoilé une entente historique, l'Entente sur la forêt boréale. Lorsqu'elle sera pleinement mise en œuvre, cette entente assurera la conservation d'étendues considérables de la vaste forêt boréale canadienne et la protection du caribou des bois, une espèce menacée, et elle procurera un avantage concurrentiel aux entreprises participantes, tout en maintenant les approvisionnements en fibres, essentiels pour éviter d'interrompre les activités des usines.

Les membres de l'APFC s'engagent à appliquer les normes environnementales les plus élevées en matière d'aménagement forestier dans un territoire deux fois grand comme l'Allemagne. De leur côté, les groupes environnementaux s'engagent à reconnaître et à appuyer les efforts des membres de l'APFC sur la scène internationale.

Les groupes environnementaux, dont les trois organismes qui mobilisent de grands acheteurs vers des produits écologiques, affirment que ce rapprochement d'adversaires traditionnels reflète un nouvel engagement à l'égard d'un objectif commun.

« Les sociétés membres de l'APFC et les ONGE ont défini ensemble une manière plus ingénieuse et plus productive de gérer les défis économiques et environnementaux associés à la forêt boréale, ce qui rassurera les acheteurs internationaux quant au caractère durable de nos produits. Il est très satisfaisant de constater que les efforts que nous avons déployés pendant près de dix ans pour rendre nos opérations plus écologiques culminent dans ce processus d'établissement d'une norme forestière qui fera l'envie du monde entier. »

Avrim Lazar, président et chef de la direction de l'APFC

« Il s'agit de notre meilleure chance de sauver le caribou des bois, de protéger de façon permanente de vastes étendues de forêt boréale et de mettre en place des pratiques forestières durables. Les préoccupations de la population et du marché quant à la conservation des milieux sauvages et au déclin des espèces ont été déterminantes pour arriver à cette entente. »

Richard Brooks, coordonnateur de campagne pour Greenpeace Canada

[Site web de l'Entente sur la forêt boréale canadienne](#)

Assumer la responsabilité à toutes les étapes du cycle de vie d'un produit

Nous reconnaissons que nous devons tenir compte des impacts environnementaux à toutes les étapes du cycle de vie d'un produit – dans le choix de nos matières premières, dans nos procédés de production, dans l'utilisation du produit par le consommateur et dans ce qu'il advient du produit après son utilisation.



Nous démontrons aux producteurs de papier qu'il y a une demande pour le papier recyclé au moyen de notre Politique d'achat de papier, qui place le papier recyclé au sommet de la liste des papiers environnementaux. Cela permet aux entreprises de récupération du papier de trouver des débouchés pour les matériaux qu'elles trient.

Grâce au recyclage, nous pouvons éviter qu'un grand nombre de nos produits soient acheminés vers des sites d'enfouissement. Nous participons donc à la conception, à la mise en œuvre et à la promotion de programmes que nous mettons à la disposition de nos consommateurs.

1) Métro dans le métro de Montréal

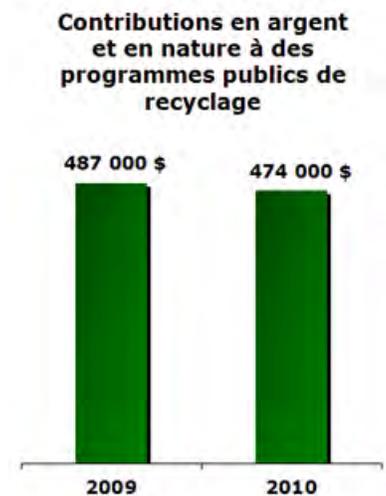
Nous avons récupéré plus de 850 tonnes de papier cette année dans le réseau du métro de Montréal, où Transcontinental avait le contrat de distribution de son journal *Métro* jusqu'en décembre 2010. Les points de collecte ont été installés à la sortie des stations. Bien sûr, cette initiative a permis de récupérer bien plus que des exemplaires du *Métro*. *Métro* a donné 20 % du revenu obtenu grâce à la vente du papier recyclé à la Fondation pour l'alphabétisation.



2) Soutien à la collecte sélective dans les municipalités

D'autres programmes prennent la forme d'ententes gouvernementales. C'est notamment le cas des contributions que nous avons faites aux municipalités, en Ontario et au Québec, pour financer la collecte sélective. Transcontinental contribue à :

- Éco-Entreprises, l'association responsable du cofinancement de la collecte sélective des emballages et du matériel imprimé au Québec, y compris le sac Publisac;
- RecycleMédias, l'association responsable du cofinancement du recyclage des publications produites au Québec. Transcontinental préside actuellement cette association. De l'espace publicitaire est donné pour faire la promotion des programmes de recyclage;
- et Stewardship Ontario, l'association responsable du financement des initiatives de recyclage en Ontario.



En 2010, Transcontinental a offert une contribution totale de 474 000 \$ à de tels programmes.

3) Nouveaux sacs recyclables certifiés

En travaillant avec Éco-Entreprises et Recyc-Québec, Transcontinental a décidé de délaisser les sacs oxo-biodégradables pour le Publisac au profit des sacs de plastique recyclable certifiés par le Bureau de normalisation du Québec (BNQ), conformément à la nouvelle norme 3869-911, finalisée en septembre 2010. Cette certification assure que le mélange de plastiques et d'ajouts utilisés dans la fabrication de ce sac sont compatibles avec les procédés de recyclage. Ce changement s'effectuera au cours de la prochaine année, au fur et à mesure que les fournisseurs obtiendront la certification. La recommandation a été faite après que des études de Recyc-Québec eurent démontré les avantages de déplacer les sacs plus haut dans la hiérarchie des 3RVE et une nouvelle volonté des consommateurs d'utiliser les programmes de recyclage. Nos récents sondages CROP montrent que 82 % des destinataires recyclent leur Publisac, alors que 13 % d'entre eux l'utilisent à d'autres fins dans leur domicile.

S'il vous plaît, recyclez votre Publisac!

S'il vous plaît, mettez le papier dans votre bac de recyclage, et regroupez les sacs de plastique ensemble. Ne remettez pas le papier dans le sac, car cela nuit à l'efficacité des activités de tri au centre de recyclage.

Merci!



LES GENS

Rapport sur le développement durable
2010 de Transcontinental

Nous sommes profondément convaincus que les gens sont au cœur de nos activités, aussi bien les 10 500 employés répartis dans trois pays qui créent nos produits et services imprimés, médiatiques ou de marketing interactif que les familles qui nous permettent de faire partie de leur vie quotidienne.

Transcontinental s'efforce d'être un excellent lieu de travail pour ses employés, en leur procurant un environnement de travail sécuritaire, stimulant et inclusif. Le développement professionnel et le soutien de l'innovation chez les employés sont des éléments fondamentaux de la stratégie d'attraction et de fidélisation des talents de la Société, qui nous permettent de mettre en marché des produits et des services de qualité supérieure.

Nous nous efforçons également d'avoir des effets positifs sur les communautés où nous sommes actifs, en investissant dans des causes et des organisations méritantes, au moyen de dons et de commandites.

Dans ce domaine, nos efforts en matière de développement durable portent essentiellement sur les trois objectifs stratégiques suivants.

- 1. Maintenir et améliorer la santé, la sécurité et le mieux-être des employés**
- 2. Développer pour attirer et retenir le talent**
- 3. Investir dans le mieux-être de la communauté**

Accidents et incidents

Chez Transcontinental, la santé et sécurité des employés est une valeur fondamentale. Maintenir un environnement de travail sain et sécuritaire est donc pour nous une priorité absolue.

Le Service de santé, sécurité et mieux-être au travail (SST-ME) gère les efforts de la Société dans ce domaine au moyen d'un programme-cadre appelé *Vigilance*, qui est mis en application dans chaque entité d'affaires par un comité SST-ME. Le programme *Vigilance* s'applique à toutes les activités et initiatives de Transcontinental en matière de SST-ME. À l'échelle de l'entreprise, ce programme englobe les politiques, les procédures, les normes, les programmes prévus par la loi et les meilleures pratiques en matière de santé, de sécurité et de mieux-être.

Le Service de SST-ME applique aussi un programme d'audit basé sur des normes internationales et communique les résultats au Comité de vérification du conseil d'administration annuellement. En 2010, 18 audits ont été réalisés par le Service de SST-ME. Le taux de conformité aux standards du programme-cadre *Vigilance* de Transcontinental était de 80 %.

Globalement, en 2010, la performance de Transcontinental en santé et sécurité a été bien supérieure à la moyenne de l'industrie. C'est ce qu'on peut constater en examinant les taux de cotisation d'assurance établis par les commissions de la santé et de la sécurité du travail, dans chaque province, et en les comparant aux dossiers de chaque entité d'affaires. La cotisation moyenne de Transcontinental pour toutes ses entités d'affaires au Canada (toutes classifications) était de 1,11 \$, un taux inférieur de 21 % au taux de l'industrie, qui était de 1,40 \$. Il est intéressant de noter que le taux de cotisation moyen pour les entités d'affaires de Transcontinental établies au Québec (0,95 \$) est inférieur de 39 % à la moyenne de l'industrie québécoise (1,55 \$).

Les systèmes de tarification utilisés aux États-Unis et au Mexique sont différents, et les données de ces pays ne sont pas disponibles sous forme de taux. Cependant, nous pouvons comparer les dépenses engagées par les entités d'affaires. En 2010, ces dépenses représentaient, en pourcentage de la masse salariale assurable :

1,08 % au Mexique;

1,17 % aux États-Unis.

En 2010, le taux de fréquence des accidents était de 0,98 accident par 200 000 heures travaillées, comparativement à 1,08 en 2009. Notre objectif est de maintenir ce taux inférieur à 1,00 accident par 200 000 heures travaillées.

En 2010, il y a eu 93 accidents compensables, comparativement à 125 en 2009.

En 2010, notre taux de gravité des accidents compensables a été de 32,01 jours perdus par 200 000 heures travaillées, comparativement à 44,58 en 2009. La baisse du taux de gravité en 2010 est principalement attribuable à l'efficacité de notre Programme de retour au travail, ainsi qu'à la vente ou à la fermeture d'entités d'affaires.

Nous nous efforçons de devenir un chef de file de l'industrie en ce qui concerne le rendement en matière de santé et sécurité. Aussi continuerons-nous de chercher à atteindre le taux cible de 20 jours perdus par 200 000 heures travaillées d'ici 2013.



Accidents et incidents

Objectif :

Réduire le nombre d'accidents et d'incidents

Cibles :

Maintenir le taux de fréquence des accidents compensables sous 1,00 et

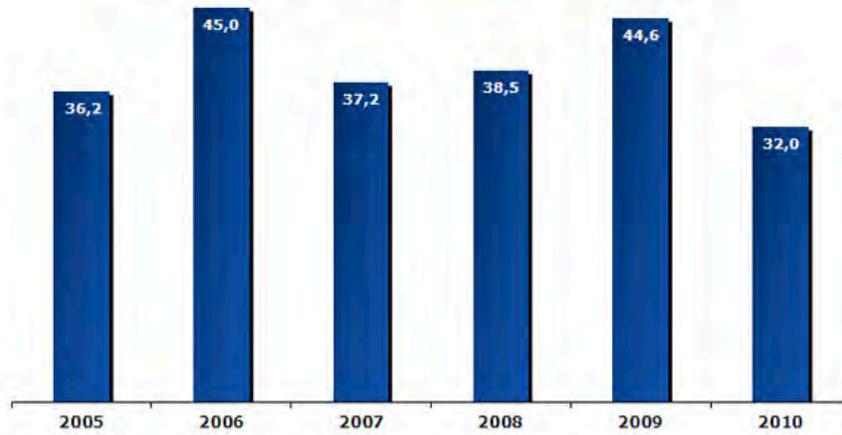
Diminuer le taux de gravité des accidents compensables à 20 d'ici à 2013

Situation en 2010 :

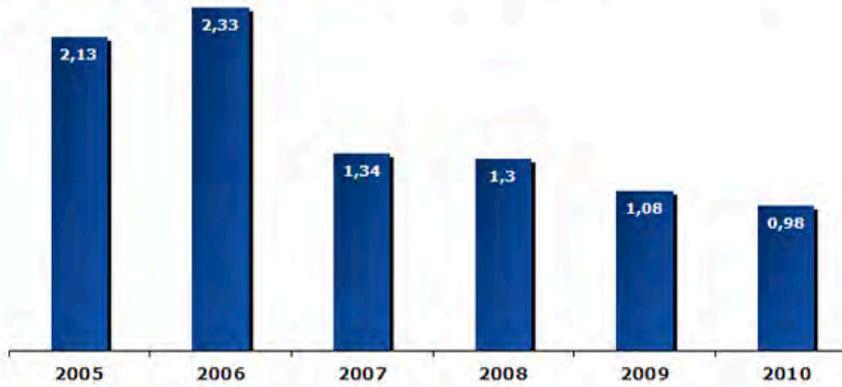
Taux de fréquence : 0,98 accident compensable par 200 000 heures travaillées– formule : $(\text{nombre de cas compensables}) \times (200\ 000 \text{ heures}) / (\text{heures travaillées})$

Taux de gravité : 32,01 jours perdus par 200 000 heures travaillées– formule : $(\text{nombre de jours perdus}) \times (200\ 000 \text{ heures}) / (\text{heures travaillées})$

**Taux de gravité des accidents compensables
(nombre de jours perdus par 200 000 heures)**



**Taux de fréquence des accidents compensables
(nombre de jours perdus par 200 000 heures)**



Mieux-être des employés

Investir dans le mieux-être de nos employés, cela signifie travailler sans relâche dans le but d'éliminer les accidents et les blessures, tout en favorisant le choix d'un mode de vie sain et l'équilibre entre la vie personnelle et le travail.

L'engagement à l'égard du mieux-être est inculqué aux employés dès leur premier jour de travail. Il est renforcé par des initiatives d'entreprise et par des efforts de sensibilisation qui visent à faire de la santé, de la sécurité et du mieux-être une priorité et à aider les employés à faire de meilleurs choix à l'extérieur du travail.

Le programme *Vigilance* fait la promotion du mieux-être au moyen d'initiatives de sensibilisation ciblées, qui ont lieu durant toute

l'année dans l'ensemble des entités d'affaires de Transcontinental. Des sessions de formation ou d'information, des dépliants et des affiches, des concours et des prix de participation ont été offerts dans les domaines suivants.

Janvier : Défi un mois sans tabac

Février : Mois du cœur

Mars : Mois de la nutrition

Avril : Mois de la sensibilisation au cancer

Mai : Semaine nord-américaine de la santé et de la sécurité au travail

Octobre : Semaine de la prévention des incendies

Octobre à décembre : Campagne de vaccination contre la grippe saisonnière

Novembre : Mois de la santé mentale



De plus, avec le soutien du service de SST-ME, chaque entité d'affaires doit développer un plan d'action ciblé pour s'attaquer aux enjeux propres à son milieu de travail. En matière de SST-ME, le processus d'audit de Transcontinental assure une surveillance continue de la performance de chaque entité d'affaires.

Formation et développement des employés

Chez Transcontinental, nous sommes conscients que nos employés constituent le moteur de notre réussite et l'un des principaux piliers (tout comme nos clients et nos actionnaires) qui permettent à notre entreprise de croître et de se transformer avec succès.

En 2010, pour soutenir le développement professionnel de nos gens et nous assurer qu'ils étaient prêts à relever les défis de l'industrie, Transcontinental a mis en œuvre une stratégie d'attraction et de fidélisation des talents comprenant un éventail d'initiatives, dont les suivantes :

Gestion de la performance et du développement individuel (PDI)

Nous encourageons nos directeurs et nos employés à procéder, au moins deux fois l'an, à une évaluation de leurs progrès par rapport à des objectifs et à des cibles d'affaires précis et à déterminer leurs besoins en matière de développement. En fait, une partie de la structure des primes destinées aux dirigeants est conditionnelle à ces évaluations.

Revue du leadership

Le principal objectif de la revue du leadership est d'accélérer le développement de nos employés. Ces révisions sont réalisées annuellement dans toute l'organisation (avec au moins une ou deux rencontres de suivi durant l'année).

Programmes de formation et de développement

Voici quelques exemples des programmes de développement que nous offrons à nos employés.

- Mission : Leadership. Ce programme de formation de deux jours vise à développer les compétences de gestion de base de nos dirigeants, notamment en matière de communication, de prise de décisions, de responsabilisation, de délégation et de coaching.
- Formation sur la responsabilité et la franchise. Cette formation d'une journée repose sur le développement de la collaboration et du sens de la responsabilité chez les membres de l'équipe.
- Site intranet TransFormation. Cet outil accessible aux employés offre de la formation en ligne au moyen d'un catalogue de plus de 400 cours couvrant un éventail de sujets.
- Groupes de codéveloppement. Ils offrent à nos employés des occasions concrètes de coaching. Cette approche de formation est basée sur l'action et focalise sur l'interaction entre les participants afin d'atteindre un objectif d'affaires commun.
- Feedback 360. Cet outil donne aux employés la possibilité de dresser un tableau de leurs compétences de leader, de connaître leur influence sur les autres et de déterminer les domaines dans lesquels ils devraient se développer.
- GARE (Gestion Active de la Relève Émergente) / T.R.A.IN (Talent Reinforcement through Active INtegration). Cette stratégie de développement vise à positionner la responsabilité du développement professionnel des candidats à la relève. Ainsi, les successeurs ont accès à un plan de développement 70-20-10, à un suivi des progrès du développement et à des perspectives de carrière.
- Outil Options de développement des superviseurs. Cet outil général fournit aux gestionnaires et aux employés des renseignements et des conseils sur la façon de développer le leadership individuel pour les postes de première ligne.

Nous maintenons notre engagement à l'égard du développement de nos employés et nous cherchons constamment de nouvelles façons de favoriser le cheminement de carrière à l'interne et d'assurer la relève aux postes de direction. L'investissement dans le principal atout de la Société – nos gens – nous positionne pour une réussite à long terme.

Formation des employés

Objectif :

Développer pour attirer et retenir le talent

Cible :

Produire des plans de développement pour les candidats à la relève, et ce, pour 100 % des postes de directeur et de cadre supérieur en 2010

Situation en 2010 :

Des plans de développement ont été produits pour 100 % des candidats à la relève pour des postes de directeur et de cadre supérieur.

Rendement à ce jour :

Nombre d'employés : **10 581**

Nombre de directeurs qui ont bénéficié d'évaluations régulières de leur rendement et du perfectionnement de leur carrière : **plus de 1 050**

Pourcentage des directeurs qui ont bénéficié d'évaluations régulières de leur rendement et du perfectionnement de leur carrière : **100 %**

Postes de direction pourvus à la suite de promotions accordées à l'interne : **84 %**



Cohésion de la communauté

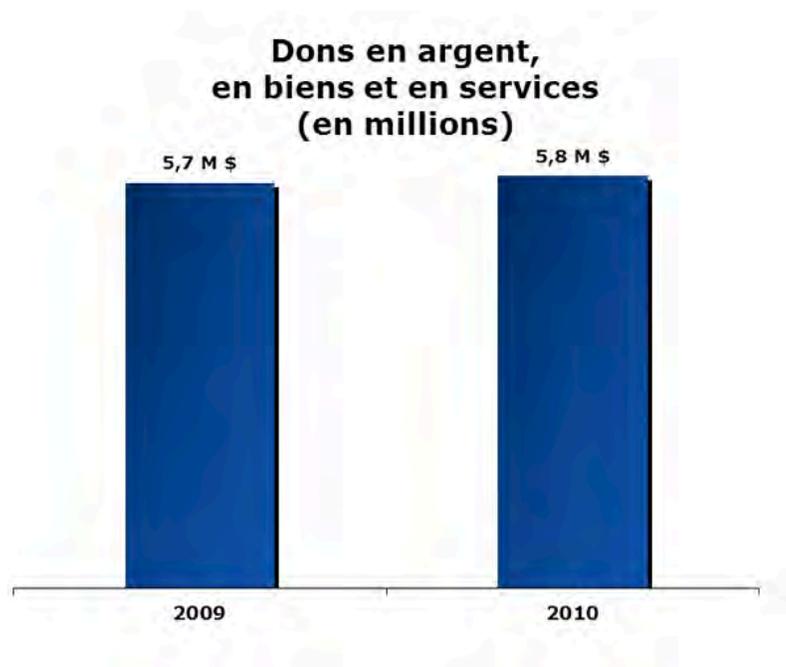
Transcontinental investit dans les communautés où travaillent et vivent ses employés en contribuant aux initiatives et aux organisations méritantes, dans les domaines de la santé, de l'éducation, de la culture et du développement communautaire. Nous finançons directement des événements et nous faisons des dons de toutes sortes, notamment sous forme d'imprimés et d'espaces publicitaires gratuits.

Contributions de Transcontinental : 5,8 millions de dollars.

De plus, nous sommes fiers des initiatives de collecte de fonds de nos employés au travail. Plusieurs de nos employés sont également actifs comme bénévoles dans leur communauté. C'est le cas notamment de François Olivier, président et chef de la direction. Membre du comité directeur de Centraide Québec depuis 2008, il occupe actuellement le poste de président du comité de direction de la division Communications de l'organisme.



Rendement à ce jour



Communauté

Objectif :

Soutenir la cohésion de la communauté

Cible :

Par des dons et des commandites, soutenir des domaines importants en matière de santé, d'éducation, de culture et de développement communautaire, pour atteindre des objectifs communs

Situation en 2010 :

Dons et commandites : 5,8 M\$

Conditions de travail

Approche de gestion

Objectifs

Transcontinental s'est engagée à assurer la santé, la sécurité, le mieux-être et le développement professionnel de ses employés. Aussi consacre-t-elle des ressources considérables à ces efforts. Zéro accident est toujours l'objectif que nous visons, tout en veillant à ce que notre personnel soit en santé et engagé.



L'un des nombreux résultats positifs qui seront obtenus, au fil du temps, grâce aux efforts de la Société dans le secteur du développement professionnel et du mentorat, sera un meilleur équilibre de la répartition, selon le sexe et l'âge, des équipes de direction des secteurs et des membres du Comité de direction.

Lignes directrices

Transcontinental adhère à la Déclaration universelle des droits de l'homme des Nations Unies ainsi qu'à la Déclaration de principes tripartite sur les entreprises multinationales et la politique sociale de l'Organisation internationale du Travail (Déclaration EMP). Les pratiques de la Société en matière de travail sont conformes à ces normes internationales. Les installations de Transcontinental au Canada, aux États-Unis et au Mexique respectent les lois et normes du travail en vigueur dans chacun de ces pays, y compris en ce qui concerne l'âge minimal des employés.

Le [Code d'éthique](#) de Transcontinental est un document phare pour tous les employés. Distribué à tous les employés, il établit les règles à suivre en matière d'intégrité, de confidentialité, de conduite et de conflit d'intérêts. Le document établit clairement les lignes directrices pour l'adoption d'un comportement éthique satisfaisant aux normes les plus élevées. Il s'applique à tous les niveaux de la Société, sur une base quotidienne.

La santé et la sécurité au travail relève du Service de la santé, de la sécurité et du mieux-être au travail de la Société, qui compte sur le soutien des comités de SST-ME des installations. *Vigilance* est le programme qui englobe les activités de mieux-être, les politiques et les meilleures pratiques; chaque année, il permet d'offrir aux employés de nombreux outils éducatifs.

Responsabilité organisationnelle

Le conseil d'administration de Transcontinental compte 13 membres, dont les deux tiers sont indépendants, qui sont responsables pour la Société de toutes les questions de conformité. Le vice-président aux ressources humaines de Transcontinental, qui est placé sous l'autorité du Comité de direction que préside François Olivier, président et chef de la direction, est responsable de tous les aspects liés aux normes du travail, dans tous les secteurs de la Société.

Procédures relatives à la formation et à la sensibilisation

Les 37 membres des équipes de direction des secteurs de Transcontinental reçoivent de l'information et de la formation sur une base régulière en ce qui concerne les modifications apportées aux lois et aux politiques de l'entreprise dans les domaines des relations de travail/gestion et de la santé-sécurité du travail.

Surveillance

Les enjeux relatifs à l'emploi sont revus sur une base régulière, par plusieurs mécanismes de gestion de nos secteurs.

Conditions de travail

Indicateurs :

Effectifs par pays :

Canada : 9 450

États-Unis : 336

Mexique : 795

Total : 10 581

Salaires et avantages sociaux versés aux employés : 666,8 M\$

Employés couverts par des conventions collectives : 20,4 %

100 % de l'effectif est représenté par des comités officiels de santé et de sécurité

Pourcentage des dirigeants qui bénéficient d'évaluations régulières de leur rendement et du perfectionnement de leur carrière : 100 %

Publications Connexes

[Code d'éthique](#)

Responsabilité relative aux produits

Impacts des produits et services sur la santé et la sécurité

Transcontinental met tout en œuvre pour s'assurer que ses produits et services imprimés, médiatiques et de marketing interactif sont sécuritaires pour les consommateurs, y compris pour les enfants. Nous effectuons des essais sur des échantillons de produits pour nous assurer qu'ils sont sécuritaires et nous obtenons les certifications pertinentes, au besoin.

Transcontinental travaille également avec ses fournisseurs pour réduire l'utilisation de substances contrôlées dans ses procédés d'impression.



En vertu de la loi américaine Consumer Product Safety Improvement Act (CPSIA), de nouvelles mesures sont entrées en vigueur le 14 août 2009. Celles-ci portent sur les concentrations de plomb et de phtalates (des produits chimiques utilisés pour amollir le plastique) dans les produits destinés aux enfants de 12 ans ou moins aux États-Unis, y compris les livres. Ces mesures exigent que les fabricants démontrent que les concentrations de plomb et de phtalates de leurs produits sont en deçà des niveaux autorisés. Des certifications par de tierces parties sont requises dans la majorité des cas.

- [Lien menant à la lettre concernant le CPSIA.doc](#)
- [Lien menant à la lettre concernant REACH.doc](#)

Pratiques relatives à la satisfaction de la clientèle, y compris les résultats des sondages

Transcontinental travaille également à s'assurer que ses produits sont appréciés par le marché. Aussi réalise-t-elle des sondages téléphoniques et des sondages web sur une base régulière pour générer des données quantitatives et qualitatives sur la satisfaction de la clientèle. En 2010, par exemple, nous avons réalisé un sondage téléphonique CROP auprès des consommateurs utilisant le Publisac pour constater que :

- 95 % des répondants ont affirmé qu'ils prennent connaissance du contenu du Publisac et, de ce nombre, 93 % ont déclaré le faire chaque semaine; et
- 82 % des répondants ont mentionné qu'ils recyclent le Publisac après l'avoir consulté, alors que 13 % d'entre eux ont dit l'utiliser à d'autres fins.

Nous respectons la volonté des consommateurs qui ont exprimé leur désir de ne pas recevoir le Publisac. Nous ne le distribuons donc pas dans les foyers où l'on a apposé un pictogramme à cet effet (produit par Transcontinental ou par la municipalité ou la ville) sur la boîte aux lettres.

Respect des normes de marketing

Transcontinental est assujettie à plusieurs lois et normes volontaires concernant les normes sur la publicité et le respect de la vie privée. Celles-ci comprennent :

- le CAN-SPAM Act qui fixe les règles pour l'envoi de courriels commerciaux, définit des exigences relativement aux messages commerciaux, donne le droit aux destinataires de se retirer des listes d'envoi et prévoit des pénalités en cas d'infraction;
- la Loi sur la protection des renseignements personnels et des documents électroniques, qui régit la façon dont les organisations du secteur privé collectent, utilisent et divulguent des renseignements personnels dans le cadre de leurs activités d'affaires;
- le code d'éthique de l'Association canadienne du marketing, et particulièrement sa politique de confidentialité dans Internet;
- le Code canadien des normes de la publicité, qui établit des critères d'acceptabilité en matière de publicité; et
- les normes de la Flyer Distribution Standards Association.

La présidente de notre secteur des médias est membre du conseil d'administration des Normes canadiennes de la publicité.

L'année dernière, il n'y a eu aucun incident substantiel de non-respect des lois ou des codes de conduite volontaires en matière de publicité, de promotion et de commandite.

Plainte fondée pour atteinte à la vie privée : 1

Transcontinental a découvert qu'une partie non autorisée a eu accès à des renseignements personnels à partir d'un site web patrimonial et hébergé par Transcontinental au nom d'une tierce partie. Dès que l'incident a été signalé, les mesures appropriées ont été prises pour limiter les dommages aux individus et prévenir d'autres incidents. Aucune plainte n'a été reçue à la suite de cet incident, qui était le seul en son genre. Grâce à nos procédures et à nos outils de sécurité, nous estimons que généralement nos mesures de sécurité protègent adéquatement la vie privée et les renseignements confidentiels de nos clients.



Notre engagement à l'égard de la protection de l'environnement est au cœur des activités de Transcontinental depuis la publication de notre Politique environnementale en 1993. Cette politique est étayée par des exigences d'entreprise, par le partage de meilleures pratiques et par des programmes de formation destinés à assurer son application dans les imprimeries.

Le suivi du rendement environnemental de nos imprimeries est fait chaque mois et sur une base annuelle. En 2009, nous avons implanté un système pour suivre nos indicateurs de rendement clés en matière d'environnement, notamment pour les déchets, les gaz à effet de serre et les déversements. Ce système nous fournit l'information dont nous avons besoin pour fixer des objectifs et des cibles d'amélioration du rendement pour 2010 et les années subséquentes.

Nos efforts en matière de développement durable sont axés sur deux objectifs stratégiques :

- 1. protéger et restaurer les écosystèmes;**
- 2. optimiser l'utilisation des ressources.**

La responsabilité du rendement environnemental est partagée à tous les niveaux de la Société. Le vice-président à l'approvisionnement et aux technologies, qui est membre du Comité de direction, est responsable de la gestion quotidienne du rendement environnemental. Cependant, c'est au conseil d'administration et au Comité de direction qu'incombe la responsabilité d'assurer le respect des lois et des politiques de la Société.

Les directeurs d'usine, qui rendent compte au coordonnateur de l'environnement de l'entreprise et à l'équipe de direction des secteurs, sont responsables des enjeux propres aux installations. Un rapport d'activités trimestriel est produit pour la haute direction. Il est également remis au Service juridique, au directeur de la gestion des risques, au comité de vérification et au chef de la direction financière.

Le coordonnateur de l'environnement travaille au sein de l'équipe « Biens, immobilier et opérations », en étroite collaboration avec le chef de l'équipe « Efficacité énergétique, environnement et approvisionnement ».

Achat de papier

Les forêts jouent un rôle vital à l'échelle mondiale. Elles filtrent notre eau et purifient notre air. Elles absorbent et emmagasinent le dioxyde de carbone et aident à régulariser la température dans le monde. Diversifiées, les forêts constituent une source durable de nourriture et de produits du bois.



Le papier étant la principale matière première de nos imprimeries, nous nous assurons que nous ne contribuons pas à la déforestation ou à la détérioration des écosystèmes quand nous fabriquons nos produits. Nous croyons que l'utilisation de fibres recyclées est un excellent moyen d'y parvenir. Nous croyons également que nous pouvons effectuer une exploitation durable des forêts si nous respectons des taux viables de régénération, de diversité et d'âge es espèces et si nous prenons garde à l'érosion des sols, en tenant compte des grandes valeurs de conservation et des enjeux sociaux.

La meilleure façon de nous assurer d'un approvisionnement durable en bois consiste à encourager nos fournisseurs à faire certifier leurs forêts conformément à un système reconnu de gestion responsable des forêts et à demander à tous les intervenants dans la chaîne d'approvisionnement d'avoir un certificat de chaîne de traçabilité permettant de faire le suivi du papier, de la forêt à l'imprimerie. Pour ce faire, en 2007, nous avons instauré une politique d'achat de papier qui indique notre préférence pour les fibres recyclées et les fibres provenant de forêts dont la gestion durable est certifiée par un organisme reconnu.

Choix du papier

Depuis, nous avons travaillé avec les fournisseurs pour nous assurer que nos clients pourraient prendre des décisions d'achat plus éclairées au moment de choisir le papier nécessaire pour l'impression de leurs projets. Pour ce faire, nous avons mis au point un tableau de classification des fibres de papier, ce qui permet de déterminer facilement quels sont les papiers les plus écologiques.

En 2010, nous avons poursuivi nos efforts pour renseigner les clients sur leurs achats de papier et les encourager à choisir du papier plus écologique. Notre personnel de vente est formé pour renseigner les clients sur les avantages qu'offrent les papiers écologiques et pour les aider à faire des choix éclairés. Pour poursuivre cette tâche, notre personnel de vente participe à des conférences et présente des sessions d'information à nos clients sur une base régulière. Par exemple, notre coordonnateur de l'achat de papier a participé à un groupe de discussion organisé et présenté par le magazine *Purchasing b2b*, où il a présenté différents moyens de réduire l'empreinte écologique par l'utilisation de papiers recyclés et certifiés.

Achat de papier

Objectif :

Augmenter les achats de papier écologique

Cibles :

Augmenter la proportion de papiers Or et Or Plus que nous achetons à 55 % d'ici la fin de l'exercice financier 2012
et
Réduire la proportion de papiers Bronze à 10 % d'ici la fin de l'exercice financier 2012

Situation en 2010 :

45 % Or et Or Plus
11 % Bronze

Rendement à ce jour :

Papier acheté en 2010 : 548 000 tonnes

Publications connexes

[Politique d'achat de papier](#)

[Tableau de classification du papier](#)

[Groupe de discussion de *Purchasing b2b* sur les options en matière de papier](#)

[Entente sur la forêt boréale de 2010](#)

Cible

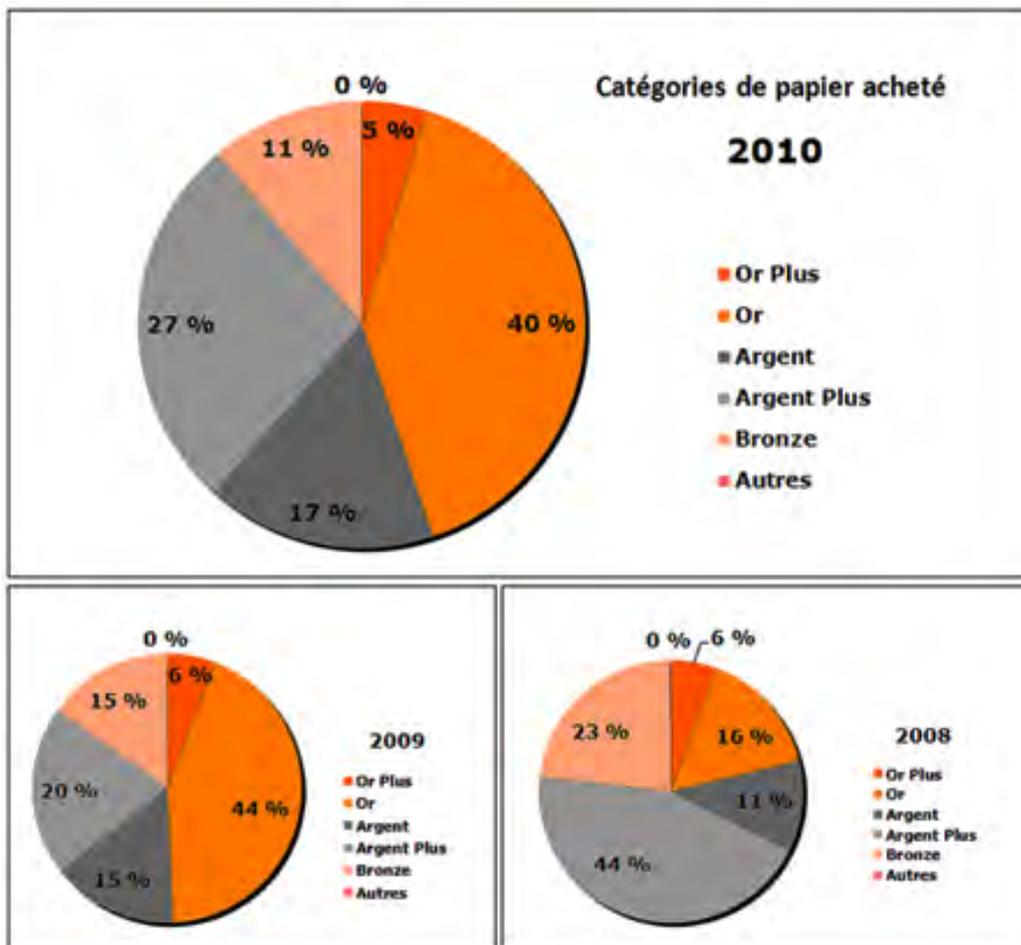
À la fin de 2009, nous nous sommes fixé un double objectif : augmenter nos achats de papiers Or et Or Plus, qui étaient de 22 % en 2008, à 55 % en 2012, et diminuer nos achats de papier Bronze, qui étaient de 23 % en 2008, à 10 % en 2012.

Résultats à ce jour

Des progrès considérables ont été réalisés. En 2009, nos achats de papiers Or et Or Plus ont augmenté à 49 % – une progression éloquente compte tenu de notre objectif de 55 % d’ici 2012. Cependant, deux facteurs importants ont affecté nos résultats de 2010 :

- la définition du contenu recyclé a été révisée pour correspondre à la norme ISO 14021, qui exclut les copeaux de bois produits comme coproduits dans les scieries;
- un fournisseur clé de papier et de carton, Atlantic Packaging Products, a fermé son usine située à l’est de Toronto, qui était la première usine de papier journal recyclé à 100 % au Canada.

Nos achats de papiers Or et Or Plus atteignent 45 %, alors que nos achats de papier Bronze, qui ont constamment diminué, représentent maintenant 11 % de notre approvisionnement en papier.



Cependant, nous avons signé plusieurs nouveaux contrats pour nous procurer davantage de papier certifié en 2011 et nous avons bon espoir d'atteindre notre cible en 2012.

Chaîne de traçabilité

Les clients veulent également avoir l'assurance que leurs produits sont imprimés sur du papier à forte teneur en fibres recyclées ou provenant de forêts gérées de façon responsable. Certains clients pourraient vouloir promouvoir eux-mêmes, à l'externe, les choix responsables qu'ils font, pour l'environnement et la société.

Parce qu'il est important pour Transcontinental de répondre aux besoins de ces clients, nous avons obtenu en 2009 une certification chaîne de traçabilité . Comme imprimeur, nous sommes un intervenant clé dans la chaîne d'approvisionnement qui utilise des fibres provenant de forêts certifiées et les transforme pour fabriquer le produit du client. La conformité de chaque maillon de cette chaîne doit être validée au moyen d'un certificat avant que nous puissions apposer le logo approprié sur le produit imprimé.

Transcontinental a obtenu la certification de sa chaîne de traçabilité d'une tierce partie pour toutes ses installations canadiennes ainsi que pour Rastar, aux États-Unis. Nous avons opté pour une triple certification. Ainsi, lorsqu'un client demande du papier certifié, le logo approprié peut être imprimé, qu'il s'agisse de celui du Forest Stewardship Council® (FSC®), de la Sustainable Forestry Initiative® (SFI®) ou du Programme de reconnaissance des certifications forestières (PEFC).

Ces logos représentent des attestations visuelles importantes pour les gens qui souhaitent obtenir l'assurance que le papier qu'ils tiennent entre leurs mains provient de forêts gérées de façon responsable, vérifié selon les normes FSC®, SFI® ou PEFC, de façon indépendante, tout en offrant une certaine flexibilité à nos clients en matière d'impression.

Des vérifications, à l'interne et à l'externe, de notre système de suivi ont été réalisées tout au long de l'année. En 2010, nous avons conservé toutes les certifications de nos installations.

Gestion environnementale des installations

Systèmes de gestion environnementale

Les systèmes de gestion environnementale (SGE), comme celui fondé sur la norme ISO 14001, permettent aux installations de déterminer quels sont les aspects environnementaux qui les concernent et de les gérer en fonction des exigences des politiques, des meilleures pratiques d'entreprise et de la législation en vigueur. Ces systèmes exploitent un processus d'amélioration continue de type Planifier-Mettre en oeuvre-Contrôler-Agir et de tenue de dossiers assidue.

Transcontinental a développé un système de gestion environnementale conforme à la norme ISO 14001 pour ses imprimeries. Le niveau de mise en œuvre varie, et certaines installations ont obtenu une certification externe de leurs systèmes.

Cible de mise en œuvre du SGE

D'ici la fin de l'exercice financier 2012, nous voulons atteindre un niveau de mise en œuvre du SGE de 75 % dans nos imprimeries. Nous compilons actuellement les données au moyen du système de pointage que nous avons développé récemment. Le niveau de mise en œuvre est mesuré lors de la vérification de conformité aux lois et règlements relatifs à l'environnement dans chaque imprimerie. Les 17 éléments du SGE sont évalués et consignés pour établir le pointage de l'installation. Dans le cadre du programme corporative de vérification, chaque installation est vérifiée tous les trois à cinq ans, selon l'équipement qu'elle possède et l'endroit où elle se trouve.

Le soutien à la mise en œuvre de cette amélioration viendra du programme du comité de l'efficacité manufacturière, qui détermine et exploite les possibilités d'amélioration, et de l'attention que porte à l'environnement le nouveau programme de gestion des risques de l'entreprise.

Respect des lois

Le respect des lois est assuré grâce à un suivi systématique des modifications de la législation, qui se fait par un service de mise à jour en ligne et par un programme d'entreprise de vérification couvrant toutes nos installations où il y a des activités d'impression.

Dans le cadre de notre programme de vérification du respect des lois, nous invitons des vérificateurs externes à évaluer nos installations pour compléter nos pratiques internes de vérification.



Gestion environnementale

Objectif :

Améliorer la gestion des aspects environnementaux dans les installations

Cible :

Augmenter à 75 % le niveau de mise en œuvre du SGE dans l'ensemble de nos imprimeries d'ici la fin de l'exercice financier de 2012.

Situation en 2010 :

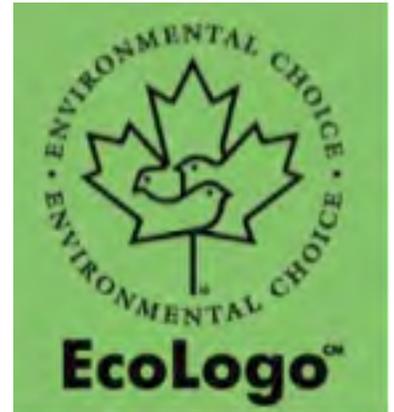
Niveau moyen de mise en œuvre dans nos 43 imprimeries (secteurs Impression et Médias) : en développement.

Formation

Le personnel des installations reçoit régulièrement de la formation sur les aspects environnementaux, y compris sur le fonctionnement du système de gestion et sur les rapports internes et externes requis.

ÉcoLogo

En 2010, cinq imprimeries ont obtenu la certification ÉcoLogo accordée par le gouvernement fédéral, ce qui porte le total à six. La certification ÉcoLogo porte sur les produits chimiques utilisés dans nos procédés d'impression ainsi que sur la récupération, le recyclage et l'équipement de réduction des émissions polluantes. D'autres installations évaluent la rentabilité de la démarche nécessaire pour obtenir cette certification.



Réduire les COV

Les procédés d'impression émettent des composés organiques volatils (COV) à l'étape du séchage de l'encre et lors du nettoyage des presses. Les COV constituent un grand groupe de produits chimiques aux propriétés diverses. Photochimiquement réactifs, les COV contribuent à la formation du smog et peuvent avoir des effets néfastes sur la santé des employés. C'est pourquoi nous captons les COV émis par les séchoirs et les incinérons dans des incinérateurs puissants.



Toutefois, certaines émissions volatiles produites par les procédés d'impression s'échappent des locaux où se trouvent les presses et se retrouvent à l'extérieur, particulièrement au moment où les presses sont nettoyées. Nous suivons les émissions de COV au moyen de calculs de bilan massique et faisons rapport aux responsables de l'Inventaire national des rejets de polluants pour nos activités en sol canadien.

En 2010, nous avons émis approximativement 766 tonnes de COV, une baisse par rapport aux 826 tonnes émises en 2009. Cette réduction s'explique d'abord par le ralentissement de l'économie mondiale, car les émissions produites par les imprimeries par tranche de 1000 \$ de valeur ajoutée (VA) sont demeurées à peu près constantes à 0,82 kg/1000 \$ de VA. Ces valeurs diffèrent de celles mentionnées dans le rapport de l'an dernier, en raison des modifications apportées aux méthodes d'estimation et de collecte de données. Nous surveillons maintenant un plus grand nombre de produits contenant des COV que par le passé et nous avons raffiné nos calculs pour mieux refléter les émissions produites par les procédés d'impression utilisés dans nos différentes installations.

Réduire les COV

Objectif :

Réduire les émissions de COV

Cible :

Lancement d'initiatives pour étudier des produits d'impression à faible teneur en COV

Situation en 2010 :

766 tonnes

Efficacité des incinérateurs

L'efficacité des incinérateurs est cruciale pour assurer la destruction des COV. Le fonctionnement de ces incinérateurs puissants doit avoir une efficacité maximale en tout temps. C'est pourquoi nous avons mis au point un programme détaillé de prévention et d'entretien et nous surveillons l'efficacité de l'équipement. Depuis la mise en application de ce programme, l'efficacité moyenne des incinérateurs a été améliorée de 1,21 %.



Réduction des COV à la source

Nous préférons réduire la pollution à la source plutôt que d'utiliser du gaz naturel pour détruire ces polluants. Pour atteindre notre objectif de réduction des COV, nous avons lancé un nouveau programme destiné à étudier rigoureusement tous les produits que nous utilisons et à évaluer leur teneur en COV dans le but de réduire nos émissions. Le tableau suivant présente les produits qui nous paraissent les plus intéressants.

Catégorie de produits	Utilisation actuelle – teneur en COV (intervalle de variation en %)	Solutions de rechange actuelles – teneur en COV (intervalle de variation en %)	Possibilité de réduction de la teneur en COV	Suite à donner
Encre thermoséchante	30 à 42	30 à 42	Aucune pour le moment	Encourager les fournisseurs à développer des produits à plus faible teneur en COV
Encre fixée à froid	5 à 22	0 à 22	0 à 8	Passer à des produits à plus faible teneur en COV après des essais appropriés
Solution de mouillage	0 à 12	0 à 12	Dans certains procédés seulement	Passer à des produits à plus faible teneur en COV après des essais appropriés
Nettoyant pour blanchets	75 à 98	10 à 98	10 à 30	Passer à des produits à plus faible teneur en COV après des essais appropriés
Nettoyant à rouleaux	100	100	Aucune	Réduire et contrôler la consommation

Gaz à effet de serre

Les changements climatiques affectent la planète et ils ont commencé à avoir des impacts sur notre entreprise, non seulement parce que nous devons tenir compte des taxes sur les émissions ou des systèmes d'échange d'émissions, mais également à cause des répercussions directes sur notre chaîne d'approvisionnement. L'infestation de dendroctones du pin dévaste actuellement les forêts de la Colombie-Britannique. Des hivers plus doux permettent aux larves de cet insecte de survivre aux mois d'hiver. De vastes étendues de forêts dont nous dépendons pour nous approvisionner en papier, notre matière première, sont maintenant affectées. Bien que cette situation n'ait pas encore eu d'impact sur notre capacité à nous approvisionner en papier, elle nous rappelle que nous devons prendre les changements climatiques au sérieux.



Dans ce contexte, et compte tenu d'autres facteurs qui ont des effets sur ses activités, Transcontinental s'efforce de maximiser l'efficacité opérationnelle et d'encourager la transition vers les combustibles à faible teneur en carbone et les énergies renouvelables. Nous dirigeons surtout nos efforts vers l'efficacité énergétique, comme nous l'expliquons dans la section « Énergie » du présent rapport.

Initiatives spécifiques de réduction des gaz à effet de serre

En 2010, nous avons converti du propane à l'électricité plusieurs des chariots élévateurs utilisés dans nos installations du Québec. Cette mesure simple a permis d'améliorer la qualité de l'air à l'intérieur de nos usines et de réduire à la fois notre consommation d'énergie et nos émissions de gaz à effet de serre, car l'électricité au Québec est principalement produite par des centrales hydroélectriques.

Suivi du rendement

Depuis plusieurs années, nous mesurons notre consommation de combustibles et d'électricité. Nous calculons les émissions de gaz à effet de serre qui y sont associées et, depuis 2006, nous rendons compte de nos résultats au Carbon Disclosure Project.

En 2010, nous avons réduit nos émissions de 20 % par rapport à 2008. Du point de vue de l'intensité des émissions attribuables à nos activités d'impression, qui correspond à la quantité d'émissions associée à la production de 1000 \$ de valeur ajoutée, nous avons obtenu une réduction considérable de 11 %. Les réductions sont principalement attribuables à :

- la cessation ou la vente de plusieurs activités aux États-Unis dans des États où l'électricité est surtout produite à partir de carburants fossiles;
- la réorganisation de certaines entités d'affaires et l'utilisation plus efficace de l'espace;
- et aux nombreux projets d'efficacité énergétique mis en œuvre en 2010

Nous continuerons de chercher de nouvelles façons de réduire nos émissions de gaz à effet de serre.

Gaz à effet de serre

Objectif :

Réduire les émissions de GES

Cible :

Réduire les émissions de GES de 15 % d'ici la fin de l'exercice financier 2012

Année de référence : 2008

Situation en 2010 :

Réduction des émissions en tonnes de 20 %

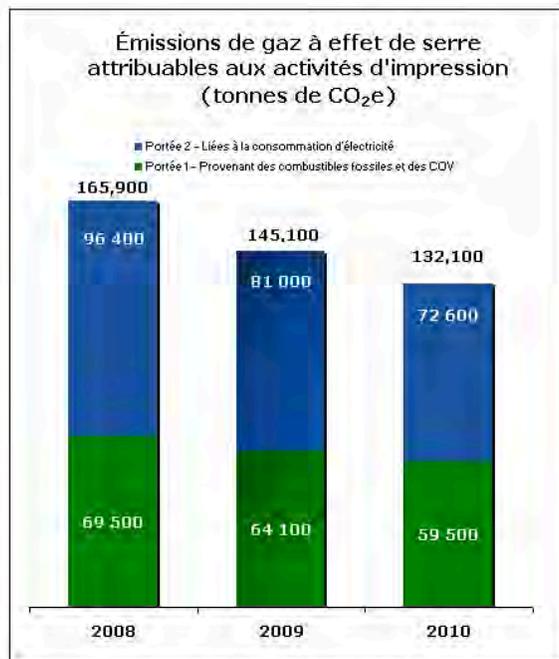
Réduction de 11 % des émissions relatives à la production (tonnes par 1000 \$ de valeur ajoutée)

Information connexe

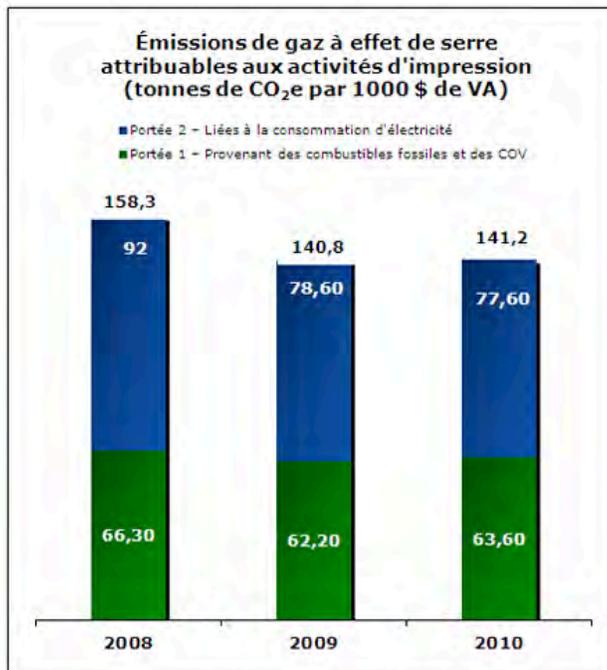
[Mountain Pine Beetle](#) Ministère des Forêts et du Territoire de la C.-B.

[Carbon Disclosure Project](#)

Rendement à ce jour

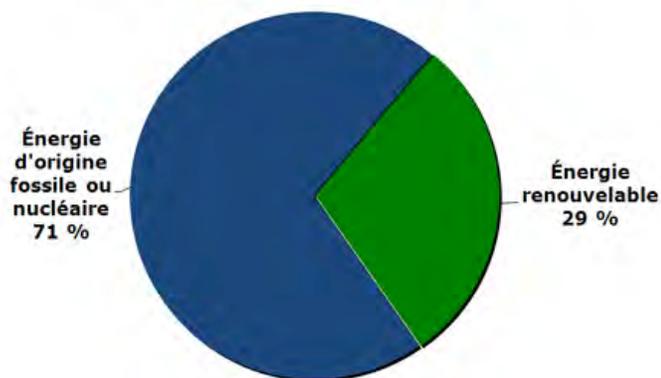


Les chiffres de 2008 et de 2009 ont été mis à jour. Les facteurs relatifs aux émissions attribuables à l'électricité sont publiés par le gouvernement chaque année. Nos chiffres ont changé conséquemment.



Les chiffres de 2008 et de 2009 ont été mis à jour. Les facteurs relatifs aux émissions attribuables à l'électricité sont publiés par le gouvernement chaque année. Nos chiffres ont changé conséquemment.

Provenance de l'énergie utilisée en 2010 (incluant l'électricité)



Rejet des eaux usées

Certains produits chimiques utilisés dans une imprimerie ne doivent pas être rejetés dans les égouts municipaux. Par e

xemple, les solutions chimiques de prépresse, qui sont souvent légèrement acides ou alcalines, pourraient à long terme endommager les conduites d'égout si elles n'étaient pas neutralisées avant leur rejet. De même, la solution de mouillage peut transporter des contaminants métalliques ou autres provenant des encres ou contenir des liquides inflammables susceptibles de provoquer une accumulation de gaz dans les égouts.



Au moyen de son système de gestion environnementale des imprimeries et à son plan de vérification de la conformité, Transcontinental s'assure que les eaux usées qui ne doivent pas se retrouver dans les égouts municipaux sont récupérées et acheminées là où elles seront éliminées dans le respect des lois.

Transcontinental fait la caractérisation des rejets pour mieux comprendre leur impact environnemental. Ce travail a commencé en 2010 avec dix installations participant aux programmes d'échantillonnage. Quand suffisamment de données auront été collectées, un portrait d'ensemble de nos rejets apparaîtra. La date fixée pour effectuer ce travail est la fin de l'exercice financier 2012.

Substances contrôlées

Dans les divers produits d'impression et d'entretien que nous utilisons, il y a de petites quantités de substances contrôlées par des agences gouvernementales. Dans certaines conditions et à certaines concentrations, ces substances peuvent être considérées comme dangereuses pour les humains et pour l'environnement, même si leur utilisation n'est pas restreinte.

Les systèmes de gestion environnementale et les programmes de vérification de conformité de nos imprimeries nous permettent d'avoir l'assurance que nous utilisons ces produits de façon responsable, dans le respect de la réglementation, et que nous les éliminons conformément aux exigences des lois. Cependant, nous reconnaissons qu'il serait préférable de réduire, voire d'éliminer leur utilisation.

En 2010, nous avons travaillé sur un outil informatique de suivi permettant d'identifier et de mesurer les différentes substances contrôlées présentes dans les produits que nous utilisons dans nos imprimeries. Non seulement cet outil nous donnera accès à de l'information plus précise pour produire des rapports sur l'utilisation des substances contrôlées, mais il nous permettra également de cibler nos efforts et de travailler avec nos fournisseurs pour trouver des produits de remplacement.



Gestion des déchets

Mise en œuvre d'un programme global de gestion des déchets dans nos installations

En 2010, deux installations ont travaillé au développement d'un programme global de gestion des déchets (PGGD) visant à séparer les différents flux de déchets et à éviter que les déchets soient acheminés vers des sites d'enfouissement. Bien que le recyclage du papier soit une pratique établie depuis longtemps, d'autres matériaux n'ont pas fait l'objet d'efforts de récupération et de recyclage dans le passé.

Le programme repose sur la hiérarchie des 3RVE, selon laquelle des efforts doivent être faits pour :

- réduire d'abord la quantité de déchets produits;
- puis réutiliser les matériaux (retourner aux fournisseurs les contenants d'encre après utilisation, par exemple);
- puis recycler les matières résiduelles (plastique, carton, cylindres des rouleaux de papier, plaques, etc.);
- puis valoriser les matières résiduelles qui ne peuvent être recyclées (récupération de chaleur à partir des solvants ou des huiles qui ne peuvent être retraités, par exemple);
- puis éliminer le reste, généralement en l'acheminant vers un site d'enfouissement.



Gestion des déchets

Objectif :

Améliorer la gestion des déchets

Cible :

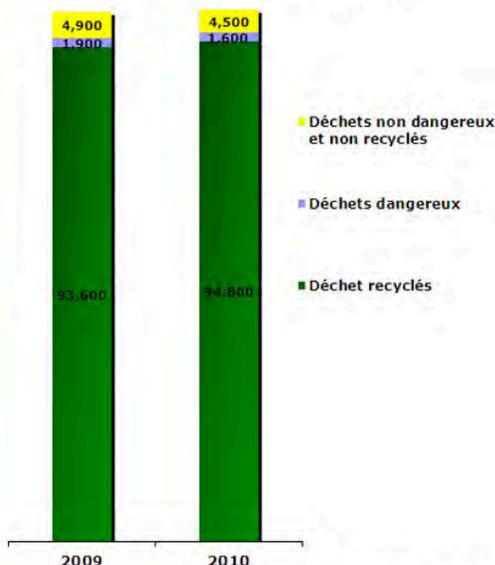
Mise en œuvre d'un programme global de gestion des déchets dans quatre imprimeries d'ici la fin de l'exercice financier 2012

Situation en 2010 :

Deux programmes sur quatre ont été mis en œuvre

Rendement à ce jour

Déchets produits dans les imprimeries (en tonnes)



L'expression « déchets dangereux » s'applique à des déchets qui ne doivent pas être acheminés vers les centres d'enfouissement ou jetés dans les égouts, car ils contiennent de la solution de mouillage, des mélanges d'eau et d'huile, des boues d'encre, des solvants usés, des batteries, etc.

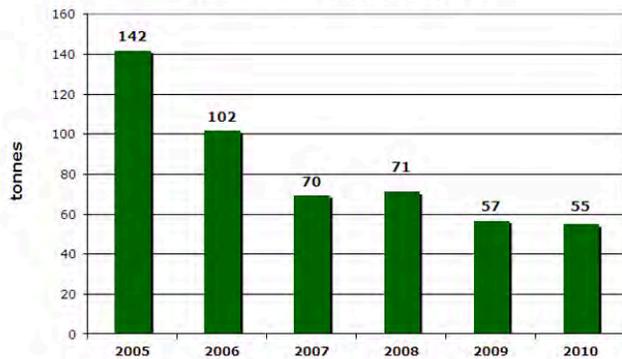
Dans le Rapport sur le développement durable 2009, ce graphique contenait des erreurs typographiques.



Hiérarchie des 3RVE :

- réduire,
- réutiliser,
- recycler,
- valoriser,
- éliminer.

Réduction des déchets chez Transcontinental Interweb



En 2006, la récupération du plastique a été instaurée chez Transcontinental Interweb, initiative suivie en 2007 par des programmes complets de recyclage et des stratégies de réacheminement des déchets. En 2008, une reconfiguration majeure des installations et de l'équipement s'est traduite par une production inhabituelle de déchets. La production annuelle de déchets est maintenant stable, à environ 55 tonnes par année.



Déchets électroniques

En 2010, Transcontinental avait près de deux tonnes de déchets électroniques (imprimantes et ordinateurs, etc.) Pour les éliminer, nous avons décidé de recourir aux services de Recypro, une entreprise québécoise certifiée ISO 14001 qui effectue le tri, le désassemblage et le recyclage des déchets électroniques, afin de permettre la réutilisation, la récupération ou le recyclage des pièces et composants. En plus de contribuer à la protection de l'environnement, Recypro permet à de jeunes adultes en difficulté de réintégrer le marché du travail.

Énergie

Programme global de gestion de l'énergie

Reconnaissant le double défi des changements climatiques et de la sécurité de l'approvisionnement énergétique,

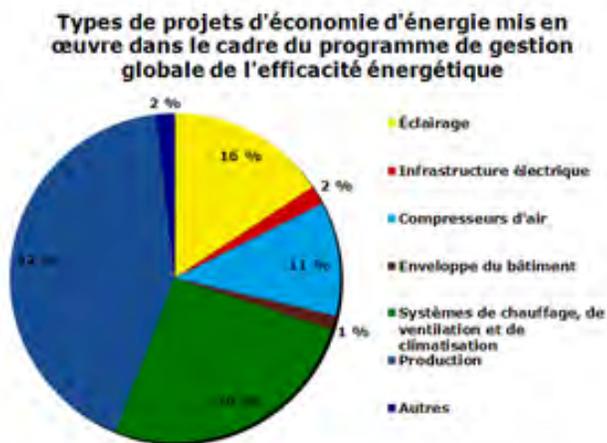
Transcontinental a lancé un programme global de gestion de l'énergie pour réaliser des économies d'énergie et réduire les émissions de gaz à effet de serre.

Les entités d'affaires sont encouragées à solliciter des fonds que la Société a placés dans une réserve de capital de 1,5 M\$, destinée à la réalisation de projets d'efficacité énergétique. Le fonds a été renouvelé pour 2010-2011 et il représente 5 % de toutes les dépenses en immobilisations.

Un membre de l'équipe Efficacité énergétique visite une entité d'affaires pour effectuer une évaluation sur place des possibilités d'amélioration de l'efficacité énergétique. Par la suite, les possibilités les plus prometteuses sont revues et les économies potentielles d'énergie sont évaluées de façon détaillée. À cette étape, une demande de fonds est formulée, et les sommes appropriées sont allouées.

Investissements destinés aux économies d'énergie en 2010

En 2010, 34 projets ont été proposés, ce qui représente des investissements d'une valeur de 2,4 M\$.



Par exemple, l'imprimerie Transcontinental RBW d'Owen Sound a installé un refroidisseur centrifuge à haute efficacité de 500 tonnes et la tour de refroidissement connexe. Cela a permis de réaliser des économies annuelles de 1 322 MWh (et de réduire de 93 177 \$ la facture d'électricité de Transcontinental ainsi que les coûts d'entretien). On s'attend à obtenir un retour du capital investi dans moins de cinq ans de ce projet réalisé avec le soutien du Programme d'encouragement à l'amélioration du rendement électrique (PEARE) du ministère de l'Énergie de l'Ontario.



Énergie

Réduction de la consommation d'énergie

Cible :

Réduction de la consommation d'énergie de Transcontinental de 15 % dans les imprimeries et de 10 % dans les bureaux d'ici la fin de l'exercice financier 2013

Année de référence : 2008

Situation en 2010 :

Réduction absolue dans les imprimeries : 14,7 %

Réduction de l'intensité énergétique dans les imprimeries : 4,5 %

Bureaux : les données seront compilées en 2012

Cible pour les années 2008 à 2013

Le programme global de gestion de l'énergie vise à réduire la consommation annuelle d'énergie de 15 % d'ici la fin de 2013, par rapport à notre consommation de 2008.

Les projets mis en œuvre entre 2008 et 2010 ont permis de réaliser des économies d'énergie de 43 000 000 kWh. Bien que notre consommation énergétique ait diminué de 14,7 % depuis 2008, il nous reste encore du travail à faire pour atteindre nos objectifs, car l'intensité énergétique de nos activités d'impression n'a diminué que de 4,5 % durant la même période. L'intensité énergétique est mesurée par la quantité d'énergie nécessaire pour produire 1000 \$ de valeur dans nos imprimeries.

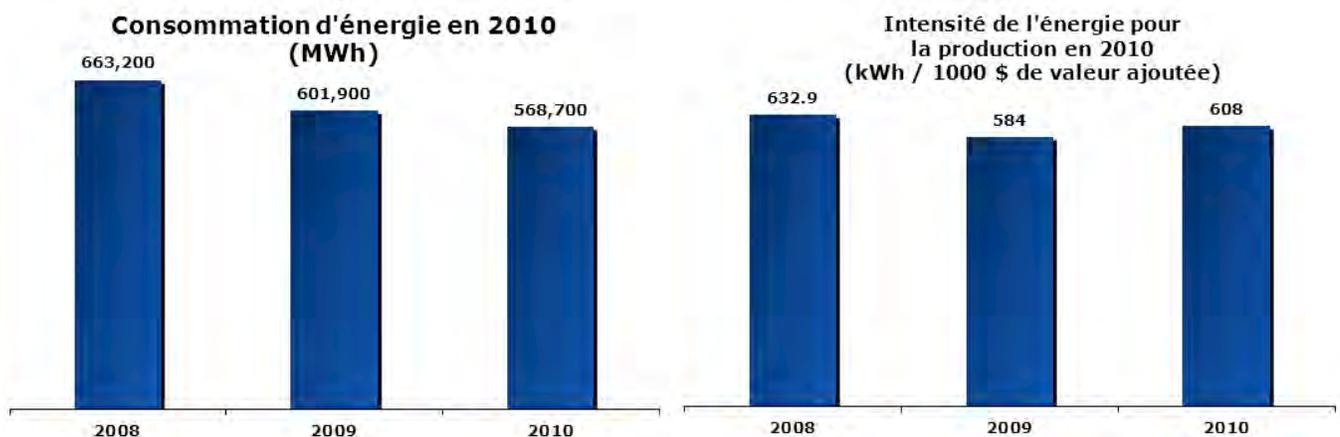
Leadership dans l'industrie

Transcontinental est l'une des fondatrices d'une nouvelle forme de collaboration entre l'Association québécoise pour la maîtrise de l'énergie (AQME) et quatre autres grandes entreprises (Banque Nationale du Canada, Groupe Desjardins, Société des alcools du Québec et Sobeys). En mettant en commun leurs connaissances et leurs expertises, ces partenaires se sont fixé d'ambitieuses cibles de réduction de la consommation d'énergie d'ici cinq ans. Pour ses activités au Québec, la cible de Transcontinental consiste en une réduction de 15 %.

En juillet 2009, Transcontinental a ouvert la nouvelle imprimerie du *San Francisco Chronicle* à Fremont, en Californie. L'immeuble est l'une des premières imprimeries en Amérique du Nord à obtenir la certification Argent du Leadership in Energy and Environmental Design (LEED), Green Building Rating System^{MC}. Plusieurs des points obtenus dans ce système de classification reposent sur des mesures d'efficacité énergétique.

Un projet intéressant est actuellement en cours de réalisation à l'imprimerie Transcontinental Interglobe de Beauceville. L'entreprise de gestion de l'information Ener21, soutenue par Hydro-Québec, a été retenue pour analyser et mesurer l'empreinte énergétique des installations. Bien que la consommation d'électricité de l'imprimerie soit connue grâce au compteur principal, Ener21 a installé des lecteurs sur chaque pièce de l'équipement de production et du système des installations. Cela a permis de prendre des mesures ciblées pour obtenir un meilleur rendement des investissements en énergie. L'un des résultats étonnants, c'est que les mesures ont parfois indiqué une consommation importante d'électricité dans l'imprimerie, alors que celle-ci se trouvait en mode attente. Des analyses plus poussées seront réalisées prochainement pour faire la lumière sur cette situation.

Rendement à ce jour



Encres

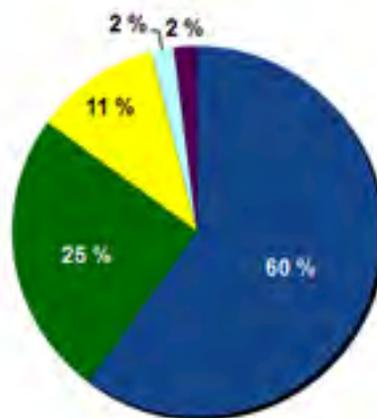
Des produits différents nécessitent des encres différentes. Voici quelques exemples.

- Un journal imprimé en noir et blanc ou avec un nombre limité de couleurs est habituellement imprimé sur des presses à haute vitesse. L'encre doit sécher rapidement, car on utilise rarement un séchoir pour accélérer le séchage, bien que le papier non couché absorbe une certaine quantité d'encre. Et il n'est pas nécessaire que l'encre soit résistante à l'usure, compte tenu de la courte durée de vie d'un journal.
- Un magazine ou un catalogue tout en couleurs est imprimé sur une presse munie d'un séchoir pour assurer la cure de l'encre et accélérer le séchage. Le papier couché absorbe moins d'encre que le papier journal. L'encre doit être résistante à l'usure, et les couleurs doivent être éclatantes.
- Les projets commerciaux, tels que le papier cartonné pour emballages ou les brochures, nécessitent également des encres aux couleurs éclatantes et résistantes à l'usure. Ils sont généralement imprimés sur du papier spécial, au moyen de presses à feuilles plutôt que sur des presses rotatives. Ils sont rarement séchés avec une source de chaleur, mais leur cure peut se faire sous une lampe à rayons UV. C'est pourquoi on utilise des encres sensibles aux UV.
- Les journaux d'aujourd'hui, tout comme les circulaires de vente au détail, nécessitent une impression couleur complète sur chaque page. Nos nouvelles presses hybrides utilisent une encre thermoséchante. Les couleurs doivent être nettes, bien que la durabilité ne soit pas un facteur important.



Achats d'encre

Transcontinental achète un peu plus de 15 800 tonnes d'encre chaque année. Dans une proportion de 85 %, ces encres sont thermoséchantes. Elles sont séchées au moyen de séchoirs dans la chaîne de production. Les 15 % restants sont constitués d'encres fixées à froid, qui n'ont pas besoin d'une source de chaleur pour sécher. Parmi les encres fixées à froid, 2 % sont des encres destinées aux presses à feuilles et 2 % sont des encres séchées aux ultraviolets.



Encres utilisées par Transcontinental en 2010

- Encre thermoséchante pour papier journal
- Encre thermoséchante pour papier couché
- Encre fixée à froid pour presses rotatives
- Encre fixée à froid pour presses à feuilles
- Autres (principalement des encres U.V.)

Composition des encres

Les encres contiennent des pigments, des résines, des huiles, des catalyseurs de séchage et des additifs. Les résines et les huiles, qui comptent pour 40 % à 80 % dans la composition des encres, peuvent provenir de ressources renouvelables. Or, dans l'industrie, des efforts sont faits dans cette direction. Le remplacement des huiles minérales par

des huiles végétales est bénéfique pour l'environnement, car il a pour effet de réduire l'emploi d'une ressource limitée (les produits distillés du pétrole) en lui substituant une autre ressource, qui se dégrade naturellement à la fin de son cycle de vie. L'huile de soja est un bon substitut renouvelable pour une partie des huiles qui entrent dans la composition des encres. Cependant, bien qu'elle présente plusieurs avantages, cette huile a tendance à sécher plus lentement que les huiles minérales. Elle ne peut donc pas être utilisée pour remplacer toutes les huiles minérales utilisées dans des applications nécessitant un séchage rapide. Transcontinental travaille avec ses fournisseurs pour tester différentes encres qui contiennent davantage d'huiles végétales.

Gestion des résidus d'encre

Au total, 97,5 % des encres achetées se retrouvent sur le papier imprimé. Le reste est constitué d'encres qui restent au fond des contenants, d'encres non conformes aux spécifications ou de produits périmés. Ces résidus d'encre sont soit retournés au fournisseur pour être mélangés de nouveau, soit envoyés à une entreprise qui assure leur élimination dans le respect des lois. En raison de leur teneur élevée en huile, ces résidus sont souvent éliminés dans un incinérateur muni d'un récupérateur de chaleur. Dans certains cas, les contenants d'encre sont retournés au fournisseur ou récupérés par une tierce partie pour être recyclés dans la fabrication de nouveaux produits de plastique.

Désencrage du papier dans le procédé de recyclage

Le type d'encre utilisé pour réaliser un projet d'impression rend plus ou moins facile le recyclage du papier. Le désencrage requiert moins de produits chimiques et d'énergie si les encres se dégradent facilement. Les boues produites par le procédé de désencrage peuvent être brûlées pour produire de l'énergie. Transcontinental travaille avec différents fournisseurs pour mieux comprendre le procédé de désencrage afin d'améliorer la chaîne de recyclage.

Eau

Alors que la population de la planète continue de croître, le manque d'accès facile à l'eau potable devient un problème de plus en plus criant. Le Canada possède grosso modo 7 % des réserves d'eau potable de la planète, mais environ 60 % de ces réserves s'écoulent vers le nord alors que 85 % de la population vit dans le sud, à moins de 300 kilomètres de la frontière américaine. Nous avons donc l'impression d'avoir accès à d'abondantes quantités d'eau, mais transporter cette eau là où on en a besoin et s'assurer qu'elle est propre à la consommation est une entreprise complexe.



Transcontinental utilise peu d'eau dans le procédé d'impression, et cette eau sert uniquement à la fabrication de la solution de mouillage et à certaines activités de nettoyage. Cependant, nous tenons à connaître exactement notre consommation, pour déterminer quelles sont les activités où nous pourrions réduire notre consommation d'eau. Notre objectif, pour 2012, est de faire l'inventaire des utilisations que nous faisons de l'eau dans nos principales activités et d'obtenir ainsi une vue d'ensemble de nos habitudes d'utilisation.

Biodiversité

Bien que nos activités se déroulent dans des milieux urbains ou semi-urbains et que nous ayons peu d'impact direct sur des zones riches en biodiversité, nous sommes conscients du fait que nos achats de papier peuvent avoir un impact négatif s'ils ne sont pas gérés de façon responsable. Nous croyons que nous avons fait de véritables progrès en ce sens en mettant en application notre Politique d'achat de papier et en encourageant nos clients à choisir les papiers qui sont les moins préjudiciables à l'environnement.



Transport

Nos produits imprimés quittent nos imprimeries et sont acheminés à des entreprises, des entrepôts, des centres de distribution et parfois aux installations de Postes Canada, pour être ensuite distribués aux foyers canadiens. Dans le cas du Publisac, nous sommes les distributeurs. Dans d'autres cas, nos clients viennent chercher leurs publications eux-mêmes, au quai d'expédition de nos imprimeries.

À ce jour, nous n'avons pas fait de collecte d'information auprès de nos 177 entités d'affaires pour connaître la quantité de produits livrés, les distances parcourues, les moyens utilisés et l'identité des entreprises ou des personnes qui ont fait la livraison. Ce genre d'initiative nécessiterait des efforts considérables, et il ne s'agit pas de l'une des priorités que nous

avons établies, chez Transcontinental, en matière d'analyse de notre empreinte écologique. Cependant, nous avons développé un outil de modélisation pour évaluer les émissions de gaz à effet de serre attribuables à un projet d'impression. Cela nous a permis de comprendre que les émissions dues au transport représentent une partie importante de l'ensemble des émissions de gaz à effet de serre attribuables à un produit durant tout son cycle de vie. Des programmes destinés à optimiser le transport sont donc en cours d'évaluation.

Plus concrètement, nous avons récemment offert à nos employés des possibilités de téléconférence et nous incitons les gens à les utiliser quand c'est possible, plutôt que de voyager pour se rendre à des réunions.



Empreinte écologique



Ce tableau de l’empreinte environnementale présente les matières premières, l’énergie, les déchets et les émissions inhérents à la création d’une valeur de 1000 \$ en produits ou d’une valeur ajoutée de 1000 \$ dans les installations de Transcontinental.

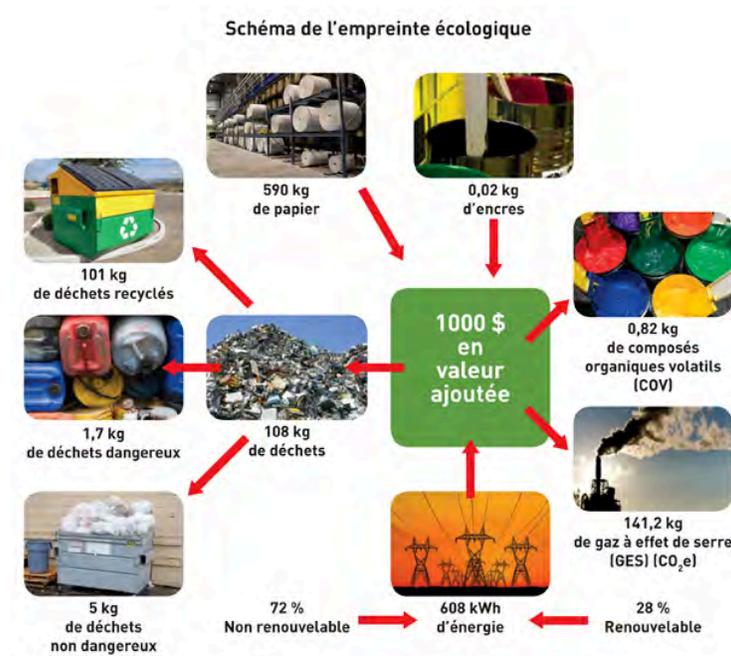


Tableau 2008-2010

par 1000 \$ de valeur ajoutée	2010	2009	2008
Papier	590 kg	490 kg	Non communiqué
Encre	0,02 kg	Non communiqué	Non communiqué
Énergie	608 kWh	571 kWh	636 kWh
Non renouvelable	72 %	71 %	73 %
Renouvelable	28 %	29 %	27 %
Déchets	108 kg	97 kg	100 kg
Matières recyclées	101 kg	91 kg	92 kg
Matières dangereuses résiduelles	1,7 kg	1,8 kg	1,9 kg
Déchets non dangereux	5 kg	5 kg	6 kg
Émissions de composés organiques volatiles (COV)	0,82 kg	0,80 kg	Non communiqué
Émissions de gaz à effet de serre (GES)	141 kg eCO ₂	140 kg eCO ₂	154 kg eCO ₂

Chez Transcontinental, nous sommes conscients que notre rendement financier est directement lié à notre rendement social et environnemental. Chaque facette de notre entreprise est interreliée et contribue à assurer notre prospérité à long terme.

Il y a deux ans, en réponse aux changements structurels qui avaient lieu au sein des industries de l'impression et des médias, nous avons adopté une stratégie de croissance basée sur nos activités existantes et sur le développement de nouveaux produits et services.

Pour bien mettre en œuvre cette stratégie, nous devons encourager les initiatives en matière d'efficacité et d'innovation, avoir suffisamment de fonds disponibles pour les investissements stratégiques et prôner la rigueur et la transparence en matière de gouvernance. Cette stratégie nous permet de protéger l'avoir des actionnaires et de continuer d'offrir à nos clients des produits et services de qualité dont ils ont besoin.

Nos efforts en matière de développement durable dans ce domaine sont axés vers deux objectifs stratégiques :

- 1. préserver la valeur de la Société**
- 2. investir dans la croissance future**

Vous trouverez également de plus amples renseignements sur notre méthode de gestion :

Rendement économique ([Rapport annuel](#), [Notice annuelle](#));

Présence dans le marché ([Rapport annuel](#), [Notice annuelle](#));



En 2010, nos revenus provenant de nouvelles sources sont passés de 170,3 M\$ à 183,0 M\$, une augmentation de 7 %.

En 2010, notre bénéfice d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (BAIIA) est passé de 338,9 M\$ à 382,0 M\$, une augmentation de 13 %. Il s'agit là du BAIIA le plus élevé de l'histoire de Transcontinental.

En 2010, nous avons réduit le niveau d'endettement de la Société. Au 31 octobre, le ratio de l'endettement net sur le BAIIA était de 1,8x, comparativement à 2,6x au 31 octobre 2009.

Maintenir une solide situation financière

En tant que société œuvrant, entre autres, au sein des industries de l'impression et des médias, nous devons gérer la transformation de notre entreprise de façon à la faire évoluer des marchés traditionnels vers les nouvelles plateformes numériques. Nous avons choisi d'utiliser le ratio de l'endettement net sur le BAIIA (bénéfice d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements) pour mesurer notre capacité à maintenir une solide situation financière tout en continuant à réinvestir dans l'entreprise.

Cela étant dit, compte tenu de la transformation rapide des industries dans lesquelles nous œuvrons, de notre désir de profiter d'une flexibilité financière accrue et des nouvelles normes minimales établies par les agences de notation de crédit pour conserver la cote de crédit de qualité moyenne, nous avons décidé de nous donner comme cible un ratio de l'endettement net sur le BAIIA d'environ 1,5 x.



Préserver la valeur de la Société

Objectif :

Maintenir une solide situation financière

Cible :

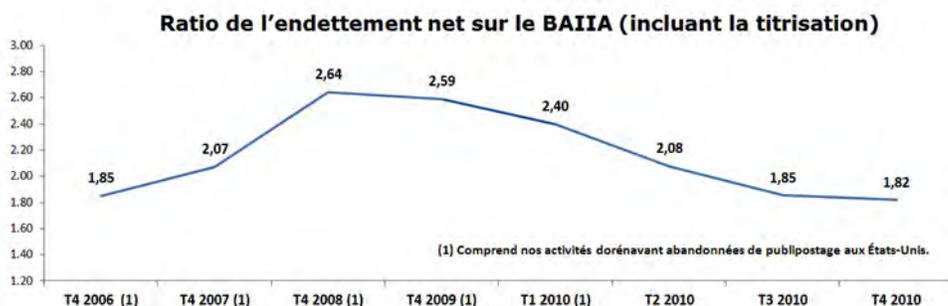
Maintenir un ratio de l'endettement net sur le BAIIA d'environ 1,5 x

Situation en 2010 :

Ratio de l'endettement net sur le BAIIA : 1,8 x

Publications connexes

[Lien avec le rapport annuel](#)



Au cours des deux dernières années, notre ratio de l'endettement net sur le BAIIA a atteint un sommet de 2,6 x, puis il a diminué progressivement. À la fin de 2010, il était de 1,8 x. Au cours des derniers trimestres, nous avons réussi à améliorer ce ratio en augmentant notre BAIIA ainsi qu'en réduisant notre endettement net. Premièrement, nous avons accru notre BAIIA grâce à certains investissements effectués récemment qui ont commencé à porter leurs fruits de même qu'en poursuivant nos mesures visant à améliorer notre efficacité. Deuxièmement, nous avons réduit notre endettement net principalement en raison de la vente de nos activités de publipostage aux États-Unis, de l'émission d'actions privilégiées (considérées comme des capitaux propres à 100% dans ce calcul) ainsi que l'évolution favorable du taux de change sur nos dettes libellées en dollars américains.

Nous croyons pouvoir atteindre assez rapidement un ratio de l'endettement net sur le BAIIA de 1,5 x, en raison d'un certain nombre de facteurs. Nous prévoyons que notre BAIIA continuera d'augmenter grâce au regroupement d'usines, à des gains de parts de marché ainsi qu'à la contribution de notre nouvelle plateforme hybride d'impression de journaux et de circulaires. De plus, étant donné la récente crise du crédit, l'incertitude entourant la dernière récession et la transformation profonde des industries dans lesquelles nous sommes actifs, nous croyons qu'il est actuellement plus prudent de disposer d'une plus grande flexibilité financière. Enfin, puisque nos dépenses en immobilisations diminueront considérablement au cours des prochaines années, nous prévoyons utiliser principalement nos flux de trésorerie excédentaires pour réduire davantage notre endettement net.

Gouvernance

Notre structure de gouvernance fait en sorte que notre entreprise est gérée dans le meilleur intérêt des trois piliers de Transcontinental : actionnaires, employés et clients. Nous croyons que la structure de gouvernance actuellement en place est forte, mais nous travaillons sans cesse à son amélioration.

Nos objectifs en matière de gouvernance sont de maintenir un conseil d'administration comptant au moins deux tiers de membres indépendants et d'accroître le nombre de femmes occupant des postes de cadre supérieur pour le faire passer à 25 % (conseil d'administration, Comité de direction et équipes de direction des secteurs).

Conseil d'administration

Notre conseil d'administration compte 13 personnes. Il est présidé par Rémi Marcoux, président exécutif du conseil et fondateur de Transcontinental, et il se réunit régulièrement afin d'examiner le rendement financier et les décisions en matière de planification stratégique. Les rôles de président exécutif du conseil et de président et chef de la direction sont distincts. Neuf des treize membres du conseil, ou 69 %, sont indépendants. Une surveillance accrue est assurée par trois comités permanents formés uniquement d'administrateurs indépendants : Comité des ressources humaines et de rémunération, Comité de régie d'entreprise et Comité de vérification. On trouvera de plus amples renseignements sur les mandats de ces comités sur le site web de Transcontinental, à la section Régie d'entreprise.

Comité de direction

La gestion quotidienne de Transcontinental relève d'un Comité de direction composé de dix personnes, placé sous la responsabilité de François Olivier, président et chef de la direction, et appuyé par les équipes de direction de nos trois secteurs : Impression, Médias et Interactif.

Gouvernance

Objectif :

Maintenir et améliorer une saine gouvernance

Cible :

Maintenir un conseil d'administration équilibré comptant au moins deux tiers de membres indépendants

Situation en 2010 :

Plus de deux tiers des 13 membres du conseil d'administration de la Société (soit neuf, ou 69 %) sont indépendants

Cible :

Accroître le nombre de femmes occupant un poste de cadre supérieur pour le faire passer à 25 % (conseil d'administration, Comité de direction et équipes de direction des secteurs)

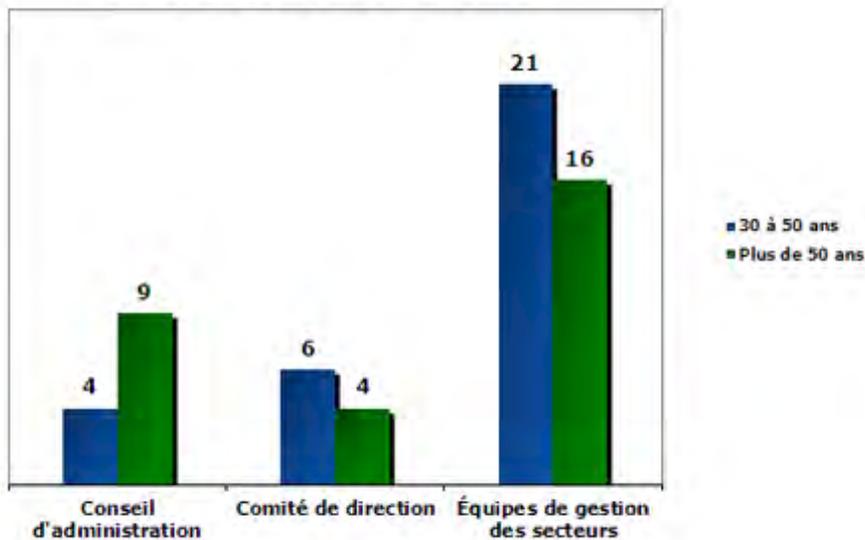
Situation en 2010 :

Les femmes occupent actuellement 18 % des postes de cadre supérieur

Documents connexes :

- [Code d'éthique de Transcontinental](#)
- [Autres politiques](#)
- [Conseil d'administration actuel](#)
- [Mandat du conseil d'administration et des comités](#)
- [Rôle et responsabilités du comité de régie d'entreprise](#)
- [Circulaire de sollicitation de procurations de la direction](#)

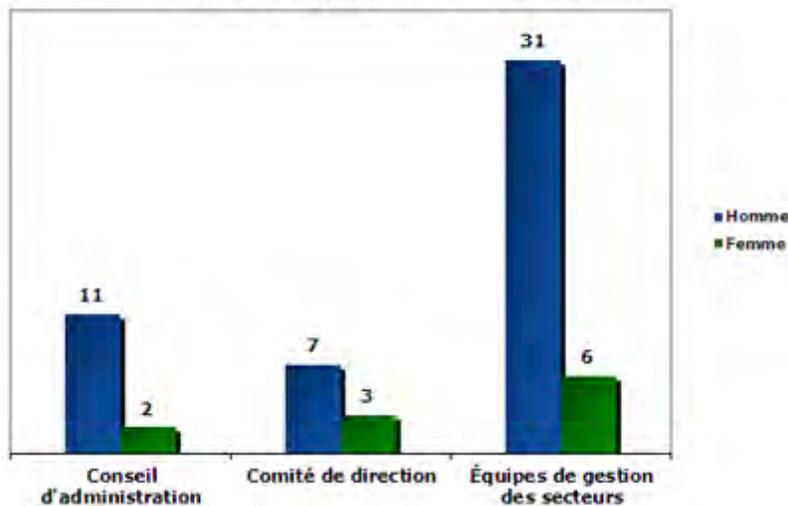
Répartition selon l'âge dans les équipes de direction



Femmes occupant des postes de cadre supérieur

Nous voulons accroître le nombre de femmes occupant des postes de cadre supérieur pour le porter à 25 % (conseil d'administration, Comité de direction et équipes de direction des secteurs). Les femmes occupent actuellement 18 % de ces postes.

Répartition selon le sexe dans les équipes de direction



Deux catégories d'actions

Le capital actions de Transcontinental comprend des actions de catégorie A à droit de vote subalterne, donnant droit à 1 vote par action, et des actions de catégorie B, donnant droit à 20 votes par action. Selon cette structure du capital, Rémi Marcoux, fondateur et président exécutif du conseil de Transcontinental, détient 16,31 % des actions participantes en circulation et 71,45 % des droits de votes. Bien que certains actionnaires puissent remettre en question cette structure, nous croyons qu'elle favorise la planification à long terme et respecte les intérêts de tous les actionnaires. En fait, bon nombre d'études arrivent à la conclusion que les entreprises contrôlées par une famille présentent des avantages. Parmi ces études, il y a celle de l'Institute for Governance of Public and Private Organizations (2006) et celle de Miller et Le Breton-Miller (2006).

Code d'éthique

Le Code d'éthique de Transcontinental est un document d'orientation destiné à tous les employés. Il est distribué à grande échelle et contient des règles concernant l'intégrité, la confidentialité, le comportement et les conflits d'intérêts. En matière de comportement éthique, ce document présente des lignes directrices claires, qui correspondent à la norme la plus élevée, et il s'applique à tous les échelons de la Société, en tout temps.

Politiques de la Société

Transcontinental a également élaboré des politiques relatives aux opérations d'initiés, à la divulgation de l'information, aux médias sociaux, ainsi qu'en matière de soumission de plaintes. Ces politiques sont publiées sur le site web de Transcontinental, à la section Régie d'entreprise.

Gestion des risques

Le directeur de la gestion des risques de Transcontinental a mis en place un programme de gestion des risques en collaboration avec le Comité de direction. Ensemble, ils ont dressé une liste des six plus grands risques et ont mis au point un processus d'examen et de communication permettant de gérer les risques de la Société. Une présentation sur la gestion des risques est faite régulièrement au Comité de vérification du conseil d'administration.

Favoriser l'embauche à l'échelle locale

Les postes au sein des 177 entités de Transcontinental situées au Canada, aux États-Unis et au Mexique sont presque exclusivement occupés par du personnel provenant des communautés qui les entourent, y compris les postes de direction. Trois employés expatriés travaillent actuellement pour Transcontinental au Mexique, dont deux occupent des postes de direction. Aux États-Unis, cinq expatriés travaillent pour Transcontinental à sa nouvelle imprimerie située à Fremont, en Californie. Cette installation présente une structure organisationnelle horizontale et, pour cette raison, le ratio direction/personnel ne s'y applique pas. Notre secteur de l'interactif compte un membre de la direction expatrié aux États-Unis.

Diversité et égalité des chances

Transcontinental accorde beaucoup d'importance au perfectionnement du talent et du leadership de ses employés. L'un des nombreux résultats positifs de cette approche sera une meilleure répartition selon le sexe dans les équipes de direction des secteurs et dans le Comité de direction au fil du temps.

Améliorer l'efficacité

L'impression est l'une des forces de Transcontinental, et elle est reconnue pour son efficacité et ses innovations technologiques dans ce domaine. Depuis 2007, nous avons investi quelque 700 millions de dollars en immobilisations corporelles, principalement dans les trois principaux projets suivants, qui sont tous complétés et en exploitation :

- construction d'une nouvelle usine pour imprimer le *San Francisco Chronicle* à Fremont, en Californie;
- modernisation en 2009 de l'usine Transmag de Transcontinental, située à Montréal;
- réseau pancanadien de presses hybrides servant à l'impression de journaux et de circulaires qui a démarré en octobre 2010.

Ce dernier projet a été entrepris pour exécuter un contrat renouvelé d'une durée de 18 ans conclu avec *The Globe and Mail*. Ce contrat, d'une valeur globale de 1,7 milliard de dollars, génère 25 millions de dollars additionnels annuellement. Grâce à ce réseau unique de presses hybrides, *The Globe and Mail* peut être imprimé sur du papier couché, avec de la couleur à chaque page. Cela signifie que la plateforme peut également répondre aux besoins de nos clients détaillants qui désirent faire imprimer des circulaires pendant le jour, lorsque les presses sont généralement inoccupées. Une utilisation plus productive de l'équipement et des capacités permet donc d'améliorer l'efficacité globale. L'investissement permettra de réduire les dépenses en immobilisations au sein du Groupe du détail au cours des prochaines années, et les clients détaillants bénéficieront d'une qualité d'impression haut de gamme et d'un choix de couleurs et de formats inégalé au Canada.

Nous avons choisi d'utiliser le rendement sur le capital investi (RCI) pour mesurer notre capacité d'accroître la rentabilité de nos actifs. Nous visons un rendement sur le capital investi supérieur à notre coût moyen pondéré du capital (CMPC) de 9 %.



Améliorer l'efficacité

Objectif :

Améliorer l'efficacité

Cible :

Obtenir un rendement sur le capital investi (RCI) supérieur au coût moyen pondéré du capital (CMPC)

Situation en 2010 :

RCI : 8 %

CMPC : 9 %



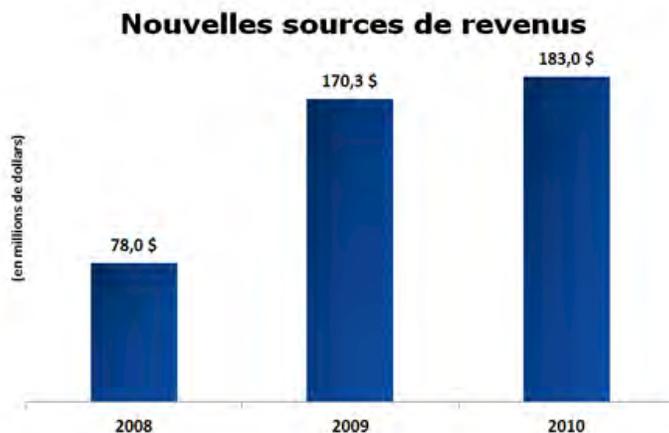
Entre 2006 et 2010, le RCI de Transcontinental a été inférieur à son CMPC de 9 %, en raison de l'impact négatif des taux de change, de certains projets d'envergure qui n'avaient pas encore pleinement contribué et du fait que nous avons réalisé des investissements stratégiques dans nos secteurs des médias et de l'interactif. Notre RCI de 8 % en 2010 représente un tournant. Celui-ci a recommencé à croître grâce à nos profits qui ont augmenté et nos dépenses en immobilisations qui ont diminué. À l'avenir, nous nous attendons à ce que notre RCI continue de s'améliorer, à mesure que le rendement de nos récents investissements atteindra son potentiel et que nos initiatives visant à améliorer l'efficacité se poursuivront. À la suite de l'accélération de notre programme au cours des dernières années, nous comptons réduire considérablement nos dépenses en immobilisations corporelles, qui devraient passer sous la moyenne des dix dernières années.

Investir dans l'innovation

Les industries de l'impression et des médias sont en pleine transformation amenée par la transition graduelle de la publicité sur de nouvelles plateformes numériques. Étant donné que plus de 80 % de nos revenus proviennent directement ou indirectement des budgets de publicité de nos clients, nous devons adapter nos produits et services afin de répondre à leurs nouveaux besoins.

Par conséquent, au cours des dernières années, nous avons de plus en plus investi dans notre secteur des médias afin de mettre au point des produits et services sur de nouvelles plateformes numériques. Nous avons également investi dans la technologie d'impression numérique, ce qui correspond à une tendance croissante pour les courts tirages. Et, il y a deux ans, nous avons créé le secteur de l'interactif afin de proposer des produits et services de marketing interactif. Nous appelons « nouvelles sources de revenus » les revenus provenant des investissements que nous avons faits dans : nos nouvelles plateformes numériques dans le secteur des médias, l'impression numérique dans le secteur de l'impression et le marketing interactif dans le secteur de l'interactif.

Pour mesurer le succès de la transformation de notre entreprise, nous avons choisi de suivre la croissance de ces nouvelles sources de revenus. Nous nous sommes fixés comme objectif de faire passer les revenus générés par de nouvelles sources de 183,0 millions de dollars en 2010 à 300 millions de dollars d'ici la fin de l'exercice 2013. Nous prévoyons atteindre cet objectif grâce à la croissance interne et aux acquisitions.



Les revenus provenant de nouvelles sources sont passés de 78,0 millions de dollars en 2008 (3 % de notre portefeuille) à 183,0 millions de dollars en 2010 (9 % du portefeuille). Cette croissance est principalement attribuable aux acquisitions dans le secteur de l'interactif (Thindata 1 :1, Rastar, Conversys, LIPSO et Totem) et aux initiatives de croissance interne dans nos secteurs des médias et de l'impression au chapitre de nos activités numériques. De plus, Transcontinental a récemment acquis Vortex Mobile, un fournisseur de solutions mobiles établi à Toronto. Cette acquisition contribuera ainsi aux nouvelles sources de revenus à compter de l'exercice financier 2011.



Investir dans l'innovation

Objectif :

Investir dans des produits, services, plateformes et processus novateurs

Cible :

Augmenter à 300 M\$ la part des revenus provenant de nouvelles sources, d'ici la fin de l'exercice financier 2013

Situation en 2010 :

183,0 M\$

Publications connexes

[Rapport annuel 2010](#)

Valeur économique

En créant de la richesse, nous contribuons également au mieux-être de la société. Nous partageons notre succès avec les actionnaires, les employés et les communautés où nous sommes établis en versant des dividendes, en créant des emplois directs et indirects et en offrant des dons et des commandites.

(en millions\$)	2010	2009*
Valeur économique directe générée :		
Revenus	2 091,6 \$	2 169,8 \$
Répartition de la valeur économique :		
Frais d'exploitation (incluant les frais de vente, les frais généraux et administratifs et excluant les indemnités de départ, les salaires et les avantages sociaux)	1 042,8 \$	1 131,1 \$
Salaires et avantages sociaux des employés (excluant les indemnités de départ)	666,8 \$	699,8 \$
Paiements aux fournisseurs de capitaux :		
Dividendes sur actions participantes	28,3 \$	25,8 \$
Dividendes sur actions privilégiées	7,0 \$	- \$
Intérêts payés	39,2 \$	38,8 \$
Paiements aux gouvernements – impôts payés	33,4 \$	43,8 \$
Commandites et dons dans les communautés	5,8 \$	5,7 \$

* Certains chiffres de 2009 ont été retraités sur une base différente pour qu'ils puissent être comparés avec ceux de 2010.

Revenus

En 2010, nous avons généré des revenus consolidés de 2,1 milliards de dollars, ce qui représente une diminution de 4 % par rapport aux revenus de 2,2 milliards générés en 2009. Toutefois, si on exclut les acquisitions, les cessions et fermetures d'usines et de publications ainsi que les effets des taux de change et du papier, les revenus ont augmenté de 25,6 millions de dollars ou 1,2 %.

Répartition de la valeur économique

Frais d'exploitation

En 2010, nous avons déboursé un milliard de dollars en frais d'exploitation. Ces dépenses comprennent les biens et services comme le papier, les plaques et les encres ainsi que les frais de vente, les frais généraux et administratifs.

Salaires et avantages sociaux des employés

En 2010, nous avons employé environ 10 500 personnes au Canada, aux États-Unis et au Mexique (9 450 au Canada, 336 aux États-Unis et 795 au Mexique). La rémunération du personnel a atteint un total de 666,8 millions de dollars en 2010, à l'exclusion des indemnités de départ. Étant donné qu'il fallait réduire notre main-d'œuvre en raison du ralentissement économique et des changements au sein de nos industries, nous avons versé 13,0 millions de dollars en indemnités de départ et en services professionnels de réaffectation.

Fournisseurs de capitaux

Pour être en mesure d'investir de façon stratégique, il faut que nous ayons accès à du capital. Et, pour obtenir ce capital, nous devons absolument avoir un plan d'affaires robuste, une solide équipe de direction, une bonne feuille de route et de la crédibilité. Pour maintenir notre crédibilité financière, nous devons respecter nos obligations envers les fournisseurs de capitaux en versant des dividendes et des intérêts et en remboursant le capital à l'intérieur des délais fixés. La structure de financement de Transcontinental est une combinaison de capitaux propres et de passifs financiers. En 2010, nous avons augmenté le montant des dividendes versés aux titulaires d'actions participantes, qui sont passés de 32 cents par action par année, ou 25,8 millions de dollars, à 44 cents par action, ou 35,6 millions de dollars (cette augmentation a été annoncée lors la divulgation de nos résultats de fin d'exercice 2010 et elle s'appliquera à compter du premier trimestre de l'exercice financier 2011), ce qui représente une augmentation de 38 %. De plus, nous avons versé 7,0 millions de dollars en dividendes aux titulaires d'actions privilégiées. En ce qui a trait à nos créanciers, nous avons déboursé 39,2 millions de dollars en frais d'intérêts.

Impôts

Les impôts payés par Transcontinental aident tous les ordres de gouvernement au Canada, aux États-Unis et au Mexique. En 2010, notre contribution totale en impôts sur le revenu s'élevait à 33,4 millions de dollars, ainsi répartis : 32,8 millions au Canada, 0,4 million au Mexique et 0,2 million aux États-Unis.

Dons et commandites dans les communautés

Transcontinental a toujours été activement engagée dans les communautés où elle fait des affaires. En 2010, nous avons versé 5,8 millions de dollars sous forme de dons, de commandites, de dons en biens et d'autres contributions afin d'appuyer des œuvres caritatives, des organismes sans but lucratif et d'autres causes. Dans les communautés, Transcontinental investit généralement dans les secteurs de l'éducation, de la santé et des arts.



L'engagement communautaire de Transcontinental en gestes concrets :

François Olivier, président et chef de la direction de Transcontinental, siège au comité directeur de Centraide Québec depuis 2008. Actuellement, il est président du comité exécutif de la division des communications de l'organisme.

En outre, les employés contribuent à la campagne de Centraide au moyen de retenues salariales, de dons spéciaux et d'autres activités.

Retombées indirectes

Outre les retombées économiques directes découlant des salaires que nous versons aux employés, des biens et services que nous offrons et de nos impôts, Transcontinental, en tant que très important imprimeur, éditeur et fournisseur de communications marketing en Amérique du Nord, produit de nombreuses retombées économiques indirectes. Notamment, la circulation des biens et services que les fournisseurs de Transcontinental obtiennent de leurs propres fournisseurs et les salaires dépensés dans la communauté, qui contribuent directement et indirectement à la création d'emplois. Veuillez consulter la section relative à la valeur économique générée par la Société dans notre [Rapport annuel](#).

Tableau de concordance de la GRI

Rapport de Transcontinental sur le développement durable 2010

Joindre le geste à la parole

Note : L'information citée répond aux lignes directrices de GRI. Voir le site web suivant www.globalreporting.org

	Section du rapport	Numéro de page du rapport	Déclaration partielle	Déclaration complète
Stratégie et analyse				
1.1 Déclaration du président et chef de la direction	<u>Mot du président et chef de la direction</u>	6		✓
1.2 Description des principaux effets, risques et possibilités	<u>Mot du président et chef de la direction</u>	6		✓
	<u>Notre entreprise</u>	8		
	<u>Les gens</u>	36		
	<u>Papier</u>	47		
	<u>Gaz à effet de serre</u>	54		
	<u>Énergie</u>	60		
	<u>Eau</u>	64		
	<u>Biodiversité</u>	65		
	<u>Investir dans l'innovation</u>	76		
	<u>Engagement des parties prenantes</u>	19		
	<u>Responsabilité sociale à l'oeuvre</u>	31		
Profil de l'organisation				
2.1 Nom de l'organisation	Transcontinental inc.			
2.2 Principaux produits, services et marques correspondantes	<u>Notre entreprise</u>	8		✓
2.3 Structure opérationnelle	<u>Notre entreprise</u>	8		✓
2.4 Lieu où se trouve le siège de l'organisation	<u>Notre entreprise</u>	8		✓
2.5 Nombre de pays où l'organisation exerce ses activités	<u>Notre entreprise</u>	8		✓
2.6 Nature du capital et forme juridique	<u>Notre entreprise</u>	8		✓
2.7 Marchés desservis	<u>Notre entreprise</u>	8		✓
2.8 Taille de l'organisation	<u>Notre entreprise</u>	8		✓
2.9 Changements significatifs durant la période couverte par le rapport	<u>Mot du président et chef de la direction</u>	6		✓
2.10 Récompenses reçues	<u>Prix et reconnaissances</u>	28		✓
Paramètres du rapport				
Profil du rapport				
3.1 Période couverte par le rapport	Du 1 ^{er} novembre 2009 au 31 octobre 2010			
3.2 Date du dernier rapport	Rapport 2009, publié en février 2010			
3.3 Cycle de production	Annuel			
3.4 Personne-ressource pour toute question sur le rapport ou son contenu	Jennifer F. McCaughey, CFA Directrice principale aux relations avec les investisseurs et aux communications financières (jennifer.mccaughey@transcontinental.ca)			
3.5 Processus de détermination du contenu du rapport	<u>Méthodologie du rapport</u>	24		✓
	<u>Engagement des parties prenantes</u>	19		
3.6 Périmètre du rapport	<u>Méthodologie du rapport</u>	24		✓

3.7	Limites du champ ou du périmètre du rapport	<u>Méthodologie du rapport</u>	24	✓
3.8	Principes adoptés pour la communication des données concernant les coentreprises, etc.	<u>Méthodologie du rapport</u>	24	✓
3.9	Techniques de mesure des données et bases de calcul	<u>Méthodologie du rapport</u>	24	✓
3.10	Explication des conséquences de toute reformulation d'information fournie dans les rapports précédents	<u>Bulletin</u> <u>Valeur économique</u> <u>Composés organiques volatils</u> <u>Gaz à effet de serre</u>	4 77 52 54	✓
3.11	Changements significatifs, au regard des rapports antérieurs	<u>Méthodologie du rapport</u>	24	✓
3.12	Tableau identifiant l'emplacement des éléments d'information requis dans le rapport	<u>Tableau de concordance de la GRI</u>	79	✓
3.13	Politique et pratiques courantes visant la validation du rapport	<u>Méthodologie du rapport</u>	24	✓
Gouvernance, engagements et dialogue				
4.1	Structure de gouvernance	<u>Gouvernance</u>	71	✓
4.2	Indiquer si le président du conseil d'administration est aussi un membre de la haute direction	<u>Gouvernance</u>	71	✓
4.3	Administrateurs indépendants ou ne faisant pas partie de la haute direction	<u>Gouvernance</u>	71	✓
4.4	Mécanismes permettant aux actionnaires et aux employés de faire des recommandations ou de proposer des orientations au conseil d'administration	<u>Gouvernance</u>	71	✓
4.5	Lien entre les rémunérations des membres du conseil d'administration, des cadres supérieurs et des cadres dirigeants, et la performance de l'organisation	<u>Engagement des parties prenantes</u>	19	✓
4.6	Processus mis en place par le conseil d'administration pour éviter les conflits d'intérêt.	<u>Gouvernance</u> <u>Code d'éthique</u>	71 Code d'éthique	✓
4.7	Processus de détermination des qualifications et de l'expertise exigée des membres du conseil d'administration pour décider des orientations stratégiques de l'organisation en matière de questions économiques, environnementales et sociales.	Non déclaré – information confidentielle Les qualifications du conseil d'administration de la Société sont disponibles sur le site web de Transcontinental. Par contre, le processus d'évaluation pour le choix des membres du Conseil ne peut pas être divulgué pour des raisons de confidentialité.		
4.8	Mission ou valeurs, codes de bonne conduite et principes définis à l'interne par l'organisation	<u>Gouvernance</u> <u>Code d'éthique</u>	71 Code d'éthique	✓
4.9	Procédures définies par le conseil d'administration pour superviser la manière dont l'organisation identifie et gère sa performance	<u>Gouvernance</u>	71	✓
4.10	Processus d'évaluation de la performance propre du conseil d'administration	<u>Gouvernance</u>	71	✓

4.11 Explications sur la position de l'organisation quant à la démarche ou au principe de précaution et sur ses actions en la matière.	<u>Réduire les composés organiques volatils</u>	52	✓
	<u>Substances contrôlées</u>	57	
	<u>Gaz à effet de serre</u>	54	
	<u>Responsabilité relative au produit</u>	44	
4.12 Chartes, principes et autres initiatives d'origine extérieure auxquels l'organisation a souscrit	<u>Conditions de travail</u>	43	✓
4.13 Affiliation à des associations ou adhésion à des organisations nationales ou internationales	<u>Responsabilité relative au produit</u>	44	✓
4.14 Liste des parties prenantes avec qui l'organisation entretient un dialogue	<u>Engagement des parties prenantes</u>	19	✓
4.15 Critères utilisés par l'organisation pour déterminer ses parties prenantes et choisir celles avec qui engager un dialogue	<u>Engagement des parties prenantes</u>	19	✓
4.16 Démarche de ce dialogue	<u>Engagement des parties prenantes</u>	19	✓
4.17 Questions et préoccupations clés soulevées par l'entremise du dialogue avec les parties prenantes	<u>Engagement des parties prenantes</u>	19	✓
Indicateurs du rendement économique			
Approche de gestion, objectifs, rendements, politiques et information contextuelle			
• La performance économique	<u>Bulletin</u>	4	✓
	<u>Notre entreprise</u>	8	
	<u>Valeur économique</u>	77	
• La présence sur le marché	<u>Notre entreprise</u>	8	✓
	<u>Valeur économique</u>	77	✓
• Les impacts économiques indirects	<u>Valeur économique</u>	77	✓
Économie : Indicateurs de performance			
EC1 Valeur économique directe créée et distribuée	<u>Valeur économique</u>	77	✓
EC2 Implications financières et autres risques et occasions pour les activités de l'organisation liées aux changements climatiques	<u>Gaz à effet de serre</u>	54	✓
EC3 Couverture des obligations de l'organisation au titre de régimes d'avantages sociaux déterminées	<u>Bulletin</u>	4	✓
Présence sur le marché			
EC7 Procédures d'embauche locale et proportion de cadres supérieurs recrutés localement sur les principaux sites opérationnels.	<u>Gouvernance</u>	71	✓
Impacts économiques et indirects			
EC8 Développement et impact des investissements en matière d'infrastructures et des services	<u>Valeur économique</u>	77	✓

EC9 Compréhension et description des impacts économiques indirects significatifs, y compris l'importance de ces impacts	<u>Valeur économique</u>	77	✓
---	--------------------------	----	---

Environnement : Indicateurs de performance

Approche de gestion, objectifs, rendements, politiques et information contextuelle

• Matières	<u>Achat de papier</u>	47	✓
	<u>Encre</u>	62	
• Énergie	<u>Énergie</u>	60	✓
• Eau	<u>Eau</u>	64	✓
• Biodiversité	<u>Biodiversité</u>	65	✓
	<u>Papier</u>	47	
• Émissions, effluents et déchets	<u>COVs</u>	52	✓
	<u>Gaz à effet de serre</u>	54	
	<u>Rejets d'eaux usées</u>	56	
	<u>Eau</u>	64	
• Produits et services	<u>Investir dans l'innovation</u>	76	✓
	<u>Responsabilité relative au produit</u>	44	
• Respect des textes	<u>Environnement</u>	46	✓
• Transport	<u>Transport</u>	66	✓
• Généralités	<u>Environnement</u>	46	✓

Matières

EN1 Consommation de matières en poids ou en volume	<u>Achat de papier</u>	47	✓
	<u>Encre</u>	62	
EN2 Pourcentage des matières utilisées provenant de matières recyclées	<u>Achat de papier</u>	47	✓
	<u>Encre</u>	62	

Énergie

EN3 Consommation d'énergie directe	<u>Énergie</u>	60	✓
	<u>Bulletin</u>	4	
EN4 Consommation d'énergie indirecte	<u>Énergie</u>	60	✓
EN5 Économies d'énergie grâce à l'efficacité énergétique	<u>Énergie</u>	60	✓
EN6 Initiatives pour fournir des produits et des services reposant sur des sources d'énergie renouvelables ou à rendement amélioré	<u>Énergie</u>	60	✓
EN7 Initiatives pour réduire la consommation d'énergie indirecte	<u>Énergie</u>	60	✓

Biodiversité

EN12 Impacts sur la biodiversité des aires protégées ou des zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées	<u>Biodiversité</u>	65	✓
	<u>Achat de papier</u>	47	

Émissions, effluents et déchets

EN16 Émissions totales, directes ou indirectes, de gaz à effet de serre	<u>Gaz à effet de serre</u>	54	✓
EN17 Autres émissions indirectes pertinentes de gaz à effet de serre	<u>Gaz à effet de serre</u>	54	✓
EN18 Initiatives pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et réductions obtenues	<u>Gaz à effet de serre</u>	54	✓
EN20 Émissions de NO _x et de SO _x , et autres émissions atmosphériques significatives dans l'air	<u>Réduire les COVs</u>	52	✓
	<u>Bulletin</u>	4	

EN23	Nombre total et volume des déversements accidentels significatifs.	<u>Gestion environnementale des installations</u>	50	✓
Produits et services				
EN26	Initiatives pour réduire les impacts environnementaux des produits et services	<u>Bulletin</u>	4	✓
Emploi, relations sociales et travail décent - Indicateurs de performance				
Pratiques et conditions de travail décentes				
Approche de gestion, objectifs, rendements, politiques et information contextuelle				
• Emploi		<u>Gouvernance</u>	71	✓
		<u>Conditions de travail</u>	43	
• Relations entre la direction et les employés		<u>Gouvernance</u>	71	✓
		<u>Conditions de travail</u>	43	
• Santé et sécurité au travail		<u>Accidents et incidents</u>	37	✓
		<u>Mieux-être des employés</u>	39	
		<u>Conditions de travail</u>	43	
		<u>Bulletin</u>	4	
• Formation et éducation		<u>Formation et développement des employés</u>	40	✓
			71	
• Diversité et égalité des chances		<u>Gouvernance</u>	71	✓
		<u>Conditions de travail</u>	43	
Emploi				
LA3	Prestations versées aux employés à temps plein qui ne sont pas versées aux intérimaires	<u>Bulletin</u>	4	✓
Relations entre la direction et les employés				
LA4	Pourcentage d'employés couverts par une convention collective	<u>Bulletin</u>	4	✓
Santé et sécurité au travail				
LA6	Effectif représenté par des comités mixtes Direction-employés de santé et de sécurité au travail	<u>Bulletin</u>	4	✓
LA7	Taux d'accidents de travail de maladies professionnelles, d'absentéisme, nombre de journées de travail perdues et nombre total de décès liés au travail	<u>Bulletin</u> <u>Accidents et incidents</u>	4 37	✓
Formation et éducation				
LA12	Pourcentage d'employés bénéficiant d'évaluations régulières de leur rendement et du perfectionnement de leur carrière	<u>Bulletin</u> <u>Formation et développement des employés</u> <u>Conditions de travail</u>	4 40 43	✓
Diversité et égalité des chances				
LA13	Composition des organes de gouvernance et répartition des employés selon le sexe, le groupe d'âge, l'appartenance à une minorité et autres indicateurs de diversité	<u>Gouvernance</u>	71	✓

Droits de la personne				
Approche de gestion, objectifs, rendements, politiques et information contextuelle				
• Pratiques d'investissement et d'achat	<u>Gouvernance</u>	71		✓
	<u>Valeur économique</u>	77		
• Non-discrimination	<u>Gouvernance</u>	71		✓
	<u>Conditions de travail</u>	43		
• Liberté syndicale et droit de négociation	<u>Bulletin</u>	4		✓
	<u>Conditions de travail</u>	43		
• Interdiction du travail des enfants	<u>Gouvernance</u>	71		✓
	<u>Conditions de travail</u>	43		
• Abolition du travail forcé ou obligatoire	<u>Gouvernance</u>	71		✓
	<u>Conditions de travail</u>	43		
• Pratiques relatives aux plaintes et aux griefs	<u>Gouvernance</u>	71		✓
• Pratiques de sécurité	<u>Conditions de travail</u>	43		✓
	<u>Mieux-être des employés</u>	39		
• Droits des populations autochtones	<u>Conditions de travail</u>	43		✓
Interdiction du travail des enfants				
HR6 Activités présentant un risque important en ce qui a trait au travail des enfants, et mesures prises pour contribuer à l'abolition de telles pratiques	<u>Gouvernance</u>	71		✓
	<u>Conditions de travail</u>	43		
Société				
Approche de gestion, objectifs, rendements, politiques et information contextuelle				
• Communauté	<u>Mieux-être de la communauté</u>	42		✓
• Corruption	<u>Gouvernance</u>	71		✓
	<u>Code d'éthique</u>	Code d'éthique		
• Politique publique	<u>Gouvernance</u>	71		✓
• Comportement anticoncurrentiel	<u>Gouvernance</u>	71		✓
• Respect des textes	<u>Gouvernance</u>	71		✓
Corruption				
SO2 Pourcentage et nombre total de domaines d'activité stratégique soumis à des analyses de risques en matière de corruption	<u>Gouvernance</u>	71		✓
SO3 Pourcentage d'employés formés aux politiques et procédures anticorruption de l'organisation	<u>Gouvernance</u>	71		✓
	<u>Code d'éthique</u>	Code d'éthique		
Politique publique				
SO6 Total des contributions versées en nature et en espèces aux partis politiques, hommes politiques et institutions connexes	<u>Code d'éthique</u>	Code d'éthique		✓
Responsabilité du fait des produits				
Approche de gestion, objectifs, rendements, politiques et information contextuelle	<u>Responsabilité relative au produit</u>	44		✓
Santé et sécurité des consommateurs				
PR1 Étapes du cycle de vie des produits et services sur la santé et la sécurité	<u>Responsabilité relative au produit</u>	44		✓
Étiquetage des produits et des services				

PR5	Pratiques relatives à la satisfaction du client, et notamment des résultats d'enquêtes de satisfaction	<u>Responsabilité relative au produit</u>	44	✓
Communications marketing				
PR6	Programmes de veille de la conformité aux lois, normes et codes volontaires relatifs à la communication marketing	<u>Responsabilité relative au produit</u>	44	✓
PR7	Nombre total d'incidents de non-conformité aux réglementations et aux codes volontaires relatifs à la communication marketing	<u>Responsabilité relative au produit</u>	44	✓
Respect de la vie privée				
PR8	Plaintes fondées pour atteinte à la vie privée de clients	<u>Responsabilité relative au produit</u>	44	✓