



Tenir parole

Rapport sur le développement durable 2011

TABLE DES MATIÈRES

BULLETIN	2
MESSAGE DU PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION	3
NOTRE ENTREPRISE	4
NOTRE ENGAGEMENT EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE	8
LA GOUVERNANCE	15
LES GENS	17
L'ENVIRONNEMENT	29
LA PROSPÉRITÉ	47
MÉTHODOLOGIE DU RAPPORT	52
ANNEXE	54

DÉCLARATIONS PROSPECTIVES

Ce document contient certaines déclarations prospectives relatives aux futures performances de la Société. Ces déclarations sont basées sur les attentes actuelles de la direction et, de par leur nature même, comportent des incertitudes et des risques intrinsèques à la fois généraux et précis. Nous mettons les lecteurs en garde contre le fait de se fier indûment à ces déclarations puisque les résultats réels pourraient différer sensiblement des hypothèses, prévisions et attentes exprimées dans ces déclarations prospectives, en raison d'un certain nombre de facteurs dont plusieurs échappent à notre contrôle. Les risques, incertitudes et autres facteurs pouvant influencer les résultats réels sont décrits dans le plus récent rapport de gestion ainsi que dans la notice annuelle 2011.

Tableau 1 – Bulletin

		Variation			
		2011	2010	2011/2010	
Les gens	Nombre d'employés:	9 724	10 581	↓	-8%
	Répartition géographique				
	Canada	9 350	9 450	↓	-1%
	États-Unis	374	336	↑	11%
	Mexique	0	795	↓	-100%
	Répartition selon le genre				
	Femmes	4 063	Non publiée	-	-
	Hommes	5 661	Non publiée	-	-
	Salaires et avantages sociaux des employés (en millions)	658,8 \$	666,8 \$	↓	-1%
	Obligation au titre des prestations constituées (en millions)	398,8 \$	394,7 \$	↑	1%
	Pourcentage d'employés représentés par des comités officiels de santé et de sécurité composés de membres de la direction et de travailleurs	100%	100%	↔	0%
	Pourcentage d'employés couverts par des conventions collectives	22,2%	20,4%	↑	9%
	Pourcentage d'employés couverts par des régimes de retraite	67%	76%	↓	-13%
	Développement du talent				
	Investissement dans la formation des employés (incluant les salaires et les coûts de fournitures) (en millions)	3,18 \$	3,75 \$	↓	-15%
	Postes de direction pourvus à la suite de promotions accordées à l'interne	80%	85%	↓	-6%
	Pourcentage des dirigeants qui bénéficient d'évaluations régulières de leur rendement et du perfectionnement de leur carrière	100%	100%	↔	0%
	Pourcentage d'employés (non syndiqués) qui bénéficient d'évaluations régulières de leur rendement et du perfectionnement de leur carrière	100%	Non publiée	-	-
	Ratio de jours de travail perdus par accident:				
	Taux de fréquence (voir formule dans la section Les gens)	0,88	0,94	↓	-6%
	Taux de gravité (voir la formule dans la section Les gens)	24,81	31,99	↓	-22%
L'environnement	Investissements dans la communauté (dons, commandites, biens et services (en millions)	4,5 \$	5,1 \$	↓	-10%
	Immeubles - possédés (en pi ²)	3 114 000 ou 40 propriétés	4 144 631 ou 50 propriétés	↓	-25%
	Immeubles - loués (en pi ²)	2 266 000 ou 129 immeubles	2 234 299 ou 127 immeubles	↑	1%
	Matières premières				
	Papier acheté (à l'exclusion du papier fourni par les clients) (en tonnes)	518 000	548 000	↓	-5%
	Encre achetée (en tonnes)	14 000	15 800	↓	-11%
	Consommation d'énergie				
	Énergie tirée de combustibles fossiles (gaz naturelle, propane et diesel) (en MWh)	252 600	267 900	↓	-6%
	Énergie tirée de l'électricité achetée (en MWh)	275 800	302 900	↓	-9%
	Pourcentage d'énergie renouvelable	30,0%	30,1%	↓	0%
	Émissions				
	Gaz à effet de serre (GES) - portées 1 et 2 des activités d'impression (en tonnes)	114 800	127 000	↓	-10%
	Composés organiques volatils (COV) (en tonnes)	440	524	↓	-16%
	Recyclage				
	Contributions en espèces et en nature à des programmes publics de recyclage	653 000 \$	474 000 \$	↑	38%
	Pourcentage de déchets récupérés provenant des imprimeries (papier, plaques d'impression, carton, plastique, etc.)	94,5%	94,0%	↑	1%
La prospérité	Système de gestion				
	Déversements importants	0	0	↔	-
	Amendes pour dégâts causés à l'environnement ou non-conformité (en dollars américains)	10 000 \$	0 \$	↑	-
	Revenus (en millions)	2 043,6 \$	2 028,3 \$	↑	1%
	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)	1 028,4 \$	1 004,1 \$	↑	2%
	Revenus obtenus de nouvelles sources (en millions)	193,7 \$	183,0 \$	↑	6%
	Rendement du capital investi (RCI)	8,7%	8,0%	↑	9%
	Paievements versés aux bailleurs de fonds				
	Dividendes sur actions participantes (en millions)	39,7 \$	28,3 \$	↑	40%
	Dividendes sur actions privilégiées (en millions)	6,8 \$	7,0 \$	↓	-4%
	Intérêts payés (en millions)	30,4 \$	39,2 \$	↓	-22%
	Impôts payés (en millions)	19,2 \$	33,4 \$	↓	-43%
	Bénéfice d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (BAIIA) (en millions)	373,0 \$	373,2 \$	↓	0%
	Ratio d'endettement net ⁽³⁾	1,44x	1,87x	↓	-23%
	Actifs totaux (en millions)	2 453,6 \$	2 594,7 \$	↓	-5%
	Financement total (en millions)	1 621,5 \$	1 959,9 \$	↓	-17%
	Capitaux propres (en millions)	1 329,0 \$	1 247,0 \$	↑	7%
	Dettes à long terme (en millions)	292,5 \$	712,9 \$	↓	-59%

C: Cible

1: Incluant le Mexique en 2010 et 2011.

2: Incluant le Mexique en 2010 seulement.

3: Incluant la titrisation. Ajusté pour 2011 seulement.



MESSAGE DU PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION

Pour une troisième année consécutive, je suis fier de vous présenter notre rapport en matière de développement durable. Je suis heureux de constater que nous avons poursuivi, encore cette année, notre progression, notamment en matière de santé, sécurité et mieux-être au travail, et ce, grâce à nos programmes bien implantés. De plus, de nouvelles initiatives, dont celles destinées à réduire les émissions de gaz à effet de serre, ont également contribué à notre progrès en la matière. Nos processus internes de collecte et d'analyse de certaines données se sont aussi améliorés, nous permettant de mieux rendre compte des trois aspects touchant le développement durable : les gens, la prospérité et l'environnement. Chez TC Transcontinental, nous sommes résolument engagés à favoriser le développement durable, et nous continuerons à l'intégrer à nos activités en mobilisant nos parties prenantes, en soutenant l'innovation et faisant connaître les résultats obtenus.

Une industrie en transformation

TC Transcontinental se transforme et s'adapte au rythme de la dynamique des marchés. Au cours des dernières années, les nouvelles technologies ont modifié les comportements des consommateurs et les besoins des entreprises. La multiplication des plateformes de communication a provoqué une fragmentation des auditoires. Cela signifie que les programmes marketing pour attirer, joindre et fidéliser les clientèles cibles sont devenus plus complexes. Cet état de fait fournit l'occasion de transformer TC Transcontinental en une entreprise plus durable. Ainsi, nous élargissons notre offre de produits et services en saisissant les occasions d'affaires du côté des activités numériques et interactives, tout en préservant les capacités de nos meilleurs actifs dans le secteur de l'impression. De plus, nous rendons nos activités plus polyvalentes et plus efficaces, en mettant l'accent sur nos actifs les plus productifs. Nous investissons dans de nouveaux équipements et réduisons notre consommation d'énergie et nos impacts environnementaux. Enfin, nous attirons et retenons les meilleurs talents, à la fois dans nos activités traditionnelles et dans nos nouveaux services, sans négliger de maintenir une saine situation financière.

Nous développons dorénavant nos services sous le principe de l'activation marketing, qui vise à créer et à réaliser des programmes marketing adaptés. Nous avons aussi acquis de nouvelles solutions technologiques, notamment dans le secteur de la mobilité. Nous avons aussi élargi notre champ d'action en lançant de nouveaux sites Web et en acquérant des médias : le Groupe Le Canada Français, Avantage Consommateurs de l'Est du Québec inc., *Le Nord*, de Saint-Jérôme, et le journal *Nouvelles Hebdo*, de Dolbeau-Mistassini. Nous avons vendu nos actifs mexicains pour nous concentrer sur nos imprimeries au Canada, et nous accroissons nos revenus d'impression avec l'acquisition de Quad/Graphics Canada Inc. Notre imprimerie récemment construite en Californie et certifiée LEED continue d'améliorer son taux d'utilisation de la capacité; c'est là que nous imprimons le *San Francisco Chronicle*. Nous avons consolidé certaines de nos activités d'impression et, au cours des dernières années, nous avons investi plus de 700 millions de dollars dans de nouveaux équipements. En même temps, nous avons réduit notre dette, et nos solides assises financières nous permettent d'envisager l'avenir avec confiance.

La stratégie commerciale de TC Transcontinental a toujours été axée sur la promotion des intérêts communs de ses employés, de ses clients et de ses actionnaires. Cette année, nous avons officiellement ajouté un quatrième groupe, la collectivité, c'est-à-dire l'ensemble des communautés auxquelles nous offrons nos services et dans lesquelles nous faisons des affaires. Nous avons aussi porté un regard neuf sur la philosophie de gestion et les valeurs de notre entreprise pour nous assurer qu'elles reflètent bien notre évolution dans le temps. Nos valeurs expriment les qualités et les comportements auxquels nous aspirons. Elles définissent la façon dont nous voulons faire des affaires. Essentielles à notre développement durable, nos valeurs sont maintenant centrées sur l'innovation, le travail d'équipe, le respect et la performance.

Autre fait saillant important, à la direction de TC Transcontinental, nous comptons aujourd'hui plus de femmes. Le nombre de femmes faisant partie de la haute direction a augmenté de 18 % en 2010 à 22 % en 2011. Nous avons aussi annoncé que depuis le 16 février 2012, M^{me} Isabelle Marcoux occupe le poste de présidente du conseil d'administration. Sa nomination fait suite à la décision officielle de notre fondateur, M. Rémi Marcoux, de quitter ce poste, tout en demeurant membre du conseil. Notre conseil d'administration compte maintenant 27 % de femmes, ce qu'a jugé bon de souligner *Corporate Knights* dans son rapport sur la diversité publié en novembre 2011.

En terminant, j'aimerais sincèrement remercier tous les membres de notre comité directeur du développement durable pour le magnifique travail qu'ils ont accompli au cours de la dernière année. Je tiens également à remercier chaleureusement tous les employés qui ont contribué à nos efforts en matière de développement durable. Mes remerciements vont aussi aux nombreuses personnes, parmi nos parties prenantes, qui ont pris le temps de nous faire parvenir leurs commentaires et qui nous ont ainsi aidés à poursuivre notre progression.

Président et chef de la direction

François Olivier

PROFIL

TC 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 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 et régionaux au Québec et dans les provinces de l'Atlantique. TC Transcontinental est également le leader de la distribution de porte en porte de matériel publicitaire au Canada, grâce à son Publisac au Québec et à Targeo dans le reste du Canada. Grâce à un vaste réseau numérique qui compte plus de 1000 sites Web, l'entreprise rejoint plus de 13,7 millions de visiteurs uniques chaque mois au Canada. La Société offre de plus des services et des produits marketing interactif utilisant de nouvelles plateformes de communication et s'appuyant sur des services de stratégies 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.

Au 31 octobre 2011, Transcontinental inc. connue sous les marques TC Transcontinental, TC Media et TC Imprimeries Transcontinental, comptait approximativement 11 000 employés au Canada et aux États-Unis, et ses revenus publiés ont été de 2,0 milliards de dollars canadiens en 2011. 87% des revenus totaux de la Société étaient générés au Canada, alors que le solde était généré par les entités d'affaires aux États-Unis ou provenait des importations américaines dont la provenance était le Canada.

Transcontinental inc. (TSX : TCL.A, TCL.B, TCL.PR.D) est une compagnie publique¹ cotée à la Bourse de Toronto dont le siège social est établi à Montréal, au Québec. Au 31 octobre 2011, le plus important actionnaire est Capinabel inc. Capinabel inc. détient 13 209 840 ou 87,19% des actions catégorie B en circulation et 154 400 ou 0,23% des actions catégorie A en circulation. Au total, Capinabel inc. détient 16,49% des actions en circulation. Jarislowsky, Fraser Limitée détient 8 230 272 ou 12,49% des actions catégorie A en circulation et 76 200 ou 0,50% des actions catégorie B en circulation. Jarislowsky détient 10,25% des actions en circulation.

STRATÉGIE

Notre objectif ultime chez TC Transcontinental est d'assurer notre croissance et notre rentabilité à long terme pour l'intérêt commun de nos employés, de nos clients, de nos actionnaires ainsi que de nos collectivités, les quatre piliers de l'entreprise. Notre stratégie repose sur plusieurs principes fondamentaux : être les chefs de file dans les marchés desservis, maintenir une approche disciplinée en matière d'acquisitions et de gestion financière et entretenir une culture axée sur l'innovation ainsi que sur la satisfaction de nos clients.

Cela dit, la mission de TC Transcontinental vise principalement à aider nos clients à attirer, à joindre et à fidéliser leurs consommateurs cibles. La Société réalise cette mission en offrant des produits et services d'impression, des contenus et véhicules médias ainsi que des outils de propagation numérique, dont plusieurs reposent sur de nouvelles plateformes technologiques en ligne, auxquelles nos clients recourent de plus en plus pour leurs campagnes de marketing. La Société entend poursuivre son développement et continuer à s'adapter aux besoins évolutifs de ses clients afin de les aider à accroître le rendement de leurs investissements publicitaires. Ainsi, notre vision consiste à maintenir notre position de chef de file canadien dans plusieurs de nos créneaux, mais également de nous tailler une place de chef de file à titre de fournisseur de produits et de services marketing.

TC Transcontinental poursuit sa transformation de manière à guider ses clients dans leur processus d'activation marketing par l'entremise de ses produits et services, autant traditionnels qu'interactifs et numériques. Pour y parvenir, la Société a adopté une approche à deux volets : 1) utiliser ses 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 axées sur les nouvelles plateformes numériques. Aussi, TC Transcontinental passe graduellement d'une offre plus globale à une offre différenciée et innovatrice par client, puisant dans l'ensemble de ses produits et services sur support papier ainsi que numérique. De cette façon, la Société croit qu'elle pourra ainsi maximiser son potentiel de croissance à moyen et à long terme.

Somme toute, TC Transcontinental entend profiter de ses produits et services de marketing uniques pour accélérer le développement de sa nouvelle offre de service intégrée auprès des annonceurs. Aussi, les fondations solides construites au fil des années grâce à nos activités existantes, notre stratégie de créneaux et l'exploitation des avenues qui émergent des nouvelles tendances nous placent dans une position

¹ Voir la [Circulaire de sollicitation de procurations de la direction](#) pour plus de détails.

concurrentielle avantageuse pour profiter des occasions qui se présenteront à moyen et à long terme. En fait, le déploiement de ces nouveaux services devrait s'accélérer au cours des prochaines années.

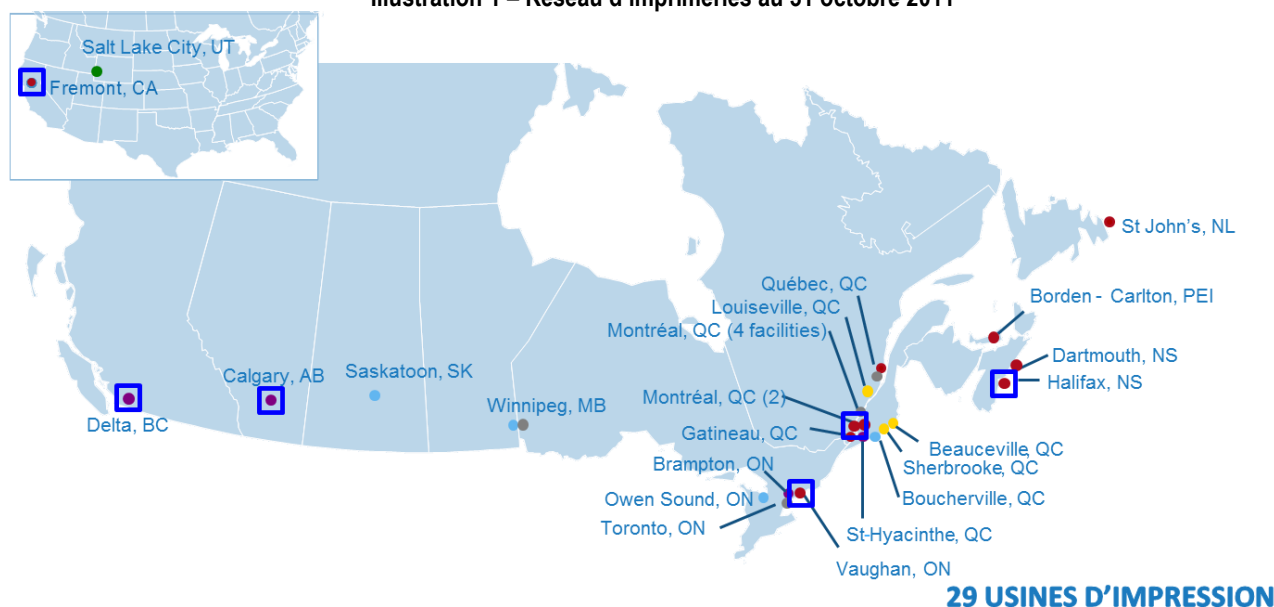
Cependant, certains défis devront être relevés afin de permettre à la Société de maximiser l'intégration et le développement de ses nouvelles activités. L'accent devra être mis sur le développement de nos stratégies marketing interactives pour nos clients tout en intégrant davantage nos activités et nos produits et services existants. Enfin, à l'instar de la transformation des industries d'impression et d'édition, TC Transcontinental s'appuie également sur une transformation intégrée afin de satisfaire les besoins évolutifs de ses clients ainsi que les nouvelles habitudes des consommateurs.

Afin d'accélérer l'offre d'activation marketing à l'ensemble de la Société, une nouvelle structure d'exploitation a été mise en place depuis le 1^{er} novembre 2011 visant à combiner nos activités numériques et nos solutions marketing interactives.

TC IMPRIMERIES TRANSCONTINENTAL

TC Transcontinental est le premier imprimeur au Canada et le quatrième en Amérique du Nord. Nous imprimons, de façon récurrente, d'importants volumes de produits imprimés pour de grands détaillants et des éditeurs. Nous imprimons également du matériel de marketing personnalisé. Le secteur de l'impression compte plus de 5 600 employés. Il représente 65% de nos revenus consolidés et 74% de notre bénéfice d'exploitation ajusté. Il se distingue par son vaste réseau de 29 imprimeries, réparties dans l'ensemble du Canada et en partie aux États-Unis. Au cours des dernières années, TC Transcontinental a investi plus de 700 millions de dollars dans son réseau d'imprimeries pour qu'il soit à la fine pointe de la technologie. Plus de 50% de nos activités d'impression font l'objet de contrats pluriannuels.

Illustration 1 – Réseau d'imprimeries au 31 octobre 2011



- Produits marketing (7)
Produits commerciaux et de marketing direct
- Journaux (10)
La Presse, SFC, G&M, journaux régionaux et locaux
- Interactif (1)
Impression numérique (2 entités premedia)
- Magazines et catalogues (4)
Magazines de TC, Rogers, etc.
- Détail (4)
Circulaires et encarts
- Livres (3)
Ouvrages pédagogiques et professionnels
- Plateforme hybride (6)

TC Transcontinental imprime principalement cinq types de produits:



Les circulaires pour la vente au détail représentent 34% de nos revenus d'impression, dont la majeure partie est d'importants détaillants en alimentation et des pharmacies. Ce créneau fait généralement l'objet de contrats de trois à cinq ans.

Les journaux représentent 22 % de nos revenus d'impression. Nos principaux clients sont Gesca, le quotidien *The Globe and Mail*, Hearst et TC Media pour nos journaux locaux. La plupart du temps, le créneau de l'impartition fait l'objet de contrats de 15 à 18 ans.

Les magazines constituent 18 % de nos revenus d'impression, nos deux principaux clients étant le secteur des médias de Transcontinental

(TC Media) et Rogers. Ce créneau est généralement lié à des contrats de trois à cinq ans.

Les produits marketing constituent 16 % de nos revenus d'impression. Ces produits comprennent notamment du matériel de publipostage, des brochures de marketing, des rapports annuels et de la publicité destinée aux points de vente. Généralement, ce créneau ne fait l'objet d'aucun contrat à long terme.

Les livres comptent pour 10 % de nos revenus d'impression dont la majorité est générée par la production des livres pédagogiques et des ouvrages d'intérêt général. Ce segment n'est pas caractérisé par la présence de contrats à long terme.

TC MEDIA

TC Media est l'un des plus importants groupes de médias au Canada. Nous produisons principalement du contenu pour trois groupes d'intérêt, à savoir les collectivités locales, les femmes et les communautés d'affaires, et nous diffusons ce contenu par l'entremise de différentes plateformes, telles que les magazines, les journaux et les médias numériques. Nous créons et gérons aussi, pour nos clients, du contenu destiné à diverses plateformes. Jusqu'au 31 octobre 2011, le secteur des médias et celui de l'interactif fonctionnaient indépendamment, mais, afin d'accroître notre habileté à répondre aux besoins de nos clients en matière de communication marketing multiplateforme, nous avons fusionné ces deux secteurs le 1^{er} novembre 2011.

Le secteur des médias compte plus de 3 300 employés et représente 29 % de nos revenus consolidés et 26 % de notre bénéfice d'exploitation ajusté. Le secteur de l'interactif compte plus de 700 employés et représente 6 % de nos revenus consolidés. Notre secteur des médias a rejoint en 2011, plus de 20,8 millions de consommateurs au Canada, grâce à ses plateformes diversifiées. Il publie aussi des livres pédagogiques destinés au marché francophone nord-américain. Notre secteur de l'interactif offre des solutions et des services de marketing qui harmonisent les stratégies, les contenus et les systèmes de diffusion multicanal. Depuis plusieurs années, nous avons investi dans le développement de nos médias numériques et dans nos solutions interactives.

Les contenus et les solutions de diffusion de nos secteurs des médias et de l'interactif peuvent être résumés comme suit :



Les journaux communautaires, quotidiens et hebdomadaires comptent pour 36 % des revenus du secteur des médias. Nous publions quelque 180 journaux communautaires au Québec, dans les provinces de l'Atlantique et en Saskatchewan. Ces journaux ont un lectorat d'au moins 3,5 millions de personnes par semaine.

Les magazines représentent 25 % des revenus du secteur des médias. Avec plus de 30 titres, atteignant chaque mois plus de 11 millions de lecteurs en anglais et en français, nos magazines sont des produits phares dans leurs marchés respectifs et ils procurent aux annonceurs un accès de grande qualité aux communautés d'intérêt : mode, beauté et style de vie; alimentation et cuisine; santé et bien-être; maisons et jardins; art de vivre pour les aînés; ouest du Canada; sports; affaires et finance.

La distribution équivaut à 23 % des revenus du secteur des médias.

Nous livrons à 3,4 millions de foyers au Québec, principalement au moyen du Publisac, et à 9,3 millions de ménages dans le reste du Canada par l'entremise de notre division Targeo.

Les médias numériques dont nous sommes propriétaires constituent 8% des revenus du secteur des médias. Nous avons des sites Web pour toutes nos publications ainsi que des marques uniquement associées à des sites Web. Nous accueillons plus de 13,7 millions de visiteurs différents par mois dans notre réseau numérique et dans les réseaux que nous représentons.

L'édition de livres pédagogiques représente 8 % des revenus du secteur des médias. Nous publions plus de 2 400 auteurs et nos livres sont utilisés dans plus de 5 000 institutions d'enseignement.

Les solutions de contenu axées sur la création et la gestion des contenus constituent 57 % des revenus du secteur de l'interactif. Nous créons des contenus sur mesure, sous diverses formes (texte et vidéo, notamment), pour les grandes entreprises.

Les services numériques et interactifs comptent pour 43 % des revenus du secteur de l'interactif. Ils comprennent le marketing personnalisé, les promotions et l'impression numériques et la mobilité. Nous mettons également au point d'autres produits : courriels, circulaires électroniques, programmes et technologies mobiles, ainsi qu'une vaste gamme de services de publipostage personnalisés.

PRÉSENCE DANS LE MARCHÉ

Antérieurement au 1^{er} novembre 2011, les activités de la Société étaient dans trois secteurs soit ceux de l'impression, des médias et de l'interactif. Étant donné que ce rapport porte sur la période du 1^{er} novembre 2010 au 31 octobre 2011, l'information est présentée conformément à cette structure lorsqu'il y a lieu.

Tableau 2 – Revenus par groupe en 2011

IMPRESSION			MÉDIAS			INTERACTIF		
	Revenus en 2011 (en million)	Part des revenus consolidés		Revenus en 2011 (en million)	Part des revenus consolidés		Revenus en 2011 (en million)	Part des revenus consolidés
	1 401 \$	65%		612 \$	29%		125 \$	6%
Groupe du détail	474 \$	22%	Groupe des solutions aux communautés locales	360 \$	17%	Les solutions de contenu	71 \$	3%
Groupe des magazines, des livres et des catalogues	388 \$	18%	Groupe des solutions d'affaires et aux consommateurs	156 \$	7%	Les services numériques et interactifs	54 \$	3%
Groupe des journaux	310 \$	15%	Groupe d'édition de livres pédagogiques	50 \$	2%			
Groupe des produits marketing	228 \$	11%	Groupe des nouveaux médias et des solutions numériques	46 \$	2%			

Note: Exclut les activités intersectorielles et autres activités qui représentaient (95 M\$) en 2011.

NOTRE ENGAGEMENT EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

NOTRE PARCOURS EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Nous avons amorcé notre parcours en matière de développement durable il y a près de 20 ans, en adoptant notre politique environnementale. Depuis, nous avons sans cesse œuvré à l'amélioration de notre rendement social, environnemental et financier, et ce, sous le chapeau de la bonne gouvernance. Nous avons dévoilé nos réalisations en publiant en 2009 notre premier Rapport sur le développement durable, conforme aux normes de la Global Reporting Initiatives (GRI). Le comité de développement durable mis sur pied cette même année, représente une étape supplémentaire de notre engagement envers le développement durable puisqu'un de ses rôles consiste à guider l'organisation dans les prochaines étapes de sa démarche.

Tableau 3 – Notre parcours en matière de développement durable

Étapes importantes	
1993	Politique environnementale
2000	Code d'éthique
2002	Politique de divulgation de l'information
2005	- Politique en matière de soumission de plaintes - Politique sur les opérations d'initiés
2007	Politique d'achat de papier
2008	- Ateliers de sensibilisation des cadres supérieurs au développement durable - Politique énergétique - Programme global de gestion de l'énergie
2009	- Comité directeur du développement durable - Premier rapport sur le développement durable – Niveau C de la Global Reporting Initiative (GRI)
2010	- Politique de la Société relative aux médias sociaux - Officialisation de l'engagement des parties prenantes - Objectifs et cibles en matière de développement durable - Rapport sur le développement durable – Niveau B de la GRI (déclaration complète pour 28 indicateurs et partielle pour sept autres)
2011	- Progrès relativement aux objectifs et cibles de développement durable en atteignant certaines cibles en avance sur les délais prévus - Rapport sur le développement durable – Niveau B de la GRI (déclaration complète pour 37 indicateurs et partielle pour treize autres)

NOTRE ÉQUIPE

TC Transcontinental a mis sur pied, en 2009, un comité directeur du développement durable composé d'employés de toute la Société et soutenu par ÉEM, une firme-conseil en gestion durable. Les membres de ce comité directeur varient d'année en année, mais ils forment toujours un échantillon représentatif de la Société. Les employés sont choisis au sein des différents segments de l'exploitation pour leur connaissance de l'entreprise et leur expertise technique, et ont pour bagage différents degrés d'ancienneté. Le comité directeur se réunit de six à huit fois par an.



Rangée arrière, de gauche à droite : Haig Poutchigian; Denis Aubin; Gabriella Kovacs; Jean Denault; Marc-Noël Ouellette; René Poirier; Marie-Hélène Bolduc; Donald Simard; Patricia Robichaud; Brigitte Lépine; Stuart Lister, ÉEM inc.; Mathieu Hébert. Rangée avant, de gauche à droite : Stephanie Hamilton, ÉEM inc.; Karyne Bouchard; Zoraya Esplugas; Jennifer F. McCaughey et Benoît Caron.

Le rôle du comité directeur du développement durable est de:

- Informer, éduquer et mobiliser les employés, les cadres supérieurs et le conseil en ce qui a trait aux enjeux touchant le développement durable;
- Guider TC Transcontinental vers les prochaines étapes de son engagement dans la voie du développement durable;
- Sensibiliser les parties prenantes internes et externes aux enjeux touchant le développement durable et bonifier leur connaissance de ces enjeux;
- S'assurer que la Société œuvre à l'atteinte de ses objectifs en matière de développement durable et qu'elle fasse rapport sur les mesures mises en place;
- Superviser la préparation du Rapport sur le développement durable;
- Agir comme référence en matière de développement durable au sein de TC Transcontinental.



Jennifer F. McCaughey, CFA

*Directrice principale aux relations avec les investisseurs et aux communications financières
Présidente du comité directeur du développement durable*

Nous cherchons sans cesse à améliorer notre rendement. C'est pourquoi nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires au sujet de notre Rapport sur le développement durable. Nous ferons rapport sur ce que vous nous direz, ainsi que sur les gestes que nous aurons posés à la lumière des commentaires reçus. Vous pouvez communiquer avec nous par courriel à ecodev@tc.tc

Nous vous remercions de votre appui dans notre parcours en matière de développement durable.

CIBLES ET RENDEMENT

L'an dernier, nous nous sommes fixés des objectifs à court et à moyen termes. Nous voulions que ces objectifs soient ambitieux mais réalisables et qu'ils comportent des cibles précises. Nous avons choisi les domaines ciblés en fonction de leur importance pour nos parties prenantes, de l'ampleur de leurs impacts et de notre capacité à y mesurer et contrôler notre performance. Nous avons choisi de préférence des domaines susceptibles de créer une force d'attraction et de stimuler l'intérêt pour le développement durable dans d'autres champs d'activité de notre entreprise. Le tableau suivant présente notre progrès.

Tableau 4 – Progrès à la lumière de nos ambitions

	Objectifs		Cibles	Dates Cibles (fin de l'année fiscale)	2010	2011	Progrès		
Les gens	Développer pour attirer et retenir le talent		Produire des plans de développement pour les candidats à la relève de cette année, et ce, pour 100% des postes de directeur et de cadre supérieur	annuel	100%	100%	(1)	●	Encore une fois, cette année, nous avons atteint cet objectif. Celui-ci sera à nouveau fixé pour 2012.
	Maintenir et améliorer la santé, la sécurité et le mieux-être des employés	Réduire le nombre d'accidents et d'incidents	Maintenir le taux de fréquence des accidents compensables sous 1,00		0,94	0,88	(1)	●	Le progrès réalisé provient essentiellement du secteur de l'impression grâce à des améliorations dans l'implantation du programme de prévention <i>Vigilance</i> .
			Diminuer le taux de gravité des accidents compensables à 20 d'ici à 2013	2013	31,99	24,81	(1)	●	Le progrès réalisé est relié à une meilleure implantation du programme <i>Retour au travail</i> .
	Investir dans le mieux-être de la communauté	Soutenir la cohésion dans la communauté	Par des dons et des commandites, soutenir des domaines importants en matière de santé, d'éducation, de culture et de développement communautaire, à un niveau approprié à la performance de la Société, pour atteindre des objectifs communs.		5,1 \$M	4,5 \$M	(2)	n.a.	Les dons en espace publicitaire ont légèrement diminué cette année en raison de l'intervalle entre le moment de la demande d'espaces publicitaires et la disponibilité de tels espaces. Les dons en espèces et les commandites sont demeurés à peu près constants. Le total des dons a suivi le même rythme que nos bénéfices avant intérêts, impôts et amortissements (BAIIA).
L'environnement	Protéger et restaurer les écosystèmes	Augmenter les achats de papier écologique	Augmenter la proportion de papiers Or et Or Plus que nous achetons à 55 %	2012	45%	55%	(1)	●	À la fin de 2011, nous avons atteint notre cible pour 2012, malgré les reculs de 2009 dus à la fermeture de certaines usines produisant du papier recyclé. Nous nous efforcerons de consolider ces gains et de poursuivre notre progression en 2012.
			Réduire la proportion de papier Bronze à 10 %	2012	11%	6%	(1)	●	
		Améliorer la gestion des aspects environnementaux dans les installations	Augmenter à 75% le niveau de mise en oeuvre du système de gestion environnemental (SGE) dans l'ensemble de nos imprimeries	2012	39%	46%	(1)	●	Bien que des progrès aient été réalisés dans nos installations, des améliorations sont encore nécessaires et seront apportées grâce à notre comité de l'efficacité manufacturière et à notre programme de gestion des risques.
		Réduire les émissions de composés organiques volatils (COV en tonnes)	Lancement d'initiatives pour étudier des produits d'impression à faible teneur en composés organiques volatils (COV)		524	440	(1)	●	En 2011, nous avons testé plus de 17 produits différents dans sept installations et nous les avons évalués en fonction de critères bien définis. Les travaux se poursuivent.
		Réduire les émissions de gaz à effet de serre en fonction de la production (en tonnes par 1000\$ de VA)	Réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) de 15 % (par rapport à 2008)	2012	-13%	-17%	(1)	●	Nous avons atteint notre cible de réduction avant l'échéance fixée, grâce à notre restructuration, au déplacement d'activités de production vers nos installations nouvellement équipées et plus efficaces, et à nos initiatives en matière d'efficacité énergétique. Nous avons aussi enregistré une diminution de 29 % de nos émissions absolues depuis 2008.
	Optimiser l'utilisation des ressources	Améliorer la gestion des déchets	Mise en oeuvre d'un programme global de gestion des déchets dans quatre imprimeries	2012	2	4		●	Quatre projets pilotes ont été mis en oeuvre avec succès. Ces projets ont fourni des renseignements essentiels sur les secteurs où il faut concentrer nos efforts de réduction des déchets. Toutes nos imprimeries mettent maintenant à exécution les plans de réduction des déchets.
		Réduction de la consommation d'énergie (base:2008; en % pour KWh par 1000\$ de VA)	Réduction de la consommation d'énergie de 15 % dans nos imprimeries (par rapport à la consommation de 2008)	2012	-5,3%	-6,8%	(1)	●	En 2011, de nombreuses initiatives éconergétiques ont été prises, pour un investissement total de 1,3 million de dollars. Notre consommation absolue d'énergie a diminué d'au moins 20 % depuis 2008.
			Réduction de la consommation d'énergie de 10 % dans nos bureaux (par rapport à la consommation de 2008)		2012	à être compilé à partir de 2012			n.a.
La prospérité	Préserver la valeur de la Société	Maintenir une solide situation financière	Maintenir un ratio de l'endettement net sur le BAIIA d'environ 1,5 x	en continu	1,87x	1,44x	(3)	●	Ce ratio a chuté considérablement en raison des liquidités excédentaires considérables qui ont été générées et du faible niveau de dépenses en immobilisations en 2011.
		Maintenir et améliorer une saine gouvernance	Maintenir un conseil d'administration équilibré comptant au moins deux tiers de membres indépendants	en continu	69%	67%		●	Avec les ajouts d'Anna Martini (indépendante) et de Nathalie Marcoux (non-indépendante), le ratio de membres indépendants demeure dans la fourchette visée.
			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)	en continu	18%	22%		●	Les progrès réalisés vers l'atteinte de cette cible découlent principalement de changements apportés au conseil d'administration, où la proportion de femmes est passée de 18 % à 27 %, ainsi que de changements au Comité de direction, où le ratio est passé de 30 % à 40 %.
	Investir dans la croissance future	Améliorer l'efficience	Obtenir un rendement sur capital investi (RCI) supérieur au coût moyen pondéré du capital (CMPC)	en continu	8,0%	8,7%		●	Le RCI a augmenté en 2011, en raison des investissements importants réalisés au cours des dernières années et des faibles dépenses en immobilisations en 2011.
		Investir dans des produits, services, plateformes et processus novateurs	Augmenter à 300 M\$ la part des revenus provenant de nouvelles sources	2013	183,0 \$M	193,7 \$M	(4)	●	Les nouvelles sources de revenus ont augmenté à 9,5 % du portefeuille en 2011. Afin d'accélérer la croissance, nous avons annoncé la fusion de nos secteurs des médias et de l'interactif en novembre 2011.

(1) Incluant le Mexique, bien que les activités ont été vendues en septembre 2011.

(2) Retraitement en raison des améliorations dans les méthodes de suivi.

(3) 2011 ajusté afin d'exclure le montant à être payé à Quad/Graphics inc. après l'acquisition de Quad/Graphics Canada inc.

(4) Comprend les recettes des médias numériques, du secteur de l'interactif et du programme de publipostage personnalisé.

Légende

● 1 Objectif atteint à 100%.

● 1 Objectif atteint à 75%.

● 1 Objectif atteint à 50%.

○ 0 Objectif atteint à 25%.

○ 0 Objectif pas atteint.

n.a. non applicable.

ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES

TC Transcontinental croit que la communication systématique auprès des parties prenantes constitue un bon moyen d'améliorer le respect de son engagement envers le développement durable. Les efforts en matière d'engagement de nos parties prenantes seront toujours axés principalement sur nos employés. Cependant, les commentaires reçus dans le cadre de nos activités proactives de liaison auprès des organisations et des groupes externes nous aident aussi à mieux cibler notre approche. La Société a procédé en 2010 à un exercice visant à identifier les parties prenantes et à rejoindre un certain nombre de groupes de parties prenantes différents.

Cette année, TC Transcontinental s'appuie sur les résultats de cette approche. TC Transcontinental a non seulement consulté les mêmes groupes de parties prenantes, y compris les employés, investisseurs, clients, fournisseurs, associations industrielles et organisations non gouvernementales à vocation environnementale, mais elle a aussi consulté un plus grand nombre d'individus dans chacun des groupes présentés dans la liste suivante.

- Employés
- Investisseurs : la Caisse de dépôt et placement du Québec, les Placements NEI, la British Columbia Investment Management Corporation
- Fournisseurs : Grand & Toy, Xerox, Sun Chemical, Sappi, Produits forestiers Résolu (antérieurement Abitibi-Bowater)
- Clients : SAQ, Loblaw's et Aéroplan
- Associations industrielles : Institut des communications graphiques du Québec, Association québécoise pour la maîtrise de l'énergie (AQME)
- Organisations non gouvernementales s'occupant de l'environnement : Éco Entreprises Québec et Canopée
- Autres parties prenantes qui ont préféré garder l'anonymat.

Nous avons consulté les parties prenantes, telles que les lecteurs probables du rapport, celles que nous pensions avoir le souhait d'émettre leurs commentaires et celles qui ont un intérêt considérable pour l'enjeu traité. Par exemple, nous avons sélectionné les investisseurs signataires du Carbon Disclosure Project, les fournisseurs qui ont le plus d'effet sur notre empreinte écologique et les clients qui traitent avec nos trois secteurs d'exploitation. TC Transcontinental a également tendu la main à de nouvelles parties prenantes pour dégager une nouvelle perspective.

Tableau 5 – Formes d'engagement envers les parties prenantes

PARTIES PRENANTES	FORMES D'ENGAGEMENT	FRÉQUENCE
Employés	• Un sondage intranet a été réalisé auprès des employés au sujet du <i>Rapport sur le développement durable 2010</i>. • Une formation sur le développement durable et les choix de papier écologique a été offerte aux équipes de vente. • Des conseils sur les bonnes pratiques environnementales sont offerts par « l'Escouade verte » à divers endroits.	• Annuelle • En continu • En continu
Actionnaires, investisseurs	• Un sondage Internet a été réalisé au sujet du <i>Rapport sur le développement durable 2010</i>. • Des entrevues individuelles ont été réalisées au sujet du <i>Rapport sur le développement durable 2010</i>.	• Annuelle • Annuelle
Clients	• Des articles portant sur les enjeux du développement durable ont été intégrés aux infolettres distribuées via le Web et en publications imprimées. • Des sondages Internet ont été réalisés au sujet du <i>Rapport sur le développement durable 2010</i> auprès de différents groupes de clients. • Des entrevues individuelles ont été réalisées au sujet du <i>Rapport sur le développement durable 2010</i>.	• En continu • Annuelle • Annuelle
Fournisseurs	• Des entrevues individuelles ont été réalisées au sujet du <i>Rapport sur le développement durable 2010</i>.	• Annuelle
Associations industrielles	• Des entrevues individuelles ont été réalisées au sujet du <i>Rapport sur le développement durable 2010</i>.	• Annuelle
Organisations non gouvernementales s'occupant de l'environnement	• Des entrevues individuelles ont été réalisées au sujet du <i>Rapport sur le développement durable 2010</i>.	• Annuelle
Grand public, lecteurs	• Participation au mardi#dd sur Twitter (une initiative visant à inviter les entreprises à échanger au sujet de leur engagement en matière de développement durable). • Des mises à jour au sujet du développement durable ont été publiées (rapport annuel, <i>Rapport sur le développement durable</i>, le site Internet sur le développement durable et communiqués). • Rétroaction de la part des lecteurs au sujet du développement durable par le biais du site Web de TC Transcontinental.	• En continu • En continu • En continu

Tableau 6 – Commentaires des parties prenantes et mesures prises

CATÉGORIES	SUGGESTIONS DES PARTIES PRENANTES	CE QUE NOUS AVONS FAIT
Objectifs et cibles	- Il faudrait fixer plus d'objectifs qui vont au-delà de la réglementation. - Il faudrait comparer nos résultats avec ceux d'autres imprimeurs. - Il faudrait établir un lien entre les objectifs et la satisfaction des clients.	- Alors que certaines de nos initiatives sont conçues pour assurer que nous respectons la législation, plusieurs de nos objectifs et cibles nous amènent à aller au-delà de la simple conformité aux lois. Par exemple, nous avons des cibles pour réduire la consommation d'énergie et les émissions de gaz à effet de serre, alors que nous ne sommes pas tenus par la loi de le faire. Mentionnons également, à titre d'exemple, notre programme de mieux-être des employés. - Nous aimerions comparer notre performance à celle d'autres imprimeurs, mais trop peu d'entre eux offrent des renseignements équivalents ou fonctionnent à la même échelle pour que nous puissions établir des comparaisons. Dans ce rapport, nous présentons des valeurs repères de l'industrie pour les statistiques sur les accidents. Nous surveillons la consommation d'énergie de nos immeubles par rapport aux données moyennes de l'industrie. La nature différente de nos nombreuses imprimeries rend toutefois les comparaisons non pertinentes. Nous avons décidé de suivre de près ces données d'une année à l'autre afin de discerner les régressions ou les améliorations. - Nous évaluons la satisfaction de nos clients par rapport à nos produits, à notre performance et à nos comptes rendus. Nos objectifs ne sont pas tous directement liés à la satisfaction des clients, mais nous croyons qu'ils tiennent compte des questions les plus importantes pour nos parties prenantes. Nous invitons les parties prenantes à nous signaler les domaines où nous ne sommes pas à la hauteur de leurs attentes.
Engagement des parties prenantes	- Il faudrait être en relation avec un plus grand nombre d'organismes fédéraux et nationaux. - Il faudrait penser à diffuser plus d'articles qui mettent en valeur les réussites de certaines de nos usines.	- Cette année, TC Transcontinental a consulté un plus grand nombre d'associations environnementales non gouvernementales, comme Éco Entreprises Québec, Canopée et la Table pour récupération hors foyer. Nous avons aussi poursuivi notre participation au sein d'associations industrielles nationales. Puisqu'une grande partie de nos activités sont au Québec, il est normal que nous approchions principalement des organisations de cette province, mais nous nous efforçons de faire en sorte de consulter tout un éventail de nos parties prenantes. - La Société a établi une liste d'exemples d'initiatives qui favorisent le développement durable en milieu de travail. Ces initiatives sont présentées à la section La responsabilité sociale à l'œuvre du rapport de 2010, alors qu'elles étaient dispersées dans l'ensemble du rapport de 2009. Dans le rapport de cette année, des profils similaires sont présentés dans les sections <i>Cohésion de la communauté</i>, <i>Énergie et Gaz à effet de serre</i>, notamment.
Gouvernance	Il faudrait décrire la façon dont la rémunération est 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 trois autres membres de la haute direction de TC 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 fondée en partie sur des évaluations annuelles de la gestion de la performance et du développement individuel (PDI) qui mettent l'accent sur les progrès réalisés par rapport aux objectifs opérationnels.
Rapports : approches et types de présentation	- Il faudrait penser à publier un rapport détaillé sur les indicateurs partiels de la GRI et à passer au niveau d'application A. - Il faudrait demander à une tierce partie de procéder à une vérification. - Il faudrait ajouter un indicateur général de performance et des explications sur les améliorations possibles.	- TC Transcontinental ne prévoit pas passer à court terme au niveau d'application A de la GRI, mais nous améliorons constamment la qualité de la communication de nos données et nous prévoyons augmenter le nombre d'indicateurs qui font l'objet d'un compte rendu détaillé. Nous nous préparons également à la publication des nouvelles lignes directrices de la GRI (G4). - TC Transcontinental ne prévoit pas soumettre ce rapport à une vérification par une tierce partie. Certains éléments sont déjà vérifiés dans le cadre d'autres systèmes, c.-à-d. les données financières, la conformité environnementale, etc. Nous soumettons le rapport à la GRI afin que le niveau d'application soit vérifié. - Aucun indicateur général n'a été mis au point pour notre performance globale en développement durable. Chaque année, nous présentons notre empreinte écologique. De plus, cette année, nous fournissons un aperçu des progrès réalisés par rapport à nos objectifs et cibles en les présentant sur une seule page. Veuillez consulter la rubrique Cibles et performance.

CATÉGORIES	SUGGESTIONS DES PARTIES PRENANTES	CE QUE NOUS AVONS FAIT	(SUITE)
Les gens	- Il faudrait ajouter quelques statistiques sur le bien-être des employés : satisfaction, absentéisme et roulement du personnel. - Il faudrait indiquer le montant des investissements en formation et en éducation. - Il faudrait décrire la façon dont vous atteindrez les objectifs au chapitre des accidents. - Il faudrait décrire le contexte relatif aux données qui correspondent à des aberrations ou à des changements importants. - Il faudrait quantifier les dons et donner des exemples des organisations caritatives bénéficiant d'un soutien. - Il faudrait élaborer une politique sur la diversité des employés.	- Présentement, TC Transcontinental ne peut pas fournir de statistiques sur l'absentéisme ou le roulement du personnel. En ce qui a trait à la satisfaction des employés, nous avons effectué des sondages dans le passé, mais ils sont aujourd'hui désuets. Nous considérons de réaliser de futurs sondages dans certains secteurs d'activités. - Ce montant a été indiqué dans nos rapports précédents. Consultez notre fiche de rendement ou la section <i>Formation et développement des employés</i>. - Nos actions en vue d'atteindre les objectifs de réduction des accidents sont planifiées dans le cadre du programme <i>Vigilance</i>. Vous trouverez de plus amples renseignements sur le programme <i>Vigilance</i> à la section <i>Accidents et incidents</i>. - De nombreuses statistiques sont fournies dans notre fiche de rendement, afin de donner un aperçu de l'évolution de TC Transcontinental au fil des ans. Dans chacune des sections du rapport, nous tentons de fournir des explications appropriées sur nos résultats et sur toute modification apportée aux données. Chaque année, nous travaillons à l'amélioration de ce point. - La section <i>Cohésion de la communauté</i> contient de nombreux exemples de dons et d'initiatives d'engagements d'employés, et met en contexte le montant des dons en le comparant aux bénéfices avant intérêts, impôts et amortissements (BAIIA). - TC Transcontinental n'a pas de politique sur la diversité des employés, cependant des discussions ont été entamées à ce sujet.	
L'environnement	- Il faudrait proposer des solutions de rechange aux sacs Publisac. - Il faudrait fournir de plus amples renseignements sur les encres végétales. - Il faudrait donner un exemple complet du cycle de vie d'un produit (magazine ou circulaire). - Il faudrait fournir des renseignements sur les taxes écologiques qui pourraient être imposées dans le futur. - Il faudrait améliorer la divulgation de la collaboration ou de la participation aux initiatives de gestion durable des forêts. - Il faudrait établir un barème pour le programme de gestion des déchets et l'étendre à un plus grand nombre d'usines. - Il faudrait fournir des renseignements sur la monétisation des crédits de carbone.	- La solution de rechange présentement proposée est la version en ligne (Publisac.ca et Dealstreet.ca). Les ménages peuvent également choisir de ne pas recevoir le sac en plaçant sur leur boîte aux lettres un pictogramme fourni par TC Transcontinental ou leur municipalité. - Nous avons donné une explication sommaire dans la section <i>Encres</i>. Le pourcentage d'huile végétale utilisée dans la composition des encres dépend du type de procédé d'impression, et il y a peu de marge de manœuvre lorsqu'une application à séchage rapide est requise. - Nous avons examiné les analyses du cycle de vie de quelques-uns de nos produits et de produits similaires au sein de l'industrie, mais il est difficile de présenter les résultats de façon compréhensible. Le plus souvent, la partie impression du cycle de vie a moins de répercussions que la fabrication du papier ou la distribution, mais cela dépend grandement de l'endroit où le papier est acheté et de la façon dont le produit est distribué. Jusqu'à maintenant, nous avons utilisé les résultats pour cibler les réductions dans les parties du cycle qui ont le plus d'impact. Nous avons aussi examiné le cycle du carbone de certains de nos produits et nous avons mis au point une calculatrice pour étudier les émissions de gaz à effet de serre liées à un projet d'impression. Des améliorations sont en cours. - Nous abordons sommairement le sujet à la section <i>Gaz à effet de serre</i>. - Nous divulguons davantage d'information dans les sections <i>Achat de papier</i> et <i>Biodiversité</i> du présent rapport. - Le programme de gestion des déchets a été mis en œuvre dans quelques usines afin de comparer et de suivre de près la gestion des déchets dans l'ensemble de nos installations. En 2012, toutes les usines de TC Transcontinental établiront un programme de gestion des déchets qui tiendra compte des points non abordés en 2011. - Jusqu'à maintenant, aucune réduction des émissions de carbone n'a été monétisée. En collaboration avec plusieurs partenaires, nous prévoyons le faire en 2012 pour certains projets entrepris entre 2008 et 2011.	
La prospérité	- Il faudrait fournir plus de renseignements sur les investissements en matière de développement durable. - Il faudrait indiquer quels sont les avantages économiques du développement durable.	Ce sont deux bonnes suggestions mais, étant donné que de nombreux aspects du développement durable sont étroitement liés à nos activités quotidiennes, il serait difficile de tracer des frontières. Nous présentons, toutefois, certaines données sur les avantages économiques. Par exemple en quantifiant les économies d'énergie réalisées (voir la section <i>Énergie</i>).	

RECONNAISSANCES ET RÉCOMPENSES



Dans la catégorie Défenseurs de la conservation, TC Transcontinental a remporté un prix lors de première édition des Prix Garant des forêts intactes^{MC}. Les gagnants sont reconnus pour les mesures qu'ils prennent afin de protéger les forêts et le climat en améliorant l'écopformance de leurs achats de papier et en prenant des initiatives de conservation novatrices sur le terrain. TC Transcontinental a obtenu ce prix pour avoir contribué à l'avancement de la protection des forêts intactes et menacées dans le monde, grâce à des initiatives de conservation comme l'Entente sur la forêt boréale canadienne et l'Entente sur la Forêt du Grand Ours.



TC Transcontinental est inscrite au Jantzi Social Index^{MD} (JSI^{MD}), un indice pondéré de capitalisation boursière – en actions ordinaires – dont les titres sont choisis en fonction de leur responsabilité sociale et qui est inspiré du S&P/TSX 60. Le JSI^{MD} 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. TC Transcontinental maintient sa position dans l'indice Jantzi Social Index^{MD} depuis mars 2004.



Isabelle Marcoux est l'une des 30 dirigeantes d'entreprise reconnues dans le Top 100 des femmes les plus influentes au Canada en 2010. Cette reconnaissance est accordée en fonction des critères suivants : rôle en gestion, vision, leadership, rendement en entreprise et service à la collectivité.



Pour la huitième fois, le magazine *Corporate Knights* a classé TC Transcontinental parmi les 50 meilleures entreprises citoyennes au Canada dans son palmarès annuel de la performance sociale et environnementale des entreprises canadiennes.

Autres reconnaissances et récompenses

TC Imprimeries Transcontinental

Brian Reid, président du secteur de l'impression de TC Transcontinental, a été nommé « l'imprimeur le plus influent au Canada en 2010 » par *PrintAction*, le magazine canadien des communications graphiques.

Le Gala Gutenberg a honoré TC Transcontinental en lui décernant plusieurs prix, notamment le Grand Gutenberg 2011, qui a été remis au Groupe des produits marketing du secteur de l'impression pour le livre sur le 25^e anniversaire du Cirque du Soleil.

TC Transcontinental a remporté cinq prix d'excellence en impression lors de la cérémonie de remise des prix de l'*Ontario Printing and Imaging Association*.

TC Media

TC Media a reçu le Grand prix Grafika.

Les publications TC Media ont reçu plusieurs prix Or et Argent lors de la 34^e cérémonie de remise des Prix du magazine canadien.

Les magazines *Vancouver Magazine* et *Western Living* ont récemment été honorés. Ils ont reçu plusieurs prix lors d'un des événements les plus prestigieux de l'industrie de la publication, les *Western Magazine Awards*.

Le magazine *PREMIUM* a remporté un prix d'excellence pour l'ensemble de sa conception graphique dans le cadre d'un concours annuel organisé par la *Society for News Design (SND)*.

Solutions 360° de TC Media a obtenu un prix lors du gala Prix Médias 2011.

Transcontinental Interactif s'est distinguée lors de la remise des prestigieux prix *Magnum Opus Awards* pour 2011 en remportant un total de 30 premiers prix.

Transcontinental Interactif a été classée parmi les meilleurs fournisseurs canadiens en ligne par les *Email Vendor Features & Functions Guides* 2011 de Red Pill.



LA GOUVERNANCE

Afin de s'assurer que la Société soit bien gérée, et ce, en tenant compte des intérêts des quatre piliers de notre organisation : nos actionnaires, nos employés, nos clients et les collectivités où nous exerçons nos activités, nous avons mis en place une structure de gouvernance. Nous croyons que celle-ci est solide et nous travaillons sans cesse à l'améliorer.

Nous avons fixé deux objectifs particuliers liés à notre gouvernance : le maintien de l'équilibre du conseil d'administration, composé d'au moins deux tiers de membres indépendants, ainsi que l'accession aux femmes à 25 % des postes de cadre supérieur.

Conseil d'administration - Nous avons apporté ou annoncé plusieurs changements à notre conseil d'administration en 2011. Premièrement, Anna Martini et Nathalie Marcoux ont joint les rangs du conseil, portant le nombre de membres de 13 à 15. Leur nomination vient augmenter le nombre de femmes au conseil d'administration en nous permettant de continuer d'atteindre, à long terme, l'objectif de maintenir un ratio de deux tiers de membres indépendants au sein de notre conseil d'administration. Anna Martini est un membre indépendant du conseil d'administration de la Société, selon les termes de l'Instruction générale 58 201 relative à la gouvernance, ce qui n'est cependant pas le cas de Nathalie Marcoux. Le ratio de membres indépendants au sein du conseil s'établit donc actuellement à 67 %. Deuxièmement, le président exécutif du conseil, le fondateur de TC Transcontinental Rémi Marcoux, a décidé de quitter officiellement son poste de président exécutif en faveur d'Isabelle Marcoux à l'occasion de l'assemblée des actionnaires, le 16 février 2012, mais il demeure membre du conseil d'administration. Isabelle Marcoux est vice-présidente du conseil depuis 2007 et vice-présidente au développement de Transcontinental inc. depuis 2004. Elle quitte ces fonctions au moment de l'entrée en vigueur de sa nouvelle nomination.

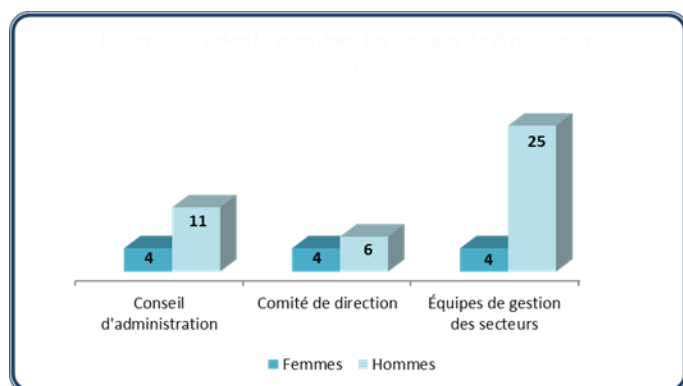
Les rôles de président du conseil et de président et chef de la direction sont distincts. Le conseil d'administration se réunit régulièrement pour examiner le rendement financier et les décisions de planification stratégique. Une surveillance accrue est assurée par trois comités permanents formés uniquement 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 TC Transcontinental, à la section « Régie d'entreprise » ([conseil d'administration actuel](#), [mandats du conseil d'administration et des comités](#), [rôle et responsabilités du comité de régie d'entreprise](#), [circulaires de sollicitation de procurations de la direction](#)).

Comité de direction - Au 31 octobre 2011, la gestion quotidienne de TC Transcontinental relève du 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. Au 1^{er} novembre 2011, les secteurs des médias et de l'interactif ont été combinés.

Femmes occupant des postes de cadre supérieur

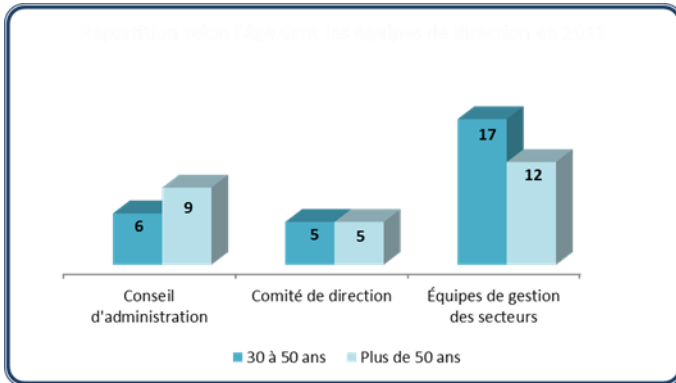
Nous travaillons à augmenter le nombre de femmes occupant des postes de cadre supérieur afin de mieux refléter notre environnement d'affaires et la population en général, ainsi que pour rassembler une diversité d'opinions et de styles qui amélioreront nos perspectives commerciales. Notre objectif à court terme consiste à augmenter le nombre de femmes occupant des postes de cadre supérieur à 25 %, en supposant que les personnes possédant les habiletés et les compétences appropriées soient disponibles. À long terme, notre approche actuelle, qui consiste à perfectionner le talent de nos employés, nous permettra de composer une équipe plus équilibrée.

Illustration 2 – Répartition selon le genre dans les équipes de direction en 2011



Aux termes de cet objectif, nous avons établi que les « postes de cadre supérieur » sont ceux du conseil d'administration, du Comité de direction et des équipes de direction des trois secteurs. Les modifications apportées en 2011 font en sorte que le conseil d'administration est désormais composé de 27 % de femmes, tandis que ce ratio atteint 40 % au sein du Comité de direction. Globalement, la proportion des femmes occupant un poste de cadre supérieur a augmenté à 22 %, comparativement à 18 % en 2010.

Illustration 3 – Répartition selon l'âge dans les équipes de direction en 2011



Bien qu'il n'y ait pas d'objectif eu égard à l'âge, nous recensons que près de la moitié des gestionnaires qui occupent un poste de cadre supérieur ont entre 30 et 50 ans, alors que l'autre moitié ont 50 ans et plus.

Code d'éthique et politiques de la Société

Le [Code d'éthique](#) de TC Transcontinental est un document d'orientation destiné à tous les employés. Il est distribué à grande échelle et il établit 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. TC Transcontinental a également élaboré des politiques relatives aux [opérations d'initiés](#), à la [soumission de plaintes](#), à la [divulgaration de l'information](#) et aux [médias sociaux](#). On les trouve dans la section « [Régie d'entreprise](#) » du site web de la Société.

Gestion des risques

TC Transcontinental s'est dotée d'un programme de gestion des risques, mis en place en collaboration avec le Comité de direction. La Société a dressé une liste des plus grands risques et a mis au point un processus d'examen et de communication. 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 installations de la Société situées au Canada et aux États Unis sont presque exclusivement occupés par du personnel provenant des communautés qui les entourent, y compris les postes de direction. Aux États Unis, seulement cinq employés expatriés travaillent actuellement pour TC Transcontinental à son 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

TC Transcontinental s'est engagée à perfectionner le talent et le leadership de ses employés. L'un des nombreux résultats positifs de cette approche sera une répartition plus équilibrée dans les équipes de direction des secteurs et au sein du Comité de direction au fil du temps.

Deux catégories d'actions

Le capital actions de Transcontinental inc. 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 TC Transcontinental, détient 16,49 % des actions participantes en circulation et 71,62 % des droits de vote. Bien que certaines parties prenantes 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).

La Société a également dans son capital actions des actions privilégiées dont les porteurs auront droit de recevoir des dividendes en espèces privilégiés cumulatifs et fixes.



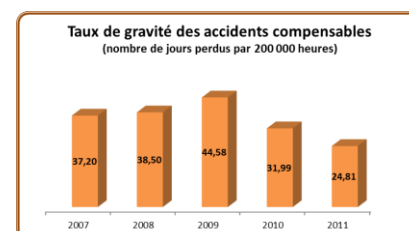
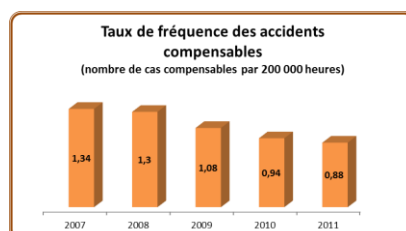
LES GENS

TC Transcontinental s'efforce d'offrir à ses employés d'excellents lieux de travail, en leur procurant un environnement sécuritaire, stimulant et inclusif. Le perfectionnement professionnel, la planification de la relève et le soutien de l'innovation des employés sont les éléments fondamentaux de la stratégie d'attraction et de rétention des talents de notre Société, et ils nous permettent de continuer à offrir des produits et services de qualité à nos clients.

Notre philosophie de gestion et nos valeurs organisationnelles sont au cœur de notre identité et expriment les qualités et comportements auxquels nous aspirons collectivement. Elles déterminent la manière dont nos employés doivent travailler et la façon dont nous voulons faire des affaires avec nos clients et nos parties prenantes. Nous nous efforçons d'avoir des effets positifs sur les communautés où nous sommes actifs en investissant dans des causes et des organismes locaux au moyen de dons et de commandites. En tant que partenaire commercial socialement responsable et sensible à l'environnement, nous encourageons nos employés à prendre des initiatives en matière de développement durable.

Données clés

9 724	42%
Employés	Femmes
9 350	374
Canada	États-Unis



Évaluations du rendement et du perfectionnement professionnel	2011
Direction	100%
Employés non syndiqués	100%
Postes de direction pourvus à la suite de promotions à l'interne	80%

Niveau de conformité moyen des installations aux normes du programme de prévention *Vigilance* de TC Transcontinental en 2011 : 82,7 %

Objectifs stratégiques

- [Maintenir et améliorer la santé, la sécurité et le mieux-être des employés](#)
- [Développer pour attirer et retenir les talents](#)
- [Investir dans le mieux-être des communautés](#)

Faits saillants de 2011

- Nous avons réexaminé notre philosophie de gestion et nos valeurs organisationnelles pour nous assurer qu'elles reflètent notre évolution au fil du temps. Essentielles à notre développement durable, nos valeurs sont maintenant axées sur l'innovation, le travail d'équipe, le respect et la performance.
- Nous avons lancé notre tournoi Challenge de l'innovation, qui s'adresse à tous nos employés et gestionnaires. Ce fût un succès grâce à la participation de 1 500 employés.
- Nos statistiques au sujet des accidents et incidents continuent de s'améliorer dans le cadre de notre programme *Vigilance*.

Renseignements supplémentaires

- [Pratiques de travail et droits de la personne](#)
- [Société](#)
- [Responsabilité relative aux produits](#)

Accidents et incidents

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

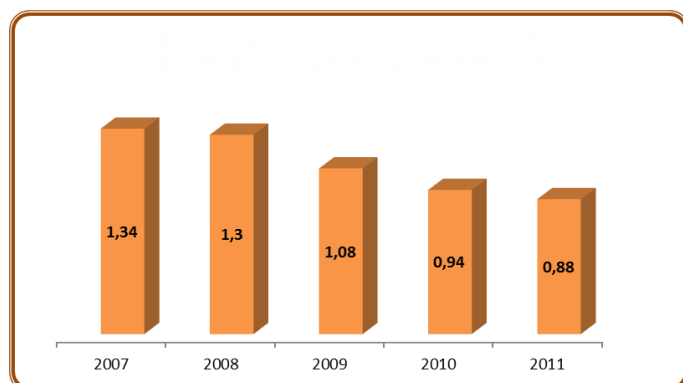
Le Service de santé, sécurité et mieux-être au travail (SST-ME) de TC Transcontinental gère les efforts de la Société dans ce domaine au moyen du programme *Vigilance*, soutenu dans les installations par des comités locaux de SST-ME. Le programme *Vigilance* encadre toutes les activités et initiatives de TC Transcontinental en matière de SST-ME. Ce programme de prévention à l'échelle de la Société est fondé sur des normes internationales, et il englobe les politiques, les procédures, les normes, les programmes prévus par la loi et les meilleures pratiques en santé, sécurité et mieux-être.

La politique de TC Transcontinental en matière de santé, de sécurité et de mieux-être précise que tous les incidents, dommages et accidents doivent être immédiatement signalés après qu'ils se soient produits. Tous les incidents sont inscrits dans le registre des premiers secours de l'entité d'affaires. Les incidents sont compilés et analysés par le comité de santé, sécurité et mieux-être au travail de chaque entité d'affaires. Le comité s'assure ensuite que des mesures correctives sont définies et mises en œuvre afin d'éliminer ou de contrôler les risques. Un rapport sur les incidents et accidents est présenté au comité de gestion de l'entité d'affaires.

Cibles et performance

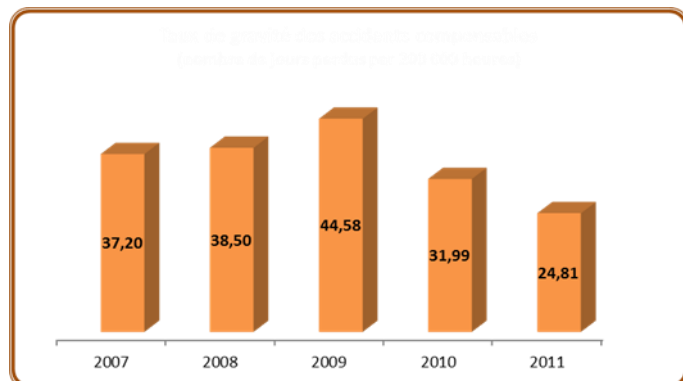
TC Transcontinental s'est engagée à assurer la santé, la sécurité, le mieux-être et le perfectionnement professionnel de ses employés, et elle consacre des ressources considérables à ces efforts. « Zéro accident » est toujours l'objectif que nous visons, tout en veillant à ce que notre personnel soit en santé et motivé.

Illustration 4 – Taux de fréquence des accidents compensables
(nombre de cas compensables par 200 000 heures)



En 2011, le taux de fréquence des accidents² a été de 0,88 accident par 200 000 heures travaillées, comparativement à 0,94 en 2010. Notre objectif est de maintenir ce taux inférieur à 1,00 accident par 200 000 heures travaillées. La baisse du taux provient d'améliorations dans le secteur de l'impression où le nombre d'accidents est passé à 52 comparativement à 72 l'année précédente. Nous associons cette amélioration à une meilleure implantation du plan de prévention des accidents du programme *Vigilance*. Cela a été confirmé par les audits en SST-ME réalisés cette année qui ont fait ressortir une note moyenne de 82,7%, comparativement à 80% en 2010.

Illustration 5 – Taux de gravité des accidents compensables
(nombre de jours perdus par 200 000 heures)



Le taux de gravité des accidents³ a été de 24,81 jours perdus par 200 000 heures travaillées, comparativement à 32,01 en 2010. Nous nous efforçons de devenir un chef de file de l'industrie en matière de santé et sécurité, et nous continuerons de chercher à atteindre le taux cible de 20 jours perdus par 200 000 heures travaillées avant la fin de 2013. Le progrès réalisé cette année était essentiellement dans le secteur de l'impression où le taux de gravité des accidents est en baisse de 34% en raison d'une meilleure implantation du programme de *Retour au travail*.

² (Nombre de cas compensables x 200 000 heures) / heures travaillées

³ (Nombre de jours perdus x 200 000 heures) / heures travaillées

Tableau 7 – Nombre d'accidents compensables

Nombre d'accidents compensables	
2011	80
2010	93
2009	125

Tableau 8 – Taux de fréquence et de gravité des accidents compensables par région

2011	Taux de fréquence des accidents compensables (nombre de cas par 200 000 heures travaillées)	Taux de gravité des accidents compensables (nombre de jours perdus par 200 000 heures travaillées)
Par région		
Canada	0,83	22,63
États-Unis	2,88	98,60
Mexique	0,26	3,78

Les taux d'accidents plus élevés aux États-Unis sont associés à l'immaturité de l'implantation des programmes de prévention *Vigilance* dans certaines de nos installations américaines. Bien que le niveau moyen de la mise en œuvre soit de 87,2% pour l'ensemble des régions, il n'est qu'à 53% aux États-Unis. Fait à noter que nos installations dans ce pays comprennent des acquisitions récentes et de nouvelles installations où nos programmes ne sont pas pleinement implantés. Il y a néanmoins des améliorations par rapport à 2010 et nous continuerons de travailler en ce sens en 2012.

Veuillez noter qu'exceptionnellement, dans le présent rapport, ces statistiques sont établies pour l'année civile, et non pour l'exercice financier, afin de respecter les périodes sur lesquelles portent les rapports gouvernementaux.

Comparaisons par rapport à l'industrie

En 2011, dans l'ensemble, la performance de TC Transcontinental sur le plan de la santé et de la sécurité est demeurée bien supérieure à la moyenne de l'industrie. C'est ce qu'on peut constater en examinant les taux de cotisations d'assurance établis par les commissions de santé et sécurité du travail de chaque province et en les comparant au taux de chaque entité d'affaires. Le taux moyen de cotisation de TC Transcontinental pour toutes ses entités d'affaires au Canada (toutes catégories) était de 1,16 \$, un taux inférieur de 16 % à celui de l'industrie, qui était de 1,38 \$. En outre, il est intéressant de noter que le taux moyen pour les entités d'affaires de TC Transcontinental établies au Québec (1,00 \$) était inférieur de 32 % au taux moyen de l'industrie québécoise (1,47 \$).

Tableau 9 – Cotisations d'assurance

		TC Transcontinental	Industrie	TC Transcontinental vs. industrie
Taux de cotisation pour les entités d'affaires au Canada	2011	1,16 \$	1,38 \$	Inférieur de 16%
	2010	1,11 \$	1,40 \$	Inférieur de 21%
Taux de cotisation pour les entités d'affaires au Québec	2011	1,00 \$	1,47 \$	Inférieur de 32%
	2010	0,95 \$	1,55 \$	Inférieur de 39%

Étant donné que les systèmes de tarification utilisés aux États-Unis sont différents, les données ne sont pas disponibles sous forme de taux. Nous connaissons toutefois les frais engagés par les entités d'affaires. En 2011, ces frais représentaient 1,01 % de la masse salariale assurable, en-deçà des 1,17% en 2010.

Suivi des améliorations

TC Transcontinental vérifie le niveau de mise en œuvre des mesures correctives grâce à son programme d'audit, fondé sur des normes internationales, et les résultats sont communiqués tous les ans au Comité de direction de la Société. Cette année, nous avons réalisé 21 audits et obtenu un taux de conformité moyen de 82,7 % au programme *Vigilance*, comparativement à 80 % en 2010. Pour les programmes légiférés, la note moyenne est de 96,7%. Le progrès réalisé est essentiellement dû aux efforts déployés dans le secteur de l'impression où les risques ont été contenus. La note pour le secteur s'est améliorée de 7,1%.

Mieux-être des employés

Investir dans le mieux-être de nos employés signifie favoriser activement le choix d'un mode de vie sain et l'équilibre entre la vie personnelle et le travail, ainsi que travailler sans relâche dans le but d'éliminer les accidents et les blessures. Cet 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 des programmes de sensibilisation qui visent à faire de la santé, de la sécurité et du mieux-être une priorité et à permettre aux employés de faire de meilleurs choix dans leur vie personnelle.

Le programme *Vigilance* fait la promotion du mieux-être au moyen d'initiatives de sensibilisation ciblées, qui ont lieu tout au long de l'année dans l'ensemble des entités d'affaires de TC Transcontinental. Des sessions d'information ou de formation, des brochures et des affiches, des concours et des prix de participation ont été offerts dans les domaines suivants :

Janvier : Défi Un mois sans tabac
Mars : Défi 3 sur 3
Mai : Semaine nord-américaine de la santé et de la sécurité du travail
Octobre : Semaine de la prévention des incendies
Octobre à décembre : Campagne de vaccination contre la grippe saisonnière

De plus, avec le soutien du Service de SST-ME, chaque entité d'affaires doit mettre au point un plan d'action ciblé pour s'attaquer aux problèmes propres à ses lieux de travail. Le processus de vérification du Service de SST-ME de TC Transcontinental assure la surveillance continue de la performance de chaque entité d'affaires.

À la suite des modifications apportées à la législation en matière de santé et sécurité du travail, nous avons mis à jour notre politique sur la prévention du harcèlement afin d'y inclure officiellement la notion de violence. Notre nouvelle politique sur la prévention du harcèlement et de la violence a été présentée à tous nos professionnels en ressources humaines, et une formation a été offerte. Une affiche, une brochure et des modules de formation des formateurs destinés aux gestionnaires et aux employés ont été fournis à toutes les entités d'affaires. Nous demandons à tous les nouveaux employés de prendre connaissance de la politique mise à jour et de la signer.

Des programmes de contrôle des risques ont également été mis en œuvre afin d'éduquer les employés et de prévenir les maladies graves comme la surdité, les troubles musculo-squelettiques, les problèmes cardiovasculaires et tout autre problème de santé.

Outre nos programmes internes de prévention, tous nos employés canadiens ont accès à un programme d'aide aux employés, qui fournit des outils éducatifs ainsi que des conseils aux employés et à leurs familles.

Responsabilité relative aux produits

Impacts des produits et services sur la santé et la sécurité

TC 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 les enfants. Nous effectuons des essais sur des échantillons de nos produits pour nous assurer qu'ils sont sécuritaires et, au besoin, nous obtenons les certifications pertinentes. TC Transcontinental travaille également avec ses fournisseurs à réduire l'utilisation de substances réglementées dans ses procédés d'impression.

En vertu de la loi américaine *Consumer Product Safety Improvement Act* (CPSIA), de nouveaux règlements sont entrés en vigueur le 14 août 2009. Ils portent sur les concentrations de plomb et de phtalates (produits chimiques utilisés pour amollir le plastique) dans les produits destinés aux enfants de moins de 12 ans aux États-Unis. Ces règlements exigent que les fabricants démontrent que les concentrations de plomb et de phtalates dans leurs produits sont en deçà des niveaux autorisés. Des certifications par des laboratoires indépendants sont requises dans la majorité des cas. Les lettres suivantes confirment l'absence de ces substances dans les produits de TC Transcontinental, bien qu'un récent amendement à cette loi exclue désormais les livres réguliers de cette exigence.

- [Lettre concernant le CPSIA \(en anglais\)](#)
- [Lettre concernant le règlement sur l'enregistrement, l'évaluation, l'autorisation et les restrictions des substances chimiques \(REACH\)](#)

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

TC Imprimeries Transcontinental effectue régulièrement des sondages pour évaluer la satisfaction de la clientèle et pour continuer d'offrir des services et des solutions de la meilleure qualité possible. En 2011, nous avons réalisé au moins sept sondages afin de recueillir des données quantitatives et qualitatives sur la satisfaction de la clientèle. Dans l'ensemble, nous avons obtenu de bons résultats au chapitre de la satisfaction.

Du côté de TC Médias, un sondage téléphonique de la firme CROP réalisé en 2010 auprès des consommateurs utilisant le Publisac a donné les résultats suivants :

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

Nous respectons la volonté des consommateurs qui ont exprimé le 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 usage (produit par TC Transcontinental ou par la municipalité) sur leur boîte aux lettres.

Adhésion aux normes de marketing

TC Transcontinental est assujettie à plusieurs lois et normes volontaires relatives à la publicité et au respect de la vie privée. Celles-ci comprennent :

- la CAN-SPAM Act, qui fixe les règles pour l'envoi de courriels commerciaux, définit des exigences relatives 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 recueillent, utilisent et divulguent des renseignements personnels dans le cadre de leurs activités d'affaires;
- le Code de déontologie et normes de pratique 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 afin que celle-ci soit vraie, intègre et exacte;
- les normes de la Flyer Distribution Standards Association.

La présidente de TC Media, Natalie Larivière, est membre du conseil d'administration des Normes canadiennes de la publicité et le vice-président solutions numériques nationales, Dominique-Sébastien Forest a été élu au poste de président du conseil d'administration du Bureau de la publicité interactive du Canada.

L'année dernière, aucun incident significatif n'a été signalé en ce qui concerne le non-respect des lois ou des codes de conduite volontaires en matière de publicité, de promotion et de commandite.

Plaintes fondées pour atteinte à la vie privée

TC Transcontinental a découvert qu'une erreur au contenu d'un envoi postal s'est produite au cours du processus d'assemblage à l'une de ses installations. Nous avons aussitôt entrepris une enquête et un examen des procédures internes afin de nous assurer qu'un tel événement ne se reproduise pas. Il a été rapidement confirmé qu'il s'agissait d'un incident isolé. Depuis, de nouvelles mesures internes ont été implantées, notamment des mesures organisationnelles et techniques de sécurité supplémentaire afin d'assurer une protection adéquate des renseignements personnels contre la divulgation accidentelle.

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 écologiques](#). Cela permet aux entreprises de récupération de 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) Soutien à la collecte sélective en bordure de rue dans les municipalités

D'autres programmes prennent la forme d'ententes gouvernementales, comme les contributions faites aux municipalités, en Ontario et au Québec, pour financer la collecte sélective en bordure de rue. TC Transcontinental contribue à :

- Éco Entreprises Québec, organisme privé sans but lucratif responsable du cofinancement de la collecte sélective en bordure de rue des emballages et du matériel imprimé, y compris le Publisac;
- RecycleMédias, l'organisme agréé par le gouvernement du Québec pour représenter les propriétaires de journaux (quotidiens, hebdomadaires ou autres) dans le cadre de la Loi sur la qualité de l'environnement. TC Transcontinental préside actuellement cet organisme. De l'espace publicitaire est donné pour faire la promotion des programmes de recyclage; et
- Stewardship Ontario, l'association industrielle responsable du financement du recyclage en Ontario.

En 2011, TC Transcontinental a versé une contribution totale de 653 000 \$ à de tels programmes.

2) Nouveaux sacs recyclables certifiés

En travaillant avec Éco Entreprises Québec et Recyc-Québec, TC Transcontinental a décidé de délaisser les sacs oxobiodégradables 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, établie en septembre 2010. Cette certification assure que le mélange de plastiques et d'additifs utilisé dans la fabrication des sacs est compatible 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 3RVE et une nouvelle volonté des consommateurs d'utiliser les programmes de recyclage. Notre sondage CROP de 2010 a démontré que 82 % des destinataires recyclent leur Publisac, alors que 13 % d'entre eux l'utilisent à d'autres fins dans leur domicile.



Veuillez recycler votre Publisac!

Veuillez placer le papier dans votre bac de recyclage et regrouper les sacs de plastique. Ne remettez pas le papier dans le sac, car cela nuit à l'efficacité des activités de tri au centre de recyclage. Merci!

GESTION DES TALENTS

Formation et développement des employés

Chez TC Transcontinental, nous sommes conscients que nos employés constituent le moteur de notre réussite et l'un des principaux piliers, tout comme nos clients, nos actionnaires et la collectivité qui permettent à notre entreprise de croître et de progresser.

En 2011, pour soutenir l'épanouissement professionnel de nos employés et nous assurer qu'ils sont prêts à relever les défis de l'industrie et à appuyer la transformation de TC Transcontinental, nous avons mis en œuvre des initiatives de gestion des talents. En voici une brève description.

Gestion de la performance et du développement individuel (PDI) - Nous encourageons nos directeurs et nos employés à procéder, au moins deux fois par année, à une évaluation de leurs progrès en matière de rendement par rapport à des cibles et à des objectifs précis. Ces évaluations servent aussi à déterminer leurs besoins de perfectionnement. Et une partie de la structure des bonis destinés aux directeurs dépend des résultats de ces évaluations.

Gestion de la relève - Dans notre processus d'examen du leadership, nous mettons l'accent sur le soutien et l'accélération du développement de nos employés ainsi que sur le processus de sélection de notre relève. Les revues du leadership sont réalisées tous les ans dans l'ensemble de l'organisation et comprennent au moins une réunion de suivi pendant l'année.

Développement et formation - Nous nous sommes engagés à assurer le développement de nos employés, et nous cherchons de nouvelles façons d'offrir des occasions professionnelles qui favorisent le cheminement de carrière et le rendement. Cet investissement dans le principal atout de TC Transcontinental – nos gens – nous permet de nous positionner pour progresser de façon constante afin de garantir notre réussite à long terme. Voici quelques exemples des possibilités de développement et des formations que nous offrons à nos employés :

Tableau 10 – Exemples de programmes de développement et de formation offerts aux employés

Catégories	Exemples
Mission : Leadership	Programme de formation de deux jours visant à développer les compétences de base de nos directeurs en gestion, notamment dans les domaines suivants : communication, prise de décisions, responsabilisation, délégation et mentorat.
Formation sur la responsabilité et la franchise	Session de formation d'une journée visant à développer la collaboration et la responsabilité chez les membres d'une équipe.
Site intranet <i>Transformation</i>	Outil de formation en ligne accessible aux employés, qui comprend un catalogue de plus de 400 cours couvrant un vaste éventail de compétences professionnelles.
Groupes de codéveloppement	Approche de formation axée sur l'interaction entre les participants afin qu'ils développent leurs compétences en gestion et atteignent un objectif d'affaires commun.
Feedback 360	Rétroaction qui donne aux employés la possibilité de dresser un tableau de leurs compétences de chefs, de connaître leur influence sur les autres et de déterminer les domaines dans lesquels ils doivent se développer.
GARE (Gestion active de la relève émergente)	Stratégie de développement visant à établir la responsabilité des candidats à la relève identifiés qui ont accès à un plan de développement 70-20-10, en ce qui concerne leur perfectionnement professionnel grâce au suivi de leur développement et leur accès à des perspectives de carrière.
Options de développement des superviseurs	Outil général fournissant aux directeurs et aux employés des renseignements et des conseils sur la façon de développer leur leadership pour les postes de première ligne.
Challenge de l'innovation	Approche commune visant à canaliser les idées novatrices et à développer les compétences de nos gens en matière d'innovation.
Formation en mobilisation	Formation permettant à nos directeurs de mieux comprendre en quoi consiste l'engagement des employés, quels en sont les avantages et comment améliorer les pratiques en matière de leadership.

Cibles et rendement

Pour développer, attirer et retenir des gens talentueux, nous nous sommes fixés des cibles à long terme. À cette fin, en 2011, nous avons mis au point des plans de développement pour les candidats à la relève dans tous les postes de dirigeant et de cadre supérieur. Déjà en 2010, nous avons réalisé avec succès nos plans de développement. Nous travaillons actuellement à la sélection des candidats à la relève qui bénéficieront de plans de développement en 2012.

Au fil du temps, grâce aux efforts de l'organisation en matière de perfectionnement professionnel et de mentorat, l'un des nombreux résultats positifs que nous avons obtenu est une meilleure répartition, selon le sexe et l'âge, des membres des équipes de direction et du Comité de direction. En 2011, nous avons augmenté la représentation des femmes à des postes de cadre supérieur ou de membre du conseil d'administration, ce qui a porté le pourcentage de femmes occupant un poste de haute direction à 22 %. À court terme, nous visons 25 %. Pour en savoir plus, veuillez consulter la rubrique [Gouvernance](#).

Autres réalisations en 2011 :

- nombre de directeurs ayant complété des évaluations du rendement et du développement individuel : plus de 1 100;
- pourcentage de directeurs ayant fait l'objet d'évaluations régulières du rendement et du développement professionnel : 100 %;
- pourcentage d'employés ayant fait l'objet d'évaluations régulières du rendement et du développement professionnel⁴ : 100 %;
- postes de direction pourvus par promotion à l'interne : 80 %;
- investissement dans la formation (cours, fournitures, salaires et voyages) : 3,2 millions de dollars.

Conditions de travail

Approche de gestion, valeurs organisationnelles et compétences

En 2011, TC Transcontinental a mis à jour sa **philosophie de gestion, ses valeurs et ses compétences**. Nous voulions ainsi mieux refléter notre évolution en tant qu'organisation et définir clairement les qualités et les comportements que nous encourageons nos employés à démontrer, le type de culture que nous favorisons et la façon dont nous faisons des affaires.

⁴ 22,2% des employés de TC Transcontinental sont syndiqués et ne participent donc pas aux programmes de rendement et de perfectionnement professionnel.

Dans notre **philosophie de gestion**, nous valorisons l'innovation, le travail d'équipe, le respect et la performance. Nous créons des lieux de travail qui offrent des défis stimulants et qui favorisent la collaboration, la confiance et la créativité. Nous développons le potentiel des gens et nous assurons leur épanouissement professionnel en travaillant de pair avec eux. Nous renforçons leur autonomie et nous récompensons la performance qui produit des résultats dans le respect de **nos valeurs**.

Illustration 6 – Nos valeurs

Innovation

1. Nous questionnons et améliorons constamment nos façons de faire afin de procurer des **solutions novatrices** à nos clients.
2. Nous n'hésitons pas à explorer de nouvelles occasions d'affaires.
3. Nous avons le **courage** et le **jugement** qu'exige la prise de risque.
4. Nous prenons des initiatives et nous apprenons de chaque expérience.

Travail d'équipe

1. Nous travaillons en **collaboration avec nos partenaires** pour offrir à nos clients des solutions pertinentes et intégrées.
2. Nous prenons la **responsabilité** de notre contribution et des résultats d'équipe.
3. Nous créons un **environnement stimulant** qui favorise le développement et la mise en commun des expertises.
4. C'est la réussite de nos clients qui motive nos actions.

CLIENT
EMPLOYÉ
ACTIONNAIRE
COLLECTIVITÉ

Respect

1. Nous avons des **comportements honnêtes et respectueux** qui favorisent une **communication ouverte**.
2. Nous sommes francs et nous répondons aux enjeux par des gestes concrets.
3. Nous pensons que **les idées** peuvent et doivent être discutées dans le but de les **améliorer**.
4. Nous contribuons à la **vie des collectivités** dans lesquelles nous faisons des affaires et nous sommes reconnus comme un partenaire respectueux et digne de confiance.

Performance

1. Nous visons à être **parmi les meilleurs** dans notre secteur d'activité.
2. Notre culture, fondée sur l'engagement et la fierté, est partagée par tous nos employés.
3. Nos clients savent qu'ils peuvent **compter sur nous** pour répondre à leurs besoins.
4. Nous cherchons toujours de **nouvelles façons** de créer de la valeur pour nos clients, nos employés et nos actionnaires.

Nous avons quatre **compétences clés** : le leadership, le développement de l'expertise, la pensée critique et la production de résultats. Nous nous attendons à ce que chacun fasse preuve de leadership. L'apprentissage continu et le partage des connaissances nous permettent de réussir et de créer de la valeur pour **les piliers** de notre entreprise: nos clients, nos employés, nos actionnaires et la collectivité.

Finalement, nous nous appuyons sur une structure légère et sur des processus qui nous permettent d'être proactifs et flexibles et de produire des résultats. Nous croyons qu'il faut partager l'information et entretenir un dialogue franc et ouvert, aussi bien entre nous qu'avec nos clients et nos partenaires. Nous participons de manière active et responsable à la vie des communautés dans lesquelles nous faisons des affaires.



Challenge de l'innovation

En 2011, nous avons lancé notre tournoi Challenge de l'innovation. Destiné à tous nos employés et à tous nos dirigeants, ce tournoi vise à développer une approche commune afin de canaliser les idées novatrices des employés qui permettront de mettre au point de nouveaux produits, services et solutions, de développer de nouveaux marchés et d'améliorer nos activités. Grâce à des conseils sur les principes de base de l'innovation et au développement d'un langage commun, plus de 1 500 employés et 170 équipes ont participé au tournoi. Pour soutenir les employés et favoriser la créativité, le rôle de la direction était essentiel. Les idées les plus exceptionnelles sont en cours d'évaluation, et elles seront développées le plus rapidement possible. Certaines d'entre elles pourraient donner lieu à une mise en marché dès 2012.

Lignes directrices que nous respectons

TC 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. Les pratiques de la Société en matière de travail sont conformes à ces normes internationales. Les installations de TC Transcontinental au Canada et aux États-Unis respectent les lois sur le travail en vigueur dans chacun de ces pays, y compris les exigences relatives à l'âge minimal des employés.

Le [Code d'éthique](#) de la Société est un document guide pour tous les employés. Il est largement distribué, et il établit les règles à suivre en matière d'intégrité, de confidentialité, de conduite et de conflit d'intérêts. Les lignes directrices présentées dans ce document sont claires, elles préconisent l'adoption d'un comportement éthique satisfaisant aux normes les plus élevées et elles s'appliquent à tous les niveaux de la Société et en tout temps.

[La santé et la sécurité du travail](#) relève du Service de la santé, de la sécurité et du mieux-être au travail (SST-ME) de la Société, qui compte sur le soutien des comités de SST-ME dans les installations. Vigilance est le programme qui encadre les activités, les politiques et les pratiques en matière de mieux-être. Chaque année, il permet d'offrir aux employés de nombreux outils éducatifs.

Responsabilité organisationnelle

Le conseil d'administration de TC Transcontinental compte 15 membres, dont les deux tiers sont indépendants. Le conseil est responsable de

toutes les questions de conformité pour la Société. La vice-présidente aux ressources humaines de la Société, membre du Comité de 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 34 membres des équipes de direction des secteurs de TC Transcontinental reçoivent régulièrement de l'information et de la formation en ce qui concerne les modifications apportées aux lois et aux politiques de l'entreprise dans les domaines de la gestion des relations de travail et de la santé-sécurité du travail.

Surveillance

Les enjeux liés à l'emploi sont examinés sur une base régulière grâce à un certain nombre de mécanismes de gestion de nos secteurs.

Répartition géographique et données clés sur les conditions de travail des employés

Illustration 7 – Répartition géographique des employés en 2011

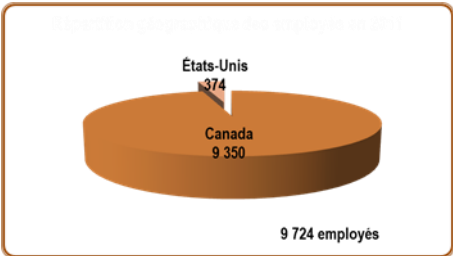


Illustration 8 – Répartition des employés selon le genre, au Canada

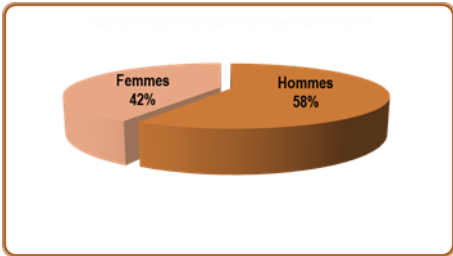


Illustration 9 – Répartition des employés selon le genre, aux États-Unis

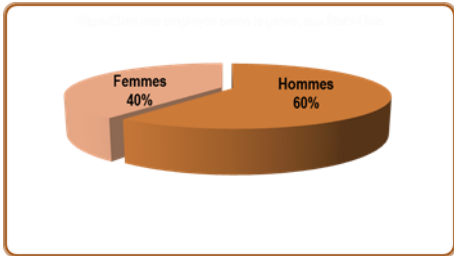


Tableau 11 – Conditions de travail des employés

	2011
Salaires et avantages sociaux des employés (en millions) ⁵	658,8 \$
Obligation au titre des prestations constituées (en millions)	398,8 \$
Pourcentage d'employés couverts par les régimes de retraite	66,5%
Pourcentage d'employés couverts par des conventions collectives	22,2%
Représentativité de nos effectifs dans des comités officiels de santé et de sécurité	100%

Composition des organes de gouvernance et répartition des employés selon des indicateurs de diversité (voir la section [Gouvernance](#))

INVESTIR DANS LE MIEUX-ÊTRE DES COMMUNAUTÉS

Cohésion des communautés

Politique sur les dons et les commandites

En 2011, TC Transcontinental a travaillé à l'ébauche d'une politique sur les dons et les commandites afin de faciliter les dons d'entreprise et d'en faire le suivi. Ces dons sont destinés à appuyer directement des activités qui reflètent les valeurs de la Société, notamment dans les domaines suivants :

- éducation et communauté;
- santé et mieux-être;
- arts et culture;
- soutien pour les jeunes;
- sports amateurs.

⁵ Incluant les salaires des activités mexicaines qui ont été vendues en septembre 2011.

Le lien commun entre les activités appuyées par la Société est leur pertinence pour les communautés au sein desquelles nous faisons des affaires et où nos employés résident et travaillent. La politique sera officiellement introduite en 2012.

Dons d'entreprise

Les dons en argent, biens et services ainsi que les commandites ont atteint la somme 4,5 millions de dollars en 2011. Les dons en nature sous forme d'espace publicitaire ont légèrement diminué cette année, en raison des échéanciers et de la disponibilité. Les dons en espèces et les commandites sont demeurés à peu près constants. Le total des dons a suivi le même rythme que nos bénéfices d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissements (BAIIA).

Illustration 10 – Dons en argent, en biens et en services (en millions)

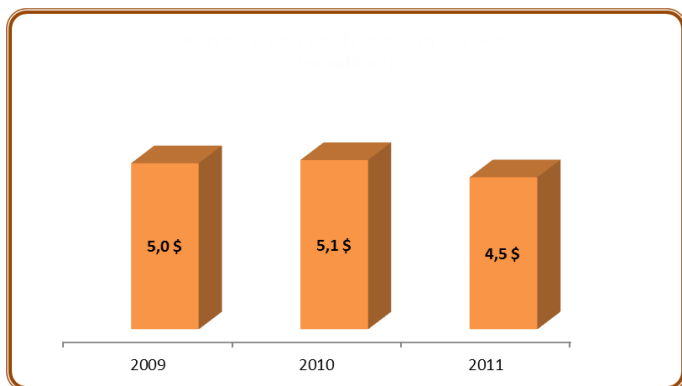
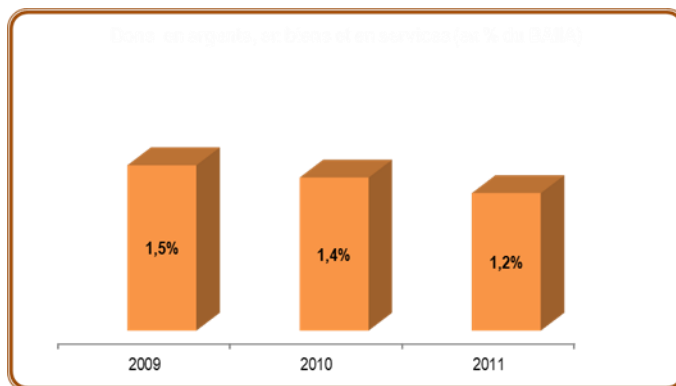


Illustration 11 – Dons en argent, en biens et en services (en pourcentage du BAIIA)



Maison du développement durable

TC Transcontinental est devenue un partenaire donateur pour la construction de la Maison du développement durable, un immeuble à bureaux écologique en voie d'obtenir la certification LEED Platine, qui a ouvert ses portes dans le Quartier des spectacles de Montréal à l'automne 2011 et qui accueille maintenant huit organismes sans but lucratif et offre des salles de conférences et des services partagés à la communauté du développement durable. Sa mission est d'inspirer aussi bien les promoteurs immobiliers que le grand public, afin qu'ils optent pour le développement durable.

Dans le domaine des soins de santé, TC Transcontinental appuie un certain nombre d'hôpitaux et de centres de recherche, notamment la Société canadienne du cancer, l'Institut de recherches cliniques de Montréal, l'Institut de cardiologie de Montréal, l'Hôpital général de Montréal, l'Hôpital Sacré-Cœur de Montréal, le Centre hospitalier Pierre-Boucher, l'Hôpital de Montréal pour enfants et l'Hôpital Sainte-Justine.

Dans le domaine de l'éducation, plusieurs universités du Québec bénéficient de divers types de soutien de la part de TC Transcontinental, notamment HEC Montréal, par l'intermédiaire de la Chaire de gestion des arts, et l'Université de Sherbrooke. En

Ontario, nous offrons du soutien à l'École de gestion des communications graphiques de l'Université Ryerson de Toronto. Il convient aussi de souligner que TC Transcontinental a été l'un des trois principaux commanditaires de l'Institut des communications graphiques de Montréal.

Dans les domaines social, culturel et environnemental, TC Transcontinental a fait des dons à Centraide du Grand Montréal, au Centre international de résolution et de médiation de conflits, au programme de santé ACTI-MENU (un organisme qui vise à convaincre les gens de renoncer au tabagisme), aux organismes Jeunesse au Soleil et Portage, à Les impatients (une fondation pour l'art-thérapie et l'art brut au Québec), à l'Orchestre symphonique de Montréal, au Musée des beaux-arts de Montréal, ainsi qu'à plusieurs théâtres, dont l'Espace Go et le Théâtre du Nouveau Monde.

Nous sommes fiers des initiatives de collecte de fonds prises par nos employés en milieu de travail. Plusieurs de nos employés sont également actifs comme bénévoles au sein de 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. Voici des exemples d'initiatives de collecte de fonds prises par nos employés:

Généreuse contribution à Centraide / United Way

Dans l'ensemble du pays, les employés de TC Transcontinental ont contribué généreusement à Centraide (United Way en Ontario). Dans la grande région de Montréal, par exemple, nos employés ont amassé plus de 230 000 \$. Dans les bureaux de TC Media à Toronto, c'est une somme de 24 000 \$ qui a été recueillie. Pour sa part, la Société a remis un montant de 75 000 \$. En outre, elle s'est jointe à d'autres grandes entreprises québécoises pour appuyer le *Leaders Circle Fund*, en lui versant la somme additionnelle de 50 000 \$.



Plus de 16 000 \$ pour la Fondation GO

En plus de pédaler 1 000 kilomètres, les employés de TC Media ont amassé plus de 16 000 \$ pour le *Grand défi Pierre Lavoie*, un événement organisé pour financer la *Fondation GO*, qui vise à appuyer la recherche sur les maladies héréditaires rares et les programmes visant à promouvoir un mode de vie sain et actif chez les jeunes.

Bénévolat d'entraide aux communicateurs

En 2009, l'équipe de TC Media Toronto (Totem Brand Stories) a établi un partenariat avec le Bénévolat d'entraide aux communicateurs (BEC), un organisme sans but lucratif. En 2010, en tant qu'agence désignée du BEC, l'équipe a aidé à relancer les communications et les activités numériques de l'organisme en mettant en œuvre une stratégie probénévole, une gestion efficace des comptes ainsi que des services de création et de technologie. Cette année, l'équipe de Toronto a contribué à la mise à niveau du site Web.



TC Imprimeries Transcontinental à Halifax et la Course à la vie CIBC

Les employés de notre imprimerie de Halifax ont participé à la Course à la vie CIBC pour appuyer la recherche sur le cancer du sein. L'équipe a couru cinq kilomètres pour cette bonne cause et est fière d'avoir amassé environ 2 600 \$.

Ascension du Kilimandjaro pour une bonne cause!

Stéphane Vinet, directeur général régional de TC Media pour Montréal et la Rive-Sud, et une équipe de volontaires ont fait l'ascension du Kilimandjaro afin d'amasser des fonds pour la Fondation Gracia. Leur extraordinaire effort a permis d'amasser un montant total de 150 000 \$. La Fondation permet d'améliorer les soins et les services fournis dans sept établissements de santé communautaires dans le quartier Bordeaux-Cartierville-Saint-Laurent de Montréal.

La générosité de notre bureau de Mississauga

TC Media et les employés du bureau de Mississauga ont démontré leur générosité à plus d'une reprise en 2011, en organisant une collecte d'aliments pour la *Daily Bread Food Bank*, en donnant des jouets et des cartes-cadeaux d'une valeur totale de plus de 1 500 \$ au SickKids Hospital et en amassant 4 000 \$ pour la Fondation HBC, qui appuie un certain nombre de programmes communautaires.

Postmedia Raise-a-Reader

Le *Cape Breton Post* de Sydney, en Nouvelle-Écosse, est l'un des 27 journaux au pays qui participent chaque année en septembre au programme *Postmedia Raise-a-Reader* pour amasser des fonds destinés à des organismes d'alphabetisation. Cette année, ils ont recueilli 10 000 \$.



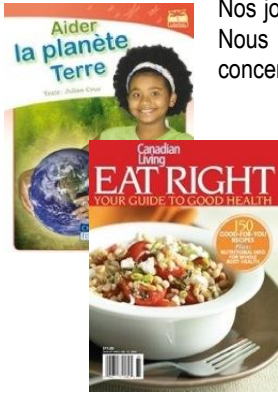
2 000 \$ pour Mia

Lorsqu'on a diagnostiqué une leucémie à Mia LeBlanc, âgée de trois ans, il a fallu peu de temps pour que Diane MacInnis, coordonnatrice de *Newspapers in Education* au *Cape Breton Post* de Sydney, en Nouvelle-Écosse, organise une campagne de financement visant à aider la famille de Mia à payer ses dépenses. En 2010, Diane a organisé une vente-débaras et un barbecue, et elle a amassé 2 000 \$ pour Mia avec l'aide d'autres employés.

Adopt-a-family

En décembre dernier, les employés de TC Imprimeries Transcontinental Brampton ont organisé leur troisième campagne de financement annuelle de Noël *Adopt-a-Family*. Ils ont amassé une somme totale de 2 382,13 \$ en plus des dons de nourriture et de cadeaux. Ils ont parrainé une famille et ont offert des cadeaux à tous les enfants ainsi qu'une boîte spéciale à l'intention de la mère. Les enfants trouveraient à l'intérieur de cette boîte des cadeaux qu'ils pouvaient envelopper et placer sous l'arbre pour leur mère. Des manteaux d'hiver, des tuques et des mitaines ainsi qu'une carte-cadeau pour l'achat de bottes ont également été achetés et offerts à la famille pour les quatre enfants. Tous les fonds supplémentaires ont été offerts au refuge local pour femmes sous forme de cartes-cadeaux d'épicerie.

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. Nous prenons au sérieux l'occasion que nous avons de sensibiliser les gens aux enjeux du développement durable qui concernent les familles et les propriétaires d'entreprise.

Tout en respectant l'indépendance de nos éditeurs et journalistes, TC Transcontinental encourage la publication de numéros spéciaux, d'articles et de magazines destinés à fournir aux lecteurs des perspectives intéressantes et utiles sur le développement durable, afin de 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 de la société en matière de développement durable.

DONNER L'EXEMPLE DANS L'INDUSTRIE

TC 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 de la foresterie et du papier.

En 2007, l'élaboration 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 55 % en 2011. Nous prévoyons que cette tendance se poursuivra au cours des prochaines années.

La diffusion de notre premier rapport sur le développement durable, en 2009, est une preuve supplémentaire 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 nos équipes de vente d'imprimés de première ligne 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 le Colloque Éco-responsabilité à l'Institut des communications graphiques du Québec (ICGQ), fait également partie de la responsabilité plus vaste que nous assumons en mettant en pratique nos principes en matière de performance sociale, environnementale et financière. De plus, nous participons au Comité client du développement durable de Sappi.

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 en matière de développement durable est partagée par l'ensemble des secteurs privé, public et des organisations non-gouvernementales (ONG).



L'ENVIRONNEMENT

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

Le suivi de la performance de nos imprimeries est fait chaque mois et sur une base annuelle. La responsabilité en ce qui concerne la performance en matière d'environnement est partagée dans l'ensemble de la Société. Le vice-président à l'approvisionnement et aux technologies est responsable de la gestion quotidienne de la performance environnementale. Cependant, c'est au conseil d'administration et au Comité de direction qu'incombe en dernier ressort la responsabilité d'assurer le respect des lois et des politiques de la Société.

Les directeurs d'usine, qui relèvent du coordonnateur de l'environnement de l'entreprise et de l'équipe de direction des secteurs, sont responsables des enjeux propres à leurs installations. Un rapport d'activités trimestriel est produit pour la haute direction et il est remis au Service des affaires juridiques, au comité de vérification et au chef de la direction financière et du développement.

Le coordonnateur de l'environnement travaille au sein du Service de l'approvisionnement et de l'immobilier et il relève du directeur de l'équipe Efficacité énergétique, environnement et approvisionnement.

En 2009, nous avons implanté un système informatisé pour suivre nos principaux indicateurs de performance 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 de la performance pour 2011 et les années suivantes.

Données clés

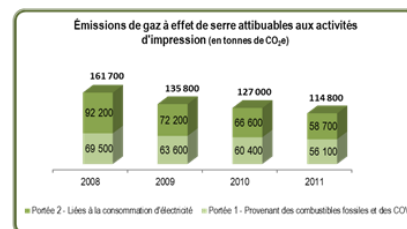
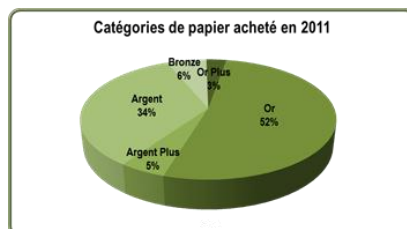
29
Imprimeries

5
Immeubles administratifs et de nombreux autres emplacements

30%
Énergie renouvelable utilisée*

*incluant les sources d'électricité

Aspects environnementaux
Utilisation du papier
Émissions de COV
Possibilités de déversements
Émissions de GES
Utilisation de l'énergie



Objectifs stratégiques

- [Protéger et restaurer les écosystèmes](#)
- [Optimiser l'utilisation des ressources](#)

Faits saillants de 2011

- À la fin de 2011, nous avons atteint notre cible d'achat de 55 % de papier des catégories Or et Or Plus, malgré les reculs de 2009 attribuables à la fermeture d'usines produisant du papier recyclé. Nous nous efforcerons de consolider ces gains et de poursuivre notre progression en 2012.
- Nous avons atteint notre cible de réduction avant l'échéance fixée, grâce à notre restructuration, au déplacement d'activités de production vers nos installations nouvellement équipées et plus efficaces, et à nos initiatives en matière d'efficacité énergétique. Nous avons aussi enregistré une diminution de 29 % de nos émissions absolues depuis 2008.

Renseignements supplémentaires

- Matériaux ([papiers, encres](#))
- Énergies
- Eau
- Biodiversité
- Émissions ([COV](#), [GES](#)), effluents et déchets
- Produits et services
- Transport

PROTÉGER ET RESTAURER LES ÉCOSYSTÈMES

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. Biodiversifiées, 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 qu'on peut exploiter les forêts de façon durable si on respecte des taux viables de régénération, ainsi que la diversité et l'âge des espèces, en tenant compte de l'érosion des sols, 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 durable 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.

Papier plus écologique

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 à l'impression de leurs projets. Pour ce faire, nous avons mis au point un tableau de classification des fibres de papier, qui permet de déterminer facilement quels sont les papiers les plus écologiques.

Tableau 12 – Catégories de papier

Catégories	Pourcentage de fibres recyclées ou certifiées « chaîne de traçabilité »	Description
Or Plus	100%	Papier fait de fibres recyclées à 100 % ou mélangées à des fibres de résidus agricoles ou d'autres fibres résiduelles.
Or	100%	Papier fait de fibres recyclées mélangées à des fibres de bois vierge provenant de forêts certifiées par un système de SFM reconnu et évitant les fibres tirées de forêts de haute valeur pour la conservation dont la valeur écologique n'est pas protégée.
Argent Plus	70%	Comme ci-dessus, mais mélangées à des fibres de bois vierge provenant de forêts non certifiées. On évite les fibres tirées de forêts de haute valeur pour la conservation, à moins que leur valeur soit protégée.
Argent	30%	Comme ci-dessus.
Bronze	0%	Tous les autres papiers ne provenant pas de forêts à haute valeur de conservation, à moins que leur valeur soit protégée.
Autres	0%	Tous les autres papiers ne provenant pas d'une coupe illégale.

GFD: Gestion forestière durable

Référez-vous au [tableau de classification officielle du papier](#) pour connaître toutes les définitions et préférences.

Changement du marché

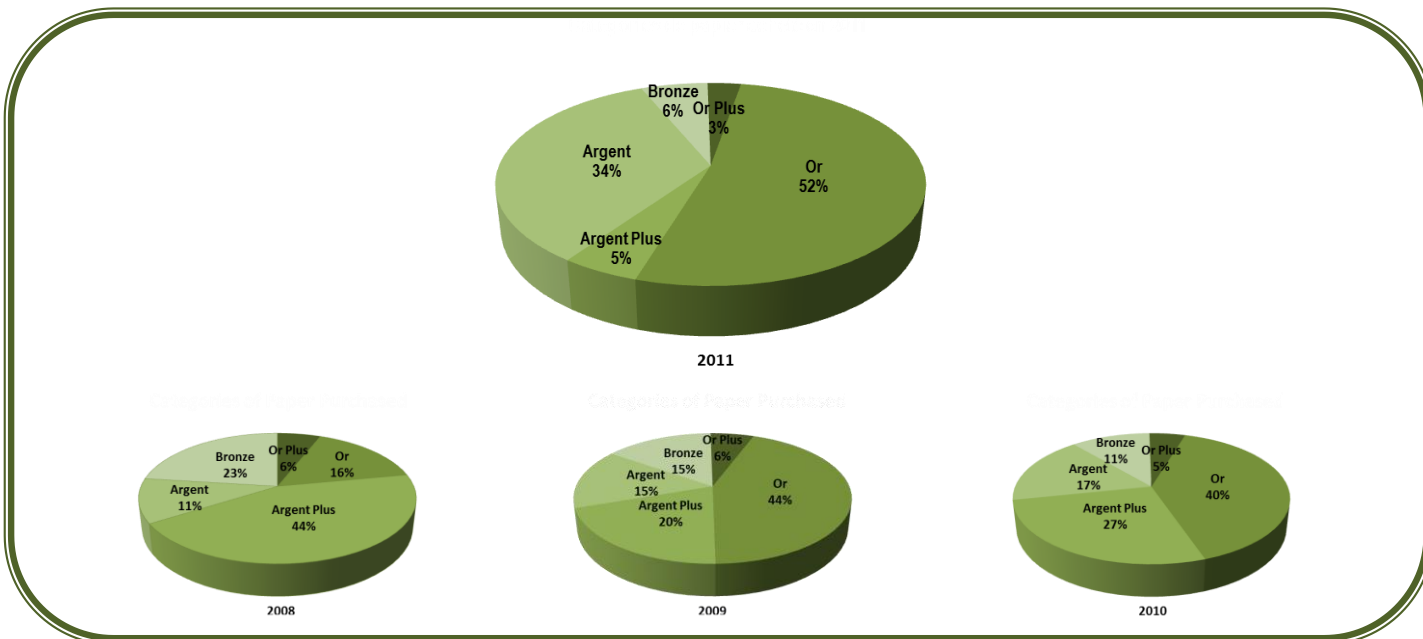
Les papiers offerts aujourd'hui sur le marché canadien sont très différents de ceux offerts en 2006, lorsque nous avons commencé à travailler sur ces questions, et nous félicitons nos fournisseurs pour leurs efforts considérables. Nous avons incité nos clients à préciser qu'ils désiraient des papiers écologiques pour leurs projets d'impression. Nous avons fait des gestes au sein de la collectivité, en encourageant les lecteurs à recycler leurs communications écrites et en subventionnant le recyclage dans certains domaines. Nous avons exercé des pressions afin de conserver des parties de la forêt boréale en appuyant [l'Entente sur la forêt boréale canadienne](#) et en encourageant d'autres aménagistes des forêts à y participer.

En 2011, nous avons poursuivi nos efforts pour renseigner nos 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 des papiers écologiques et, pour ce faire, il participe à des congrès et présente des séances d'information destinées aux clients.

Cible

À la fin de 2009, nous nous sommes fixés 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. Nous sommes très heureux d'annoncer que nous avons atteint ces deux objectifs ambitieux en avance sur l'échéancier, en raison en grande partie de la collaboration de nos fournisseurs, acheteurs de papier et clients. En 2011, nos achats de papier Or et Or Plus ont atteint 55 % tandis que nos achats de papier Bronze ont diminué à 6 %.

Illustration 12 – Catégories de papier acheté ⁶



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 TC Transcontinental de répondre aux besoins de ces clients, nous avons obtenu en 2009 une certification de 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 de chaîne de traçabilité avant que nous puissions apposer le logo de foresterie approprié sur le produit imprimé.

TC Transcontinental a obtenu la certification de sa chaîne de traçabilité d'une tierce partie indépendante pour toutes ses installations au Canada et 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 celui de la Sustainable Forestry Initiative® (SFI®) ou de celui 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 et qu'il été vérifié de façon indépendante selon les normes FSC®, SFI® ou PEFC, tout en continuant d'offrir une certaine flexibilité à nos clients en matière d'impression.

⁶ Excluant le papier fourni par nos clients et les achats de nos installations mexicaines vendues en septembre 2011.

Des vérifications, à l'interne et à l'externe, de notre système de suivi ont été réalisées tout au long de l'année. En 2011, nous avons conservé toutes les certifications de nos installations.



Journal Métro à Montréal

Cette année, notre équipe responsable de l'achat de papier a travaillé avec l'équipe du journal Métro à Montréal afin que le journal soit imprimé exclusivement sur du papier certifié. Grâce à la négociation de contrat, nous nous sommes assurés d'un approvisionnement adéquat en papier certifié par le Forest Stewardship Council (FSC) et nous avons accompagné l'éditeur dans les différentes étapes requises. Depuis le 27 juin, le Journal Métro affiche avec fierté le logo FSC sur sa page couverture.

Le papier recyclé est-il toujours le choix le plus durable?

On comprend bien les avantages liés à l'utilisation du papier recyclé. C'est pourquoi TC Transcontinental a classé le papier recyclé à 100 % dans une catégorie à part, Or Plus, au sommet de son tableau de classification du papier. Grâce au papier recyclé, la demande de fibres vierges est réduite, on utilise au maximum toutes les fibres extraites de la forêt et une moins grande quantité de déchets se retrouve dans les sites d'enfouissement. Comme déchet, le papier prend une place considérable dans nos sites d'enfouissement encombrés et, au fur et à mesure qu'il se dégrade, du méthane est libéré. Or, le méthane est un puissant gaz à effet de serre qui contribue aux changements climatiques. Cependant, le papier recyclé n'est pas toujours le premier choix. Voici pourquoi.

Au Canada et aux États-Unis, d'où provient la majorité de notre papier, la collecte sélective pêle-mêle constitue la norme : les matériaux domestiques recyclables (contenants, emballages, papiers, etc.) sont recueillis ensemble et triés plus tard. Bien que cette approche ait permis d'augmenter les taux de récupération des matières recyclables, elle a également entraîné la « contamination » du papier par d'autres matières recyclables, ce qui le rend plus difficile à recycler en papier de qualité. En fait, le papier récupéré dans le cadre de programmes municipaux est généralement transformé en carton. Environ un tiers de ce papier est mis en ballots et exporté, puis renvoyé au Canada et aux États-Unis sous forme d'emballages ou d'autres articles en papier en provenance d'Asie. Ce phénomène a entraîné une pénurie de fibres recyclables permettant de produire un papier de qualité. Des entreprises de recyclage spécialisées procèdent à des collectes spéciales de papier de bureau rejeté afin de le recycler en papier de qualité, mais les volumes sont assez faibles et le prix a beaucoup augmenté au cours des dernières années.

Il faut également tenir compte de l'impact environnemental du désencrage, des produits chimiques de blanchiment et des diluants nécessaires pour transformer des fibres recyclées de moindre qualité en papier lustré de qualité supérieure. Les impacts environnementaux de ces produits surpassent parfois les avantages liés à l'utilisation de fibres recyclées.



Par conséquent, avant de choisir du papier recyclé, il est sage de demander s'il existe une entreprise locale de recyclage qui fabrique un papier possédant la qualité dont on a besoin pour un projet. Autrement, il vaudrait mieux acheter un papier fait de fibres vierges provenant d'une forêt certifiée de la région.

De quelle façon pouvez-vous aider?

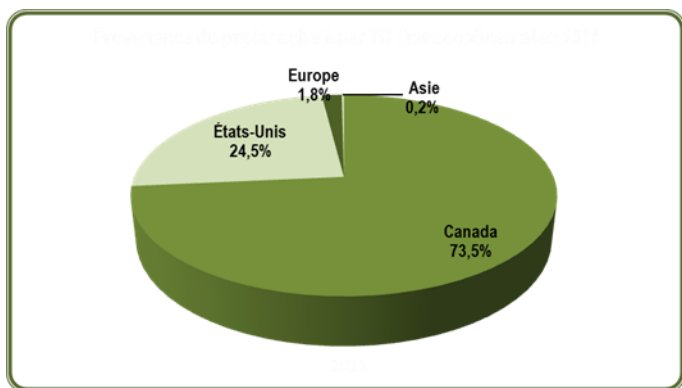
Recyclez vos vieux papiers! Pour les bureaux, ou tout endroit produisant des volumes importants de papier rejeté de qualité supérieure, informez-vous pour savoir si une entreprise de recyclage locale serait intéressée par vos papiers. En tous cas, évitez que le papier se retrouve dans les sites d'enfouissement!

Autres critères pour le choix du papier

Pour nous aider à recueillir des renseignements et à évaluer la performance environnementale et sociale de nos fournisseurs de papier, nous sommes devenus un acheteur participant de l'Environmental Paper Assessment Tool® (EPAT). L'EPAT permet d'évaluer la teneur en fibres (recyclées ou certifiées) de différents papiers, mais aussi d'adopter une approche plus globale en prenant en compte les changements climatiques, la consommation d'énergie, l'utilisation de l'eau, etc. dans un cadre unique et cohérent.

Les préférences régionales sont indiquées dans l'actuelle politique d'achat de papier, et la provenance des papiers achetés est contrôlée. Il est toujours important de tenir compte de la distance parcourue par tout papier, de sa source jusqu'au lieu de livraison, afin de réduire les gaz à effet de serre associés au transport du papier sur de grandes distances.

Illustration 13 – Provenances du papier acheté par TC Transcontinental en 2011



Éviter les fibres de provenance illégale : Lacey Act

En 2008, les États-Unis ont modifié la Lacey Act afin de prévenir l'importation de plantes de provenance illégale et de produits connexes (bois d'œuvre, ameublement, papier, etc.). Bien que les mécanismes d'application de cette loi soient présentement inopérants en ce qui concerne le papier, TC Transcontinental compte sur ses fournisseurs pour satisfaire aux exigences minimales de sa politique d'achat de papier de 2007 ce qui évitera tout achat de papier provenant d'une source illégale.

Une fois que les mécanismes d'application auront été mis en place, nos fournisseurs devront mettre en œuvre les mesures de contrôle appropriées dans un délai de six mois. Nous croyons que le meilleur geste proactif que nos fournisseurs peuvent faire est de s'assurer de n'utiliser que des fibres dont la traçabilité est établie à partir d'une forêt certifiée dans le cadre d'un système de gestion durable des forêts. TC Transcontinental est prête à jouer son rôle au sein de la chaîne de traçabilité des fibres certifiées et a déjà obtenu une certification de chaîne de traçabilité d'une tierce partie pour toutes ses installations au Canada, ainsi que pour sa division Rastar aux États-Unis. Nous avons choisi une triple certification (FSC, SFI et PEFC) afin de pouvoir offrir une quantité maximale de papier certifié, et nous croyons fermement que ce geste permettra de rassurer nos clients sur le fait qu'ils achètent du papier provenant de forêts gérées de façon responsable, et jamais d'une coupe illégale.

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 et de tenue assidue de dossiers de type « Planifier-Mettre en œuvre-Contrôler-Agir ».

TC Transcontinental a développé un système de gestion environnementale, basé sur la norme ISO 14001, pour ses imprimeries. Le niveau de mise en œuvre varie, et certaines installations ont obtenu une certification externe de leur système.

Objectif de mise en œuvre du SGE

Avant la fin de l'exercice financier 2012, nous voulons atteindre un niveau de mise en œuvre du SGE de 75 % dans nos imprimeries. Le niveau de mise en œuvre est mesuré lors de la vérification de conformité aux lois et règlements relatifs à l'environnement dans chaque installation. Les 15 éléments du SGE sont évalués et consignés pour établir le pointage de l'installation. Dans le cadre du programme de vérification d'entreprise, chaque imprimerie est vérifiée tous les trois à cinq ans, selon l'équipement qu'elle possède et l'endroit où elle se trouve. Le pointage moyen dans l'ensemble de nos imprimeries est de 46 % pour 2011, une augmentation de 7% par rapport à 2010.

L'amélioration de la mise en œuvre est soutenue par le programme du comité de l'efficacité manufacturière qui identifie et promeut les possibilités d'amélioration; et par le 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 de vérification couvrant toutes nos installations où il y a des activités d'impression. Dans le cadre de notre programme de vérification de la conformité, nous invitons des vérificateurs externes à évaluer nos installations pour compléter nos pratiques internes de vérification.

Lors du démarrage de ses opérations en Californie, TC Transcontinental Northern California a obtenu un permis temporaire pour utiliser ses équipements de contrôle de la pollution, soit un incinérateur qui détruit les composés organiques volatils (COV) libérés lors de l'impression. L'usine a été en retard pour demander son permis permanent et a encouru une pénalité de 10 000\$ (américains).

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.

Éco-Logo



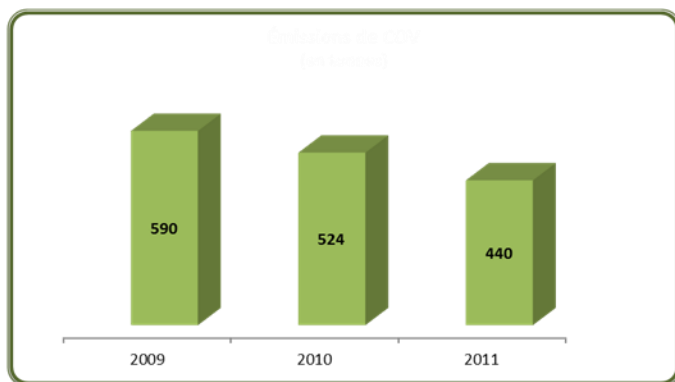
Cinq imprimeries ont conservé la certification Éco-Logo accordée par le gouvernement fédéral. Cette certification porte sur le type de produits chimiques utilisés dans les procédés d'impression ainsi que sur la récupération, le recyclage et l'équipement de réduction des émissions polluantes. D'autres 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. Ceux qui sont photochimiquement réactifs 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 nous les brûlons 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 manuellement. Nous suivons les émissions de COV au moyen de calculs de bilan massique et nous les signalons aux responsables de l'Inventaire national des rejets de polluants pour nos activités en sol canadien.

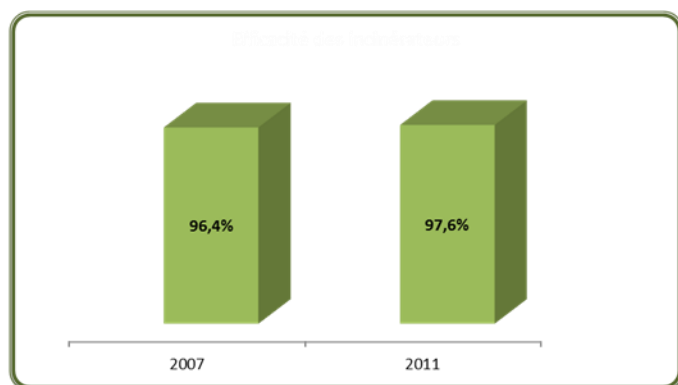
Illustration 14 – Émissions de COV (en tonnes)



En 2011, nous avons émis environ 440 tonnes de COV, une baisse par rapport aux 590 tonnes de 2009. Cette baisse s'explique principalement par la consolidation de nos activités et l'investissement dans des équipements modernes comportant un système de nettoyage automatique des presses. Grâce à ce système, les émissions sont captées et incinérées. Cela se traduit notamment par une diminution des émissions absolues et par une réduction de l'intensité de nos émissions par 1 000 \$ de valeur ajoutée (VA), comme l'indique notre graphique [Empreinte écologique](#). La VA est la meilleure façon que nous avons de décrire notre production dans les différentes imprimeries et elle nous permet d'exprimer l'intensité de nos émissions en kg/1000 \$ de VA. Les valeurs présentées ici diffèrent de celles mentionnées dans le rapport de l'an dernier, en raison des modifications apportées aux méthodes

d'estimation et de collecte des données relatives à la quantité de solvant qui demeure dans les guenilles de nettoyage des presses qui sont expédiées pour être éliminées de façon contrôlée.

Illustration 15 – Efficacité des incinérateurs



L'efficacité des incinérateurs est cruciale pour assurer la destruction des COV. Ces 26 brûleurs postcombustion doivent fonctionner avec une efficacité maximale en tout temps. Nous avons mis au point un programme d'entretien préventif complet pour maintenir le fonctionnement de nos 26 incinérateurs à leur efficacité nominale maximale. Grâce à la mise en application de ce programme, l'efficacité moyenne des incinérateurs est aujourd'hui de 97,6 %.

Réduction des COV à la source

Nous aimerions 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 programme destiné à étudier rigoureusement tous les produits que nous utilisons et nous évaluons la faisabilité de la réduction de la teneur en COV. Le tableau suivant présente les produits qui nous paraissent les plus intéressants.

Tableau 13 – Teneur typique de COV dans les produits utilisés dans l'impression

Catégorie de produits	Utilisation actuelle – teneur en COV (intervalle de variation en %)	Solutions de rechange actuelles disponibles – teneur en COV (intervalle de variation en %)	Possibilité de réduction de la teneur en COV	Mesures à prendre
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
Solution de lavage pour blanchet	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

En 2011, nous avons testé plus de 17 différents produits dans sept installations, et nous les avons évalués en fonction des critères suivants :

- compatibilité avec l'équipement et les autres produits utilisés;
- rendement sur la presse;
- approbation par le comité de santé et sécurité du travail de l'imprimerie concernée;
- acceptabilité environnementale;
- adaptation aux risques commerciaux indiqués dans notre programme de gestion des risques;
- conséquences financières.

Nous poursuivons notre démarche en la matière.

Gaz à effet de serre

Les changements climatiques affectent la planète et 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 en raison des répercussions directes sur notre chaîne d'approvisionnement. L'infestation de dendroctones du pin ponderosa dévaste actuellement les forêts de la Colombie-Britannique. Des hivers plus doux permettent aux dendroctones ou à leurs larves 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, TC 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 concentrons surtout nos efforts sur l'efficacité énergétique, comme nous l'expliquons dans la section Énergie du présent rapport.

Entrée en vigueur de lois sur le plafonnement et l'échange au Québec

Le Québec sera la première province canadienne à appliquer des lois sur le plafonnement et l'échange pour les émissions de carbone, tandis que la Colombie-Britannique impose déjà une taxe carbone sur les carburants. Étant donné que les émissions des installations de TC Transcontinental ne sont pas importantes, les lois sur le plafonnement et l'échange ne s'appliqueront pas directement. Cependant, nous désirons certifier et obtenir des crédits de carbone pour certaines de nos réalisations en matière de réduction, afin de les vendre sur le marché du carbone.

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 2011, nous avons réduit nos émissions de 29 % 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 1 000 \$ de valeur ajoutée, nous avons obtenu une réduction considérable de 17 %. Les réductions sont principalement attribuables à :

- la cessation ou la vente de plusieurs activités aux États-Unis, au Mexique et au Canada dans des États ou des provinces où l'électricité était surtout produite à partir de carburants fossiles;
- la réorganisation de certaines entités d'affaires et l'utilisation plus efficace de l'espace;
- de nombreux projets d'efficacité énergétique mis en œuvre en 2011 (voir la section [Énergie](#)).

Grâce à ces récents changements, nous avons atteint notre cible de réduction de 15 % en avance sur l'échéancier prévu, et nous travaillons actuellement à identifier un nouvel objectif pour les prochaines années.

Illustration 16 – Émissions de gaz à effet de serre attribuables aux activités d'impression (en tonnes de CO₂e)⁷

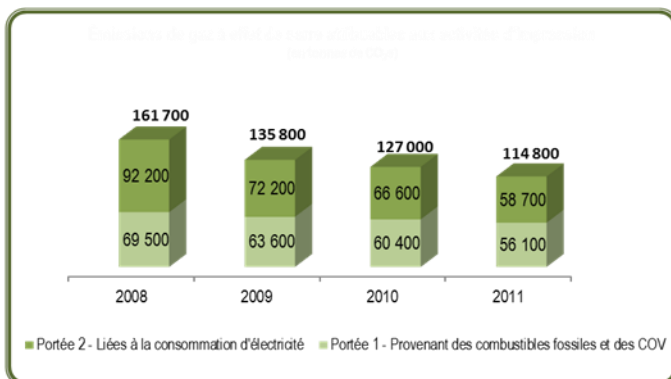
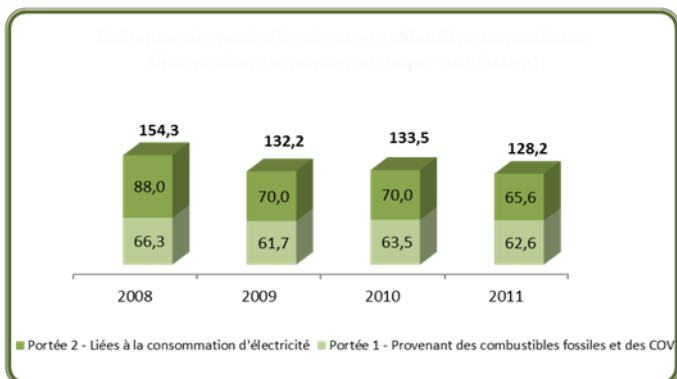


Illustration 17 – Émissions de gaz à effet de serre attribuables aux activités d'impression (en tonnes de CO₂e par 1 000 \$ de VA)⁷



⁷ Les émissions de gaz à effet de serre des années antérieures sont recalculées à chaque année au moyen des plus récentes données publiées relativement aux facteurs d'émissions. Ces données incluent les émissions de nos installations mexicaines vendues en septembre 2011.

Émissions liées à l'électricité fournie par le réseau électrique

Un peu moins de la moitié de nos émissions de gaz à effet de serre proviennent de l'électricité que nous achetons. Ces émissions sont dites de « portée 2 ». Il est intéressant de noter les variations des facteurs d'émission pour l'électricité achetée d'un réseau électrique dans différentes régions de l'Amérique du Nord. Le tableau suivant présente ces facteurs ainsi que la teneur en énergie renouvelable de l'électricité.

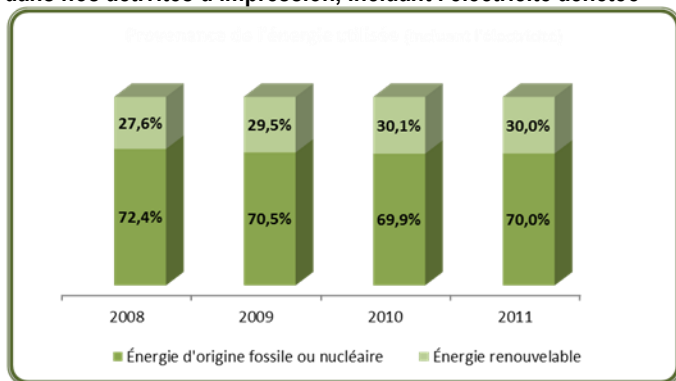
Tableau 14 – Facteurs d'émission pour l'électricité achetée d'un réseau électrique dans différentes régions de l'Amérique du Nord

Province/État	Émissions de GES par MWh (kg CO ₂ e/MWh)	Énergie renouvelable dans l'électricité fournie par un réseau électrique	Nombre d'immeubles de TC Transcontinental
Alberta	960	7%	1
Colombie-Britannique	32	93%	2
Californie	290	26%	2
Manitoba	6	99%	2
Nouveau-Brunswick	580	26%	1
Terre-Neuve-et-Labrador	27	97%	22
Nouvelle-Écosse	910	12%	17
Ohio	845	1%	1
Ontario	110	28%	15
Pennsylvanie	531	3%	2
Île-du-Prince-Édouard	1	98%	5
Saskatchewan	820	17%	8
Québec	3	97%	88
Utah	839	3%	3

Sources: Rapport de l'Inventaire national 1990-2009 – Sources et puits de gaz à effet de serre au Canada; US Energy Information Agency – US State Electricity Profiles 2009; World Resources Institute 2009 – GHG emissions for purchased electricity (version 4-1); Mexico's 4th Communication to the UN – National Inventory Report (2009).

Grâce à ces renseignements, nous sommes en mesure de mettre l'accent sur nos initiatives de réduction de la consommation d'électricité dans les installations où l'utilisation de l'électricité entraîne les émissions de gaz à effet de serre les plus élevées.

Illustration 18 – Énergie renouvelable et non renouvelable utilisée dans nos activités d'impression, incluant l'électricité achetée



Vincent Gilbert
Superviseur de l'entretien et champion de l'énergie
Transcontinental Interglobe



Rejets d'eaux usées

Certains produits chimiques utilisés dans une imprimerie ne doivent pas être rejetés dans les égouts municipaux. Par exemple, les solutions chimiques de préresse, 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.

Grâce à son système de gestion environnementale des imprimeries et à son plan de vérification de la conformité, TC 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.

TC 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. En 2011, cinq installations ont participé à la deuxième vague d'échantillonnage. Quand nous aurons suffisamment de données, nous dresserons un portrait d'ensemble de nos rejets. La date fixée pour terminer ce travail est la fin de l'exercice financier 2012.

Substances contrôlées

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

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

En 2009, nous avons mis au point un programme appelé Initiative de gestion des matières dangereuses. La base de données de ce programme comprend plus de 2 500 fiches techniques santé-sécurité au sujet des produits que nous utilisons dans l'ensemble de nos installations. Depuis 2010, nous travaillons sur un outil informatique de suivi qui nous permet d'établir, de quantifier et de compiler notre utilisation de toutes ces substances sur une base mensuelle dans l'ensemble de nos 29 imprimeries et de comparer ce que nous utilisons aux seuils de déclaration des substances en vertu des diverses exigences de compte rendu prévues par la loi, notamment les suivantes :

- Inventaire national des rejets de polluants (INRP);
- Rapport sur les émissions atmosphériques présenté au ministère du Développement durable, de l'Environnement et des Parcs (MDDEP);

- Programme de permis environnemental de Metro Vancouver;
- Plan de réduction des substances toxiques en Ontario;
- Service de l'environnement de la Ville de Montréal.

Il nous permet également de certifier que nos produits sont conformes aux exigences de protection des consommateurs et des clients, comme les suivantes :

- Consumer Product Safety Commission (CPSIA);
- Loi canadienne sur la sécurité des produits de consommation (LCSPC);
- Coalition of Northeastern Governors (CONEG);
- Enregistrement, évaluation, autorisation et restriction des produits chimiques ([REACH](#)) en Europe.

Veuillez-vous référer à la section [Impacts des produits et services sur la santé et la sécurité](#).

Non seulement cela nous donne accès à des renseignements plus précis pour rendre compte de l'utilisation de substances contrôlées, mais cela nous permet également de concentrer nos efforts et de travailler avec les fournisseurs à découvrir des produits de remplacement.

OPTIMISER L'UTILISATION DES RESSOURCES

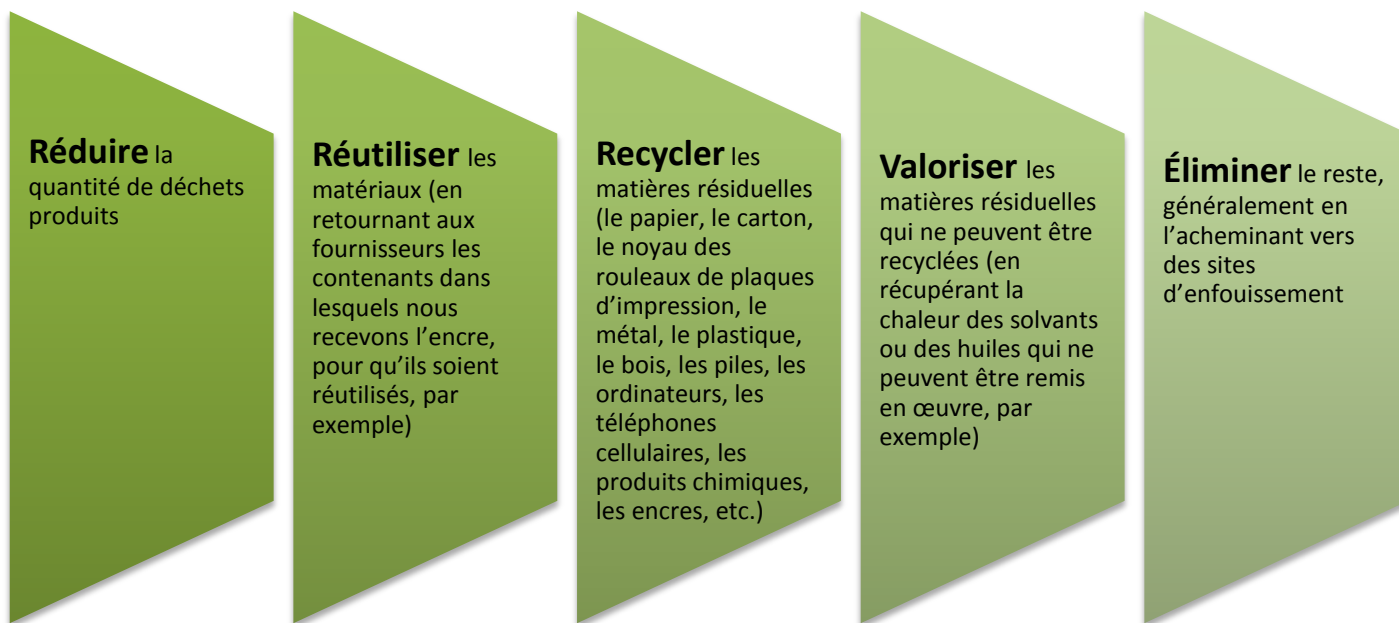
Gestion des déchets

Mise en œuvre d'un programme global de gestion des déchets dans les imprimeries

En 2011, plusieurs de nos imprimeries ont travaillé au développement d'un programme complet de gestion des déchets visant à séparer les différents flux de déchets et à éviter que ceux-ci soient acheminés vers des sites d'enfouissement. Le recyclage du papier est une pratique utilisée depuis longtemps, mais ce n'est pas le cas en ce qui concerne d'autres matériaux, qui n'ont pas fait l'objet d'efforts de recyclage ou de récupération dans le passé.

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

Illustration 19 – La hiérarchie des 3RVE



Actuellement, plus de 94 % des déchets produits par nos imprimeries sont recyclés.

Illustration 20 – Déchets produits par nos imprimeries (en tonnes)⁸

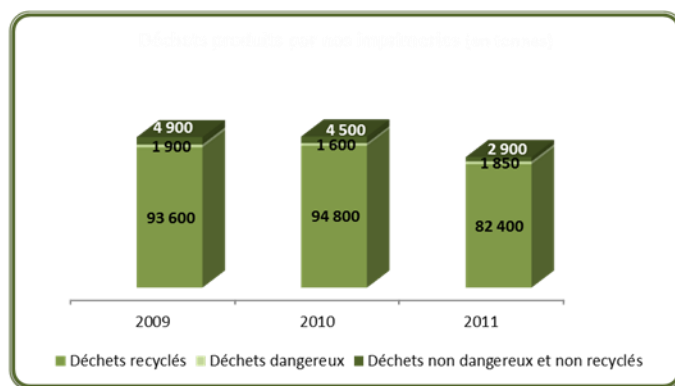
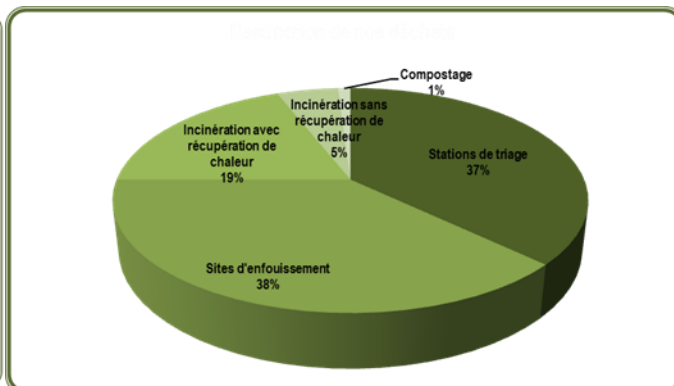


Illustration 21 – Destination de nos déchets non dangereux non recyclables



En 2011, nous avons réalisé un sondage afin de mieux comprendre comment nous disposons de nos déchets non dangereux non recyclables. Nous nous sommes adressés aux 23 entrepreneurs en enlèvement des déchets desservant nos imprimeries. Le sondage a montré que 38 % des déchets sont acheminés directement vers des sites d'enfouissement, environ 26 % sont incinérés et 37 % sont envoyés à des stations afin d'être triés comme déchets recyclables ou non recyclables.

Déchets électroniques

En 2011, TC Transcontinental avait près de 15 tonnes de déchets électroniques (ordinateurs, imprimantes, etc.). Pour les éliminer, nous avons décidé de recourir aux services de Recypro, une entreprise québécoise certifiée ISO14001 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.

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 leur proposant un contenu pertinent, TC 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 encore l'offre du Publisac, nous avons mis en œuvre les initiatives suivantes :

- Nous avons développé les 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 en fonction du nombre de sacs utilisés par les résidents.
- Pour nous assurer que le contenu est pertinent pour les lecteurs, nous avons partagé les résultats d'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.
- En 2010 et en 2011, 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.

⁸ Incluant les déchets de nos installations mexicaines vendues en septembre 2011.

Programme global de gestion de l'énergie

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

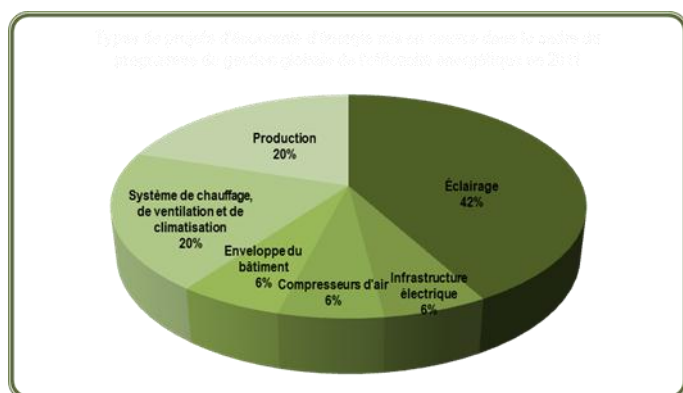
Les entités d'affaires sont encouragées à solliciter des fonds que la Société a placés dans une réserve de capital, destinée à la réalisation de projets en matière d'efficacité énergétique. Les fonds pour 2010-2011 représentent 5 % de toutes les dépenses en immobilisations. Ils ont été renouvelés pour 2011-2012.

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 présentée, et les sommes appropriées sont allouées.

Cibles pour les années 2008 à 2013

Le programme de gestion globale 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.

Illustration 22 – Types de projets d'économie d'énergie mis en œuvre dans le cadre du programme de gestion globale de l'efficacité énergétique en 2011



Les projets mis en œuvre entre 2008 et 2011 ont permis de réaliser des économies d'énergie de 65 500 000 kWh. Bien que notre consommation énergétique ait diminué de 20,3 % 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 6,8 % durant la même période. L'intensité énergétique est mesurée par la quantité d'énergie nécessaire pour produire 1000 \$ de valeur dans nos imprimeries.

En 2011, 17 projets ont été proposés, ce qui représente des investissements d'une valeur de 1,3 M\$ dans les domaines présentés dans l'illustration 22.

Illustration 23 – Consommation d'énergie dans les imprimeries (en MWh) ⁹

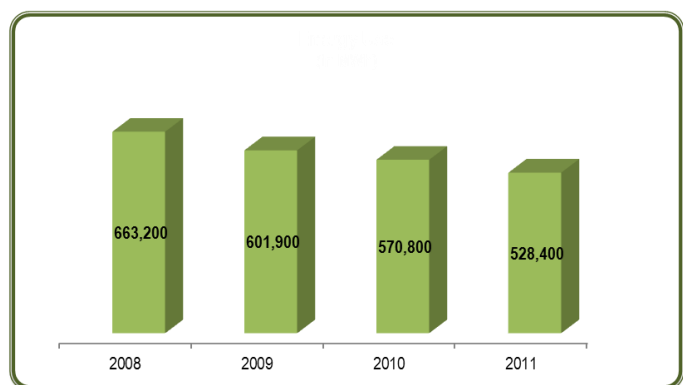
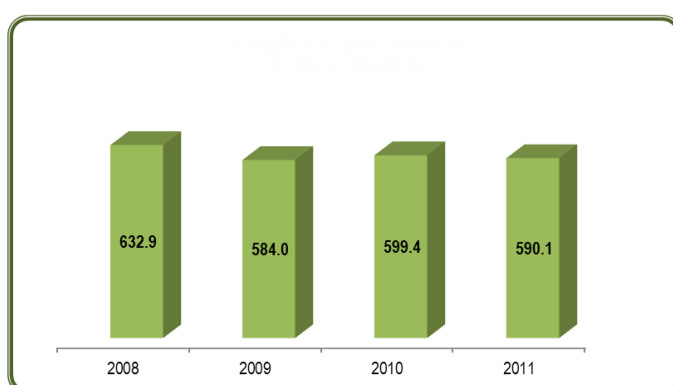
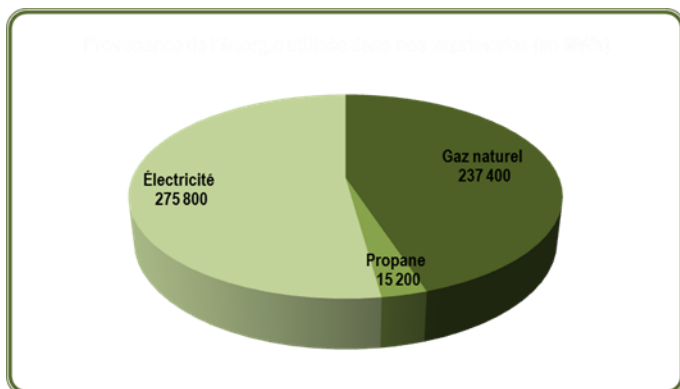


Illustration 24 – Intensité énergétique de la production (en kWh par 1000 \$ de VA)



⁹ Incluant la consommation d'énergie de nos installations mexicaines vendues en septembre 2011.

Illustration 25 – Provenance de l'énergie utilisée dans nos imprimeries (en MWhe)



TC Transcontinental a ouvert en 2009 la nouvelle imprimerie imprimant le *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 SystemMC. Plusieurs des points considérés dans ce système de classification concernent des mesures d'efficacité énergétique.

Leadership dans l'industrie

TC Transcontinental est l'une des fondatrices d'une nouvelle forme de collaboration entre l'Association québécoise pour la maîtrise de l'énergie (AQME) et cinq grandes entreprises (Banque Nationale du Canada, Groupe Desjardins, Société des alcools du Québec, Sobeys et TC Transcontinental). 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, TC Transcontinental cible une réduction de 15 %.



Brian Smith
Superviseur de l'entretien et champion de l'énergie
Transcontinental Vancouver

À la suite d'une étude réalisée en partenariat avec BC Hydro sur la consommation d'électricité de notre imprimerie de Vancouver, deux projets de réduction ont été déterminés et mis en œuvre en 2011 :

- Le remplacement des séchoirs de sortie dans le réseau d'air comprimé par un système qui permet de purger le condensat sans relâcher l'air comprimé. Résultat : des économies d'énergie de 886 000 kWh par année.
- L'installation d'un éclairage plus éconergétique dans l'imprimerie et dans l'entrepôt. Résultat : des économies d'énergie représentant 284 000 kWh par année.

Les économies d'énergie combinées de 1 170 MWh par année ont également permis de réduire de 37 tonnes par année les émissions de gaz à effet de serre (CO₂e).

Martin Clair
Directeur de l'ingénierie et de l'entretien
Transcontinental St-Hyacinthe



Deux projets d'économie d'énergie ont été mis en œuvre en 2011 chez Transcontinental Saint-Hyacinthe :

- Pour optimiser la quantité d'air à remplacer dans le bâtiment, des sondes de pression ont été installées. Elles équilibrent les volumes d'air expulsé par les séchoirs et assurent l'entrée d'une quantité adéquate d'air frais pour maintenir la qualité de l'air. Résultat : des économies en gaz naturel de 336 800 m³ par année et, en électricité, de 228 700 kWh par année.
- Un détecteur à ultrasons a été utilisé pour inspecter le système d'air comprimé. Au total, 238 fuites ont été détectées. Les réparations ont permis de réaliser des économies d'énergie représentant 1 068 220 kWh par année.

Des économies d'énergie combinées de 4 765 MWh par année ont également permis de réduire de 644 tonnes par année les émissions de gaz à effet de serre (CO₂e).

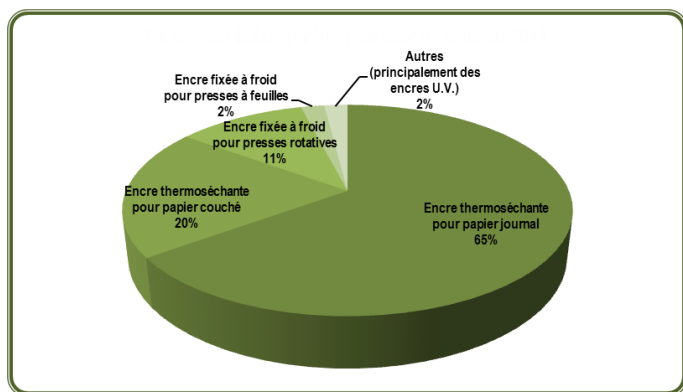
Encres

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. L'encre peut ne pas être 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

Illustration 26 – Encres utilisées par TC Transcontinental en 2011



TC Transcontinental achète un peu plus de 14 000 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.

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. TC 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. TC 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 environ 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 nous en avons besoin et nous assurer qu'elle soit propre à la consommation est une entreprise complexe.

TC 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. En 2011, nous avons évalué les utilisations que nous faisons de l'eau en fonction de la taille de nos installations.

Tableau 15 – Utilisation moyenne de l'eau par taille d'installation

Taille de l'imprimerie	Superficie du bâtiment	Utilisation moyenne de l'eau
Petite	30 000 à 60 000 pi ²	5 000 m ³ par année
Moyenne	100 000 à 150 000 pi ²	12 000 m ³ par année
Grande	Plus de 175 000 pi ²	20 000 m ³ par année

Dans les imprimeries où nous utilisons des tours de refroidissement, l'utilisation de l'eau augmente de 8 000 m³ par année.

Notre objectif, pour 2012, est de faire l'inventaire des utilisations que nous faisons de l'eau dans nos principales installations et d'obtenir ainsi une vue d'ensemble de nos habitudes d'utilisation.

Biodiversité

Des évaluations des sites où se trouvent les imprimeries de TC Transcontinental, réalisées en 2011, ont confirmé que nos activités se déroulent dans des milieux urbains ou semi-urbains et que nous avons peu d'impact direct sur des zones riches en biodiversité. Néanmoins, 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 (voir la section [Achat de papier](#)).

Soutenir activement les partenariats multisectoriels en matière de développement durable

En 2011, nous avons continué de travailler avec Canopée, un organisme environnemental sans but lucratif dédié à la conservation des forêts, pour améliorer notre rendement environnemental et contribuer à la mise en œuvre de solutions durables pour les forêts canadiennes de haute valeur pour la conservation.

Dans le rapport de 2010, nous vous avons mentionné que nous soutenions l'Entente sur la forêt boréale canadienne. Cette initiative novatrice réunit 22 entreprises forestières et neuf organismes environnementaux. Elle vise à assurer la vitalité de l'industrie forestière tout en permettant la conservation d'étendues considérables de la forêt boréale canadienne et la protection des populations de caribous qui y vivent.

Bien que la mise en œuvre de l'Entente accuse des retards considérables, nous continuons à encourager nos fournisseurs à compléter leurs propositions pour l'établissement d'aires protégées et leurs plans d'action dans l'aire de répartition du caribou et dans la vallée White Mountains, et nous sommes confiants de voir l'Entente atteindre ses objectifs.

Notre façon de contribuer consiste à soutenir des projets qui fournissent des solutions viables pour l'environnement, la société et l'économie. D'ailleurs, nous encourageons le gouvernement du Québec à poursuivre les négociations amorcées en 2011 avec la nation Crie et d'autres parties prenantes afin d'assurer la protection de la vallée de la Broadback, en 2012. En reconnaissance de nos efforts, un prix Défenseur de la conservation nous a été décerné par Canopée, qui a joué un rôle clé dans la conclusion de l'Entente.

Forts de notre engagement à protéger la forêt boréale, nous exprimons également notre soutien à la mise en œuvre complète de l'Entente sur la forêt pluviale du Grand Ours. Cette entente entre les parties constitue un engagement à améliorer le mieux-être des communautés locales pour protéger jusqu'à 70 % de la superficie de cette forêt ancienne.

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 169 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 TC 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.

Voyages d'affaires

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. En 2011, nous avons également acheté des crédits de carbone équivalant à plus de 1 000 tonnes de CO₂ pour compenser les émissions relatives à nos voyages en avion, avec l'aide de notre agence de voyage, en utilisant la calculatrice du www.cleanairconservancy.org.

Déplacement des employés

En 2011, nous avons réalisé un sondage avec l'aide de nos Escouades vertes dans nos cinq immeubles administratifs, pour mieux comprendre nos habitudes de déplacement. Cette initiative faisait suite à un sondage réalisé en 2010 dans toutes nos installations. Le sondage de 2010 nous a permis de constater que les gens vivaient à une distance moyenne de 25,8 km de leur lieu de travail. En tenant compte des modes de transport choisis par les gens, nous avons calculé que les émissions annuelles moyennes de gaz à effet de serre relatives au déplacement quotidien d'un employé étaient de 2,3 tonnes de CO₂e/année. Si nous extrapolons et appliquons ce résultat à l'ensemble de nos effectifs, cela représente des émissions de 23 000 tonnes de CO₂e/année, soit autant que la somme des émissions de deux de nos plus grandes imprimeries.

Illustration 27 – Habitudes de déplacement dans les cinq immeubles administratifs de TC Transcontinental en 2011 (en ville)

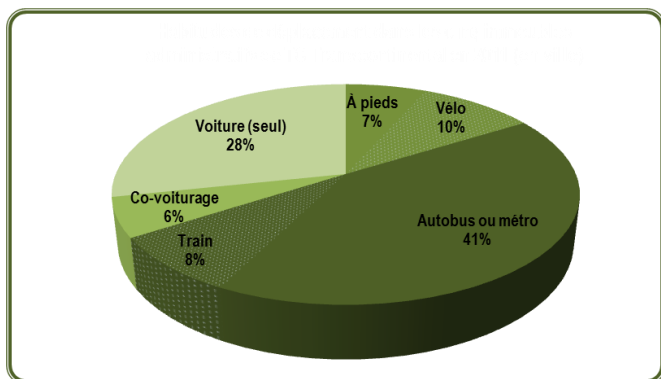


Illustration 28 – Habitudes de déplacement chez TC Transcontinental en 2010 (en ville et en banlieue)

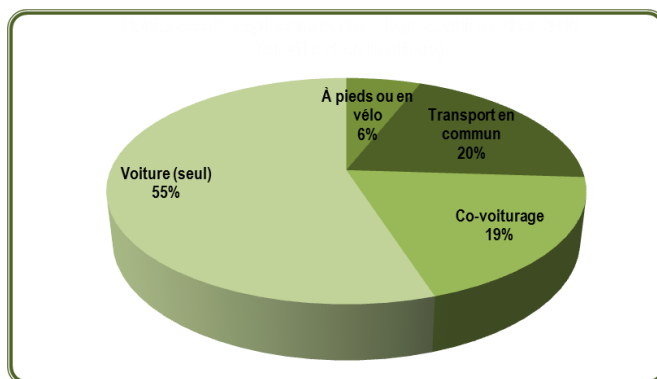
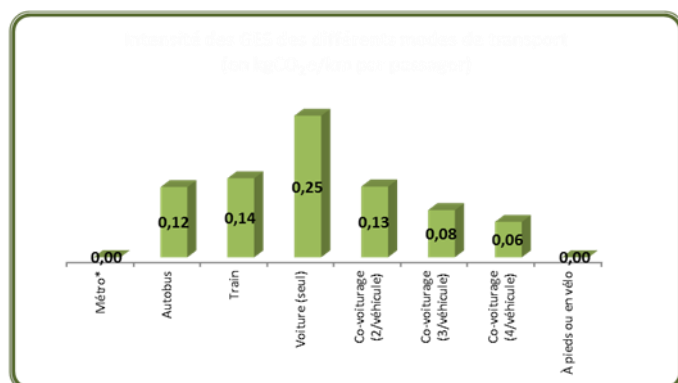


Illustration 29 – Intensité des GES des différents modes de transport (en kgCO₂e/km par passager)



En 2012, nous allons faire la promotion de l'utilisation du transport en commun dans nos installations situées dans les villes et du covoiturage dans nos installations établies en banlieue.

* Données basées sur le métro de Montréal, qui est alimenté en hydroélectricité.

Empreinte écologique de nos installations

Ce tableau de l'empreinte écologique 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 de 1000 \$ dans les installations de TC Transcontinental (valeur ajoutée ou VA). La VA est la meilleure façon dont nous disposons pour décrire notre production dans nos différentes imprimeries et pour représenter une unité de travail sous la forme d'une valeur en argent.

Illustration 30 – Schéma de l'empreinte écologique

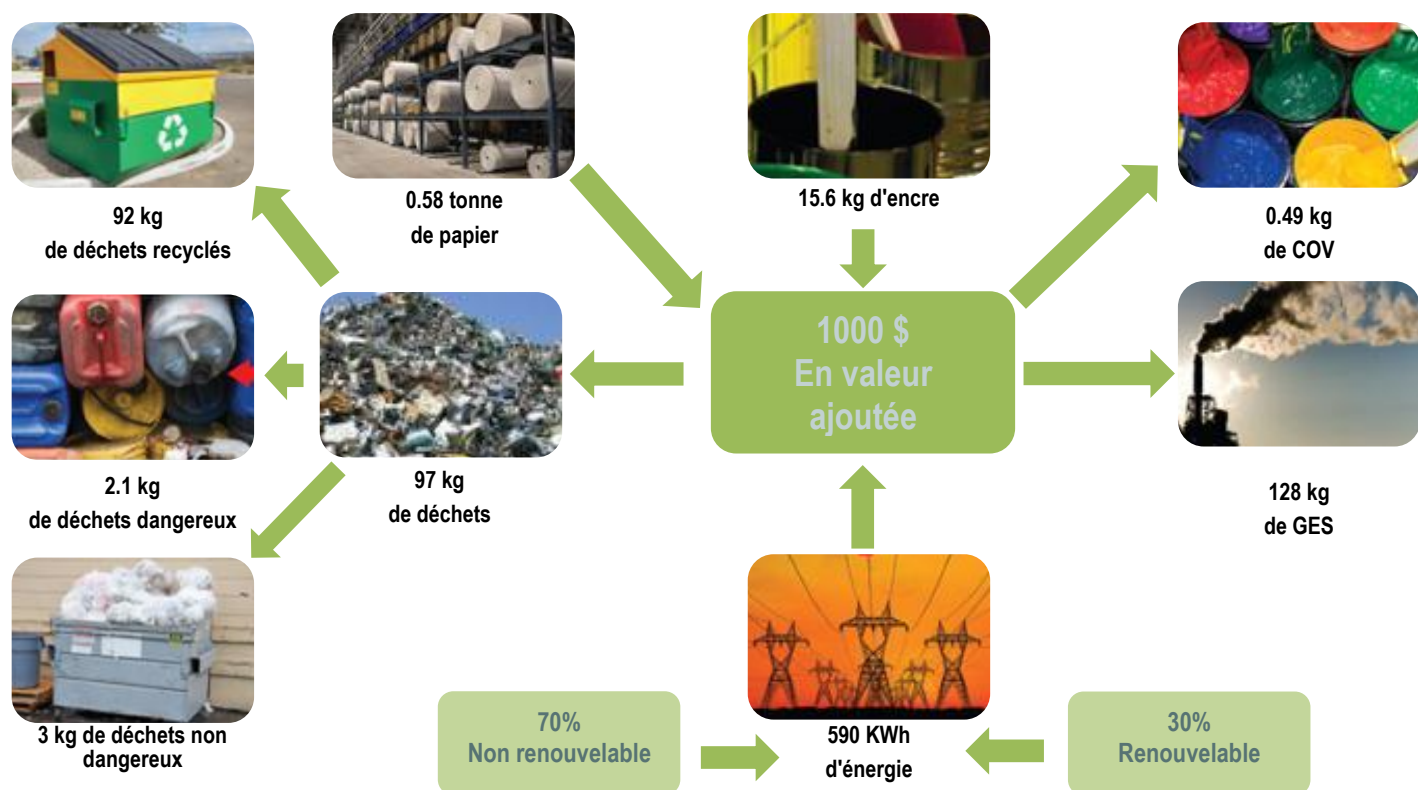


Tableau 16 – Historique de l'empreinte écologique

Par 1000 \$ de valeur ajoutée	2011	2010	2009	2008
Papier	0,58 tonne	0,58 tonne	0,49 tonne	Non publié
Encre	15,6 kg	16,6 kg	Non publié	Non publié
Énergie	590 kWh	599 kWh	584 kWh	633 kWh
Non renouvelable	70,0 %	69,9 %	70,5 %	72,4 %
Renouvelable	30,0 %	30,1 %	29,5 %	27,6 %
Déchets	97 kg	106 kg	97 kg	100 kg
Matières recyclées	92 kg	100 kg	91 kg	92 kg
Déchets dangereux	2,1 kg	1,7 kg	1,8 kg	1,9 kg
Déchets non dangereux	3 kg	5 kg	5 kg	6 kg
Émissions de composés organiques volatils (COV)	0,49 kg	0,55 kg	0,57 kg	Non publié
Émissions de gaz à effet de serre (GES)	128 kg CO ₂ e	134 kg CO ₂ e	132 kg CO ₂ e	154 kg CO ₂ e

Les valeurs des années antérieures n'ont pas été retraitées pour les acquisitions et dispositions d'actifs. Par exemple, toutes les émissions produites par nos installations mexicaines sont incluses, bien qu'elles aient été vendues en septembre 2011. Cependant, les données portant sur les années précédentes ont été recalculées au moyen des plus récentes données publiées relativement aux facteurs d'émissions et aux corrections.



LA PROSPÉRITÉ

Chez TC Transcontinental, nous sommes conscients que notre rendement financier est directement lié à nos rendements social et environnemental. Chaque facette de notre entreprise est inter-reliée et contribue à assurer notre prospérité à long terme. Notre objectif ultime est d'assurer la croissance et la rentabilité à long terme de la Société pour l'intérêt commun des quatre piliers de l'entreprise : nos employés, nos clients, nos actionnaires et les collectivités où nous exerçons nos activités.

Notre stratégie repose sur plusieurs principes fondamentaux : nous voulons être les chefs de file dans les marchés que nous desservons, maintenir une approche disciplinée en matière d'acquisitions et de gestion financière et entretenir notre culture axée sur l'innovation et la satisfaction des clients. Pour bien mettre en œuvre cette stratégie, nous devons constamment encourager les initiatives en matière d'efficacité et d'innovation, avoir suffisamment de fonds disponibles pour les investissements ou les acquisitions stratégiques et maintenir une gouvernance rigoureuse et transparente. 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.

Nous entendons profiter de nos produits et services de marketing uniques pour accélérer le développement de notre nouvelle offre de service intégrée auprès des annonceurs. Les fondations solides construites au fil des années grâce à nos activités existantes, notre stratégie de créneaux et l'exploitation des avenues qui émergent des nouvelles tendances dans les domaines du marketing et des médias nous permettront de saisir les occasions qui se présenteront à moyen et à long termes. Nous entendons déployer ces nouveaux services à un rythme beaucoup plus rapide au cours des prochaines années. Notre position de chef de file dans plusieurs de nos créneaux traditionnels et notre saine situation financière nous permettront d'accélérer le déploiement de nos solutions de marketing numérique et interactif, domaines dans lesquels nous prévoyons une croissance.

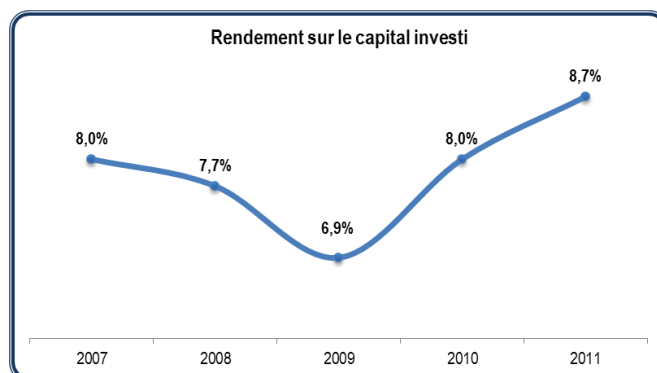
Données clés

2 043,6 \$M
Revenus

2 453,6 \$M
Actifs totaux

373 \$M
BAIIA

1,4x
Ratio
d'endettement net
ajusté



Objectifs stratégiques

- Préserver la valeur de la Société
- Investir dans la croissance future

Faits saillants de 2011

- En 2011, nous avons considérablement renforcé notre position financière en réduisant davantage notre ratio d'endettement net ajusté, qui s'est établi à 1,4x au 31 octobre, comparativement à 1,9x au 31 octobre 2010.
- Nos nouvelles sources de revenus ont augmenté de 115,7 millions de dollars au cours des trois dernières années, passant de 78,0 millions de dollars en 2008 à 193,7 millions en 2011.
- En 2011, nous avons maintenu notre BAIIA au haut niveau historique fixé en 2010 à 373 millions de dollars.

Renseignements supplémentaires

- Performance économique et stratégie : [Rapport annuel](#) et [Notice annuelle](#)
- Présence sur le marché : [Rapport annuel](#) et [Notice annuelle](#)

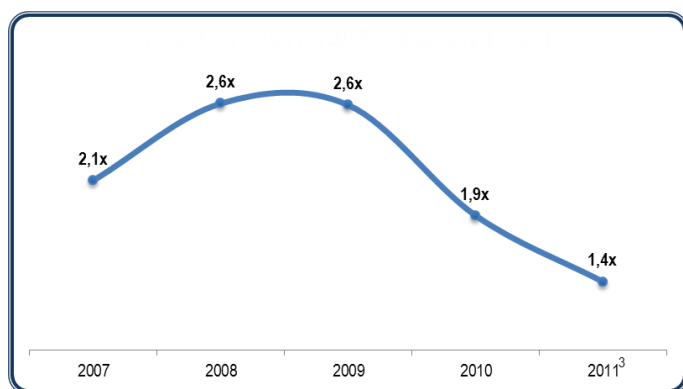
PRÉSERVER LA VALEUR DE LA SOCIÉTÉ

Maintenir une solide situation financière

Alors que nous vivons le glissement de nos marchés traditionnels vers de nouvelles plateformes numériques qui évoluent rapidement, nous croyons qu'il est important de pouvoir compter sur une flexibilité financière accrue pour nous adapter aux nouvelles réalités du marché. Notre stratégie consiste à renforcer nos activités les plus traditionnelles, qui génèrent de fortes liquidités, pour soutenir et accélérer la croissance de nos nouvelles solutions numériques et interactives. Pour assurer le suivi de notre flexibilité financière, nous avons choisi le ratio d'endettement net, qui représente la dette nette sur le BAIIA (bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements), pour indiquer dans quelle mesure nous parvenons à maintenir un bilan solide.

Nous avons fixé notre objectif de ratio d'endettement net à 1,5x, ce qui est bien inférieur à la moyenne affichée par les entreprises dans les industries de l'impression et des médias.

Illustration 31 – Ratio d'endettement net ^(1,2) (incluant la titrisation)



Notre ratio d'endettement net ajusté a culminé à 2,6x, puis a régulièrement diminué jusqu'à atteindre 1,4x³ à la fin de 2011, ce qui nous plaçait dans notre meilleure situation financière depuis 2005. Les investissements de plus de 700 millions de dollars que nous avons réalisés ces dernières années, surtout pour notre plateforme d'impression, nous ont permis, en 2011, d'atteindre un sommet inégalé au chapitre des fonds générés par les activités d'exploitation. Ces facteurs, ainsi que des dépenses en immobilisations nettement moindres (moins de 50 millions de dollars en 2011), ont contribué à réduire notre endettement net tout en maintenant notre niveau de BAIIA.

Comme nos dépenses en immobilisations devraient demeurer peu élevées dans les années à venir, nous prévoyons utiliser nos liquidités

excédentaires pour réduire davantage notre endettement net en priorité.

(1) Comme publié initialement.

(2) Pour toute information complémentaire concernant des éléments spécifiques et les mesures financières non conformes aux PCGR, veuillez consulter la section « Conciliation des mesures financières non conformes aux PCGR » du rapport de gestion de l'exercice se terminant le 31 octobre 2011.

(3) Ajusté pour 2011 afin d'exclure le montant à verser à Quad/Graphics Inc. à la clôture de la transaction visant l'acquisition indirecte de Quad/Graphics Canada Inc.

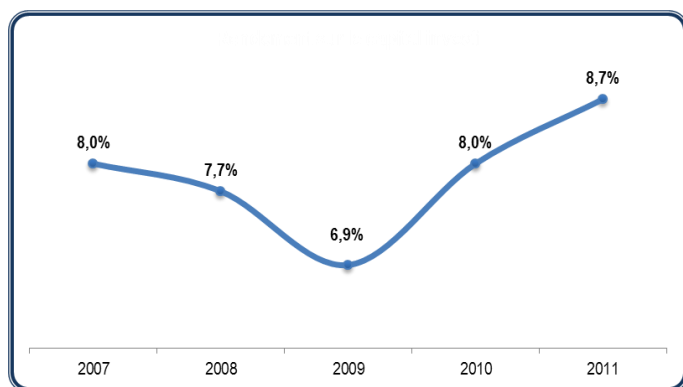
INVESTIR DANS LA CROISSANCE FUTURE

Améliorer l'efficience

L'impression est l'une des compétences de base de la Société et TC Transcontinental est reconnue pour son innovation technologique et son efficience. Depuis 2007, nous avons investi plus de 700 millions de dollars dans nos équipements d'impression. Ces investissements ont surtout visé trois grands projets qui sont maintenant pleinement opérationnels :

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

Illustration 32 – Rendement sur le capital investi



d'options de formats et de couleurs sans équivalent au Canada.

Nous avons choisi le rendement sur le capital investi (RCI) pour mesurer notre capacité à générer une rentabilité accrue à partir de notre base d'actifs. Notre objectif consiste à atteindre un rendement sur le capital investi au-dessus du coût moyen pondéré de nos capitaux (CMPC), qui s'établit à 9 %.

Ces dernières années, le RCI de TC Transcontinental a été légèrement inférieur à son CMPC de 9 %, principalement en raison de l'effet négatif du taux de change, des investissements réalisés pour l'achat d'équipements d'impression modernes et de notre soutien stratégique pour assurer la croissance de nos activités liées aux médias et à l'interactif. En 2011, notre RCI a augmenté pour une deuxième année consécutive, puisque nous profitons désormais d'un retour sur les investissements importants réalisés entre 2007 et 2010, ainsi que des initiatives d'amélioration de l'efficacité. Nous prévoyons que notre RCI s'améliorera encore l'année prochaine, grâce à la poursuite des initiatives d'amélioration de l'efficacité, combinées à une baisse attendue des dépenses en immobilisations nécessaires dans les années à venir.

Investir dans l'innovation

Les industries de l'impression et des médias sont en pleine mutation, en raison de la migration progressive de la publicité vers les plateformes numériques. Étant donné que plus de 80 % de nos revenus sont directement ou indirectement tirés des budgets publicitaires de nos clients, nous devons adapter nos produits et services pour répondre aux besoins évolutifs de ces derniers.

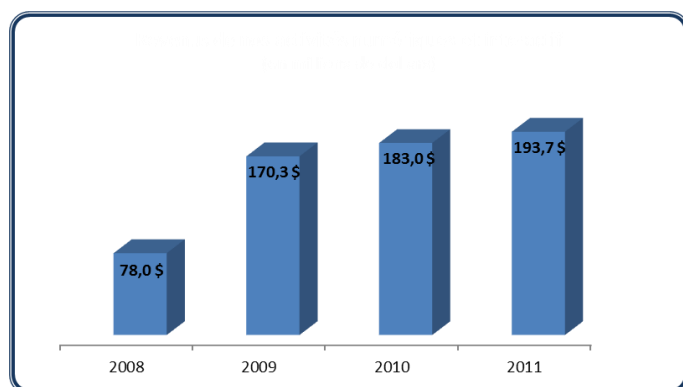
Par conséquent, au cours des dernières années, nous avons réalisé des investissements et acquisitions stratégiques qui nous ont permis d'étendre notre offre de produits de marketing interactif à nos clients. Nous avons investi dans notre secteur des médias pour développer des produits et services offerts sur de nouvelles plateformes médiatiques et nous avons investi dans la technologie d'impression numérique, dans notre secteur d'impression, où on constate une demande croissante pour le court tirage. La combinaison de ces revenus constitue ce que nous appelons nos « nouvelles sources de revenus ».

En 2011, nous avons décidé de fusionner nos secteurs des médias et de l'interactif afin d'accélérer la croissance. Cette fusion nous permettra de mettre en place un service numérique et interactif plus intégré pour nos clients. La nouvelle structure qui en découle est entrée en vigueur le 1^{er} novembre 2011.

Nous avons choisi de faire le suivi de la croissance de ces nouvelles sources de revenus de manière à en tirer une mesure de notre capacité à transformer nos activités. Notre objectif est d'augmenter les revenus à 300 millions de dollars d'ici la fin de l'exercice 2013. Ces sources de revenus ont atteint 193,7 millions de dollars en 2011. Nous prévoyons atteindre notre objectif grâce à une combinaison de croissance interne et d'acquisitions au cours des deux prochaines années.

Le premier projet susmentionné a été entrepris pour satisfaire aux engagements pris dans le cadre du renouvellement, pour 18 ans, d'un contrat avec le quotidien *The Globe and Mail* d'une valeur de 1,7 milliard de dollars. Grâce à ce réseau unique de presses hybrides, nous pouvons imprimer le journal *The Globe and Mail* sur papier couché et produire toutes les pages en couleur. Cela signifie que la plateforme peut également répondre aux besoins de nos clients détaillants, en imprimant des circulaires pendant la journée, moment où les presses étaient généralement arrêtées. Nous améliorons donc l'efficacité globale grâce à une utilisation plus productive des équipements et des capacités. Cet investissement a réduit la nécessité de dépenses en immobilisations dans le Groupe du détail au cours des prochaines années, et les clients détaillants de la Société bénéficieront d'une qualité d'impression et

Illustration 33 – Revenus de nos activités numériques et interactives (en millions de dollars)



Nos nouvelles sources de revenus ont augmenté, passant de 78,0 millions de dollars, ou 3 % de notre portefeuille en 2008, à 193,7 millions, ou 9,5 % du portefeuille en 2011. Cette croissance a été principalement générée par les acquisitions dans le secteur de l'interactif (Thindata 1:1, Rastar, Totem, Conversys, LIPSO et Vortex Mobile), ainsi que par les initiatives de croissance interne, grâce à nos plateformes numériques dans le secteur des médias et à l'impression numérique dans le secteur de l'impression.

Challenge de l'innovation

En 2011, afin de stimuler davantage l'innovation en vue d'atteindre nos ambitions de croissance, nous avons lancé le Challenge de l'innovation. Ce tournoi invite les employés à réaliser un remue-méninges et à mettre sur pied un plan conceptuel à présenter à la haute direction. Cette initiative nous a également permis d'établir un langage commun, en offrant de la formation et de l'encadrement au sujet de principes de base de l'innovation, en plus de favoriser une culture de l'innovation dans l'ensemble de l'entreprise. Plus de 1 500 employés et 170 équipes ont contribué au succès de la première année du tournoi. Les meilleures idées sont en cours d'analyse de faisabilité et celles dont la valeur sera démontrée pourraient être mises en œuvre dès 2012. La deuxième édition du Challenge de l'innovation a été lancée le 1^{er} février 2012.

VALEUR ÉCONOMIQUE

Comme nous créons de la richesse, nous contribuons également au bien-être de la société. Nous partageons nos succès avec les actionnaires, les employés et les communautés dans lesquelles nous exerçons nos activités, sous forme de dividendes, de création d'emplois directs et indirects, de commandites, de dons, de collectes de fonds et de bénévolat dans le cadre d'événements sociaux.

Tableau 17 – Valeur économique

(en millions \$)	2011	2010*
Valeur économique directe générée:		
Revenus	2 043,6 \$	2 028,3 \$
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)	1 028,4 \$	1 004,1 \$
Salaires et avantages sociaux des employés (excluant les indemnités de départ)	644,7 \$	651,0 \$
Paiements aux fournisseurs de capitaux:		
Dividendes sur actions participantes	39,7 \$	28,3 \$
Dividendes sur actions privilégiées	6,8 \$	7,0 \$
Intérêts payés	30,4 \$	39,2 \$
Paiements aux gouvernements – impôts payés	19,2 \$	33,4 \$
Commandites et dons dans les communautés	4,5 \$	5,1 \$

* Certains chiffres de 2010 ont été retraités afin qu'ils soient comparables à ceux de 2011.

Valeur économique directe générée

Nos revenus consolidés ont augmenté de 1 %, passant de 2 028,3 millions de dollars en 2010 à 2 043,6 millions en 2011. Cette augmentation est principalement attribuable aux nouveaux contrats d'impression ainsi qu'aux acquisitions et aux lancements de journaux hebdomadaires.

Valeur économique distribuée

Frais d'exploitation - En 2011, nous avons déboursé plus de 1,0 milliard de dollars en frais d'exploitation. Ces dépenses comprennent des biens et services comme le papier, les plaques et l'encre, l'exploitation des installations, ainsi que les frais de vente, les frais généraux et les frais administratifs.

Salaires et avantages sociaux des employés - À la fin de 2011, nous comptons environ 10 000 employés au Canada et aux États-Unis, à la suite de la vente de nos activités mexicaines. La rémunération des employés a atteint 644,7 millions de dollars en 2011, en excluant les indemnités de départ. Comme nous avons dû réduire nos effectifs en raison de la récession économique et des changements apportés à nos activités, nous avons déboursé 14,1 millions de dollars pour verser des indemnités de départ et fournir des services d'orientation de carrière appropriés.

Fournisseurs de capitaux - Pour être en mesure d'investir de façon stratégique, nous devons avoir accès à des capitaux, qui ne peuvent être obtenus que sur présentation d'un plan d'affaires convaincant qui s'appuie sur une équipe de gestion solide, la bonne réputation et la crédibilité. Pour demeurer crédibles, nous devons respecter nos obligations envers les fournisseurs de capitaux en payant les intérêts, en versant les dividendes et en remboursant le capital emprunté, le tout en temps opportun. La structure du capital de TC Transcontinental s'articule autour d'une combinaison de capitaux propres et de dettes. En 2011, nous avons augmenté les dividendes versés aux détenteurs d'actions participantes de 35 cents par action, soit 28,3 millions de dollars, à 49 cents par action, soit 39,7 millions, ce qui représente une augmentation de plus de 40 %. De plus, nous avons payé 6,8 millions de dollars en dividendes aux détenteurs d'actions privilégiées. En ce qui a trait

aux détenteurs de la dette, nous avons payé 30,4 millions de dollars en frais d'intérêt.

Impôts - En versant des impôts, TC Transcontinental contribue à tous les paliers de gouvernement au Canada et aux États-Unis. En 2011, notre contribution globale en impôts sur le revenu a atteint 19,2 millions de dollars. La majeure partie de notre contribution fiscale pour 2011 a été versée au Canada, puisque la plupart de nos installations et de nos activités y sont localisées.

Dons et commandites dans les collectivités - Depuis ses débuts, TC Transcontinental démontre son engagement envers les collectivités dans lesquelles elle exerce ses activités. En 2011, nous avons remis 4,5 millions de dollars en dons, commandites, dons en nature et autres contributions pour soutenir des organismes caritatifs, des organismes sans but lucratif et d'autres causes. Les investissements de TC Transcontinental dans les [collectivités](#) visent généralement les domaines de l'éducation et de la santé.

Retombées indirectes - Outre les retombées économiques directes des salaires que nous payons aux employés, de nos achats de biens et de services et de nos contributions fiscales, TC Transcontinental, comme premier imprimeur au Canada et quatrième en importance en Amérique du Nord et comme un des plus grands groupes de médias au Canada, entraîne aussi tout une série de retombées économiques indirectes. Ces retombées sont liées aux biens et services que les fournisseurs de TC Transcontinental se procurent auprès de tiers, ainsi qu'aux salaires versés dans la collectivité en raison des emplois directs et indirects que la Société crée. On trouvera davantage d'information sur la valeur économique générée par TC Transcontinental dans notre [Rapport annuel](#).

MÉTHODOLOGIE DU RAPPORT

PROFIL DU RAPPORT

Le rapport sur le développement durable de 2011 de TC Transcontinental couvre la période du 1^{er} novembre 2010 au 31 octobre 2011, qui correspond à notre exercice financier, et tous les chiffres portent sur cette période, sauf indication contraire. TC Transcontinental produit un rapport sur le développement durable depuis 2009. Notre plus récent rapport sur le développement durable a été publié en février 2011, et il reposait sur notre exercice financier 2010. En 2009, TC Transcontinental a produit un rapport correspondant au niveau « C » de la Global Reporting Initiative (GRI). En 2010, nous avons amélioré notre méthodologie et sommes passés au niveau « B ».

La personne-ressource pour toute question concernant ce rapport est Jennifer F. McCaughey, directrice principale aux relations avec les investisseurs et aux communications financières (514 954-4000 ou jennifer.mccaughey@tc.tc)

ÉTENDUE ET LIMITES DU RAPPORT

L'étendue de l'information présentée a été établie 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 matérialité, de la participation des parties prenantes, du contexte de durabilité et de l'exhaustivité. Le comité directeur du développement durable a identifié des sujets et des aspects dont il a jugé qu'il fallait tenir compte dans le contexte de durabilité de la Société et à la suite de discussions avec les lecteurs probables de ce rapport, en donnant priorité aux aspects importants et en tenant compte de leur degré de matérialité et après avoir fait valider les renseignements avant de les inclure dans le rapport. Les limites du rapport sont basées sur le degré de contrôle et l'importance des impacts. TC Transcontinental est un imprimeur, une société média et d'activation marketing dont les activités se déroulent en milieu urbain. Ses impacts environnementaux réels et potentiels sont relativement faibles. Compte tenu de la nature de ses activités, TC Transcontinental a décidé d'accorder la priorité aux sujets relatifs au papier, à l'utilisation de l'énergie, à la santé et à la sécurité et à la performance financière.

De même, malgré le fait que TC Transcontinental exerce une influence dans l'industrie en étant le plus grand imprimeur au Canada et qu'elle peut influencer le public grâce à ses médias, 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 se limitent aux installations et aux activités de TC Transcontinental au Canada et aux États-Unis que la Société possède ou exploite, qu'elle contrôle directement et sur lesquelles elle exerce une influence considérable.

Les états financiers consolidés comprennent les comptes de la Société et ceux de nos filiales, de nos coentreprises et des entités à détenteurs de droits variables dont la Société est la principale bénéficiaire. Les acquisitions d'entreprises sont comptabilisées selon la méthode des acquisitions et le résultat de l'exploitation de ses entreprises est inclus dans les états financiers consolidés à partir de la date de leur acquisition. Les investissements dans des coentreprises sont comptabilisés selon la méthode de consolidation proportionnelle, et les investissements dans des entreprises exposées à une influence importante sont comptabilisés selon la méthode de mise en équivalence. D'autres investissements sont soit comptabilisés au coût amorti ou enregistrés au résultat étendu, selon qu'ils sont classés comme des actifs détenus jusqu'à échéance ou comme des actifs disponibles à la vente.

CHANGEMENTS CONSIDÉRABLES EN 2011

Durant l'exercice financier, TC Transcontinental a consolidé plusieurs imprimeries et procédé à quelques petites acquisitions. De plus, en septembre 2011, TC Transcontinental a vendu ses activités mexicaines (67 M\$ en revenus) ainsi qu'une partie de ses activités d'impression de livres monochromes destinés à l'exportation (25 M\$ en revenus). Par conséquent, toutes les données présentées dans ce rapport ont été revues afin de refléter ces dessaisissements, sauf indication contraire.

En juillet 2011, TC Transcontinental a annoncé qu'elle procédait à l'acquisition de toutes les actions de Quad/Graphics Canada inc., ce qui comprend les sept installations de Quad/Graphics Canada (3 en Ontario, 2 au Québec, 1 en Alberta et 1 en Nouvelle-Écosse), soit six imprimeries et une installation prémédia. Cette transaction a clôturé le 1^{er} mars 2012.

Ce rapport présente la structure de la Société au 1^{er} novembre 2011. Cependant, pour l'année fiscale 2011, les activités de la Société étaient dans trois secteurs (Impression, Médias et Interactif). Ainsi, la section Présence dans le marché est présentée conformément à cette structure.

ASSURANCE

Le rapport sur le développement durable 2011 de TC Transcontinental n'a pas été soumis à une vérification externe. Cependant, nous avons soumis tous nos rapports sur le développement durable à la Global Reporting Initiative (GRI) pour une vérification de leur niveau. Cette année, TC Transcontinental fournit des données relativement à 50 indicateurs de la GRI (37 complets, 13 partiels) que nous considérons pertinents compte tenu de nos activités d'affaires et que nous pouvons mesurer de façon valable. Avec d'autres renseignements divulgués, cela permet à la GRI de confirmer que nous continuons de produire un rapport de niveau « B » (voir la [lettre GRI](#)).

Les données et le contenu ont été révisés à l'interne par des membres du Comité de direction, de la façon suivante :

Tableau 18 – Révision du rapport

• Stratégie et analyse • Profil de l'entreprise • Paramètres du rapport • Gouvernance, engagement et dialogue	Les renseignements pour ces sections sont recueillis par le comité directeur du développement durable et confirmés par les membres du Comité de direction.
• Indicateurs de rendement économique	Les renseignements contenus dans la section sur la prospérité sont recueillis par le Service des finances et confirmés par le Chef de la direction financière et du développement de la Société.
• 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 TC 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	Les renseignements contenus dans cette section sont recueillis par le Service des ressources humaines et sont validés par la vice-présidente des ressources humaines de la Société. Les renseignements contenus dans cette section sont recueillis par les entités d'affaires et sont validés par une combinaison des instances suivantes : la direction de la vérification interne, le vice-président des communications d'entreprise, la vice-présidente des ressources humaines de la Société et la vice-présidente et chef des affaires juridiques, et secrétaire de la Société.
◦ Société	Les renseignements sur les dons et les investissements dans la communauté proviennent du président du conseil et des vice-présidents aux finances de chaque secteur. 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. Les renseignements contenus dans cette section sont recueillis par les entités d'affaires et validés par une combinaison des instances suivantes : vice-président à l'approvisionnement et aux technologies, présidents des secteurs, vice-président des communications d'entreprise et direction du marketing de chaque secteur.
◦ Responsabilité relative aux produits	Les renseignements sur les violations du respect de la vie privée des clients sont fournis par les entités d'affaires et révisés par le chef de la direction financière et du développement de la Société. Les renseignements concernant la sécurité des produits sont examinés par le vice-président de l'approvisionnement et aux technologies.

LETTRE DE LA GRI



Déclaration GRI Vérification du Niveau d'Application

GRI certifie par la présente que TC Transcontinental a présenté son rapport "Rapport de développement durable 2011" 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.

Amsterdam, 20 Janvier 2012

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 13 Janvier 2012. GRI exclut explicitement tout changement qui ont été apporté à ce type de matériel ultérieurement.

Tableau de concordance G3 - Niveau d'Application niveau B de la GRI
Rapport 2011 de TC Transcontinental sur le développement durable: Tenir parole
Note: L'information citée répond aux lignes directrices de GRI. Voir le site Web suivant: www.globalreporting.org

ÉLÉMENTS D'INFORMATION PARTIE I: Profil

1. Stratégie et analyse

Divulgateur	Description	Section du rapport / réponse directe	Page de référence	Déclaration
				complète ✓ partielle ! aucune ✗
1.1	Déclaration du décideur le plus haut placé de l'organisation.	Message du Président et chef de la direction	3	✓
1.2	Description des impacts, risques et opportunités majeurs.	Message du Président et chef de la direction	3	✓
		Notre entreprise	4	
		Engagement des parties prenantes	11	
		Les gens – Sommaire	17	
		L'environnement – Sommaire	29	
		L'environnement – Achat de papier	30	
		L'environnement – Gaz à effet de serre	35	
		L'environnement – Énergie	41	
		L'environnement – Eau	44	
		L'environnement – Biodiversité	44	
		La prospérité – Investir dans l'innovation	49	

2. Profil de l'organisation

2.1	Nom de l'organisation	Transcontinental inc.		✓
2.2	Principaux produits et/ou services et marques correspondantes.	Notre entreprise	4	✓
2.3	Structure opérationnelle de l'organisation, avec description des principales divisions, entités opérationnelles, filiales et coentreprises.	Notre entreprise	4	✓
2.4	Lieu où se trouve le siège social de l'organisation.	Notre entreprise	4	✓
2.5	Nombre de pays où l'organisation est implantée et nom des pays où soit l'exploitation est majeure, soit les questions relatives au développement durable traitées dans le rapport s'avèrent particulièrement pertinentes.	Notre entreprise	4	✓
2.6	Nature du capital et forme juridique.	Notre entreprise	4	✓
2.7	Marchés où l'organisation opère avec répartition géographique, secteurs desservis et types de clients ou de bénéficiaires.	Notre entreprise	4	✓
2.8	Taille de l'organisation.	Notre entreprise	4	✓
2.9	Changements significatifs de la taille, de la structure de l'organisation ou de son capital au cours de la période de reporting.	Message du Président et chef de la direction	3	✓
		Notre entreprise – Stratégie	4	
		Méthodologie du rapport – Changements considérable en 2011	52	
2.10	Récompenses reçues au cours de la période de reporting.	Engagement des parties prenantes	11	✓
		Reconnaisances et récompenses	14	

3. Paramètres du rapport

3.1	Période considérée (par exemple exercice comptable, année calendaire) pour les informations fournies.	1 ^{er} nov. 2010 au 31 oct. 2011		✓
3.2	Date du dernier rapport publié, le cas échéant.	Rapport de 2010, publié en février 2011		✓
3.3	Cycle considéré (annuel, biennal, etc.).	Annuel		✓
3.4	Personne à contacter pour toute question sur le rapport ou son contenu.	Jennifer F. McCaughey Transcontinental inc. 1 Place Ville Marie, Bureau 3315 Montréal, Québec, Canada H3B 3N2 tél: 514-954-4000 fax: 514-954-4016 www.tc.tc		✓

3.5	Processus de détermination du contenu du rapport.	Méthodologie du rapport	52	✓
		Engagement des parties prenantes	11	
3.6	Périmètre du rapport (pays, divisions, filiales, installations en crédit-bail, coentreprises, fournisseurs, par exemple), voir pour plus amples informations le Protocole GRI sur le périmètre.	Méthodologie du rapport – Profil du rapport	52	✓
3.7	Indication des éventuelles limites spécifiques du champ ou du périmètre du rapport.	Méthodologie du rapport – Étendue et limites du rapport	52	✓
3.8	Principes adoptés pour la communication des données concernant les coentreprises, filiales, installations en crédit-bail, activités sous-traitées et autres situations susceptibles d'avoir une incidence majeure sur les possibilités de comparaison d'une période à l'autre et/ou d'une organisation à l'autre.	Méthodologie du rapport – Étendue et limites du rapport	52	✓
3.9	Techniques de mesure des données et bases de calcul, y compris les hypothèses et techniques à l'origine des estimations appliquées au renseignement des indicateurs et autres informations figurant dans le rapport.	Méthodologie du rapport – Assurance	53	✓
		Toutes les sections dans <i>Les gens, L'environnement et La prospérité</i>	17,29,47	
3.10	Explication des conséquences de toute reformulation d'informations communiquées dans des rapports antérieurs et des raisons de cette reformulation (par exemple fusions/acquisitions, modification de la période considérée, nature de l'activité, méthodes de mesure).	Méthodologie du rapport – Changements considérables en 2011	52	✓
		Bulletin	2	
		La prospérité – Valeur économique	50	
		L'environnement – Réduire les COV	34	
		L'environnement – Gaz à effet de serre	35	
		L'environnement – Empreinte écologique de nos installations	46	
3.11	Changements significatifs, par rapport à la période couverte par les rapports antérieurs, du champ, du périmètre ou des méthodes de mesure utilisées dans le rapport.	Méthodologie du rapport – Changements considérables en 2011	52	✓
3.12	Tableau identifiant l'emplacement des éléments d'information requis dans le rapport.	Index GRI – à être construit à même le fichier excel	55	✓
3.13	Politique et pratique courante visant la validation du rapport par des personnes externes à l'organisation.	Méthodologie du rapport – Assurance	53	✓
4. Gouvernance, engagements et dialogue				
4.1	Structure de gouvernance de l'organisation y compris les comités relevant de la plus haute instance de gouvernance (conseil d'administration ou assimilé), responsables de tâches spécifiques telles que la définition de la stratégie ou la supervision de l'organisation.	Gouvernance	15	✓
4.2	Indiquer si le président du conseil d'administration (ou assimilé) est aussi un administrateur exécutif.	Gouvernance	15	✓
4.3	Pour les organisations ayant un système de conseil d'administration (ou assimilé) à organe unique, indiquer le nombre d'administrateurs indépendants et/ou non exécutifs.	Gouvernance	15	✓
4.4	Mécanismes permettant aux actionnaires et aux salariés de faire des recommandations ou de transmettre des instructions au conseil d'administration (ou assimilé).	Gouvernance	15	✓
4.5	Lien entre les rémunérations des membres du conseil d'administration (ou assimilé), des cadres supérieurs et des cadres dirigeants (y compris les indemnités de départ) et la performance de l'organisation (y compris sociale et environnementale).	Engagement des parties prenantes – Commentaires des parties prenantes et mesures prises	11	✓
4.6	Processus mis en place par le conseil d'administration (ou assimilé) pour éviter les conflits d'intérêt.	Gouvernance – Code d'éthique	16	✓
		Code d'éthique http://tctranscontinental.com/politiques/code_ethique.pdf	12	
4.7	Processus de détermination des qualifications et de l'expertise exigée des membres du conseil d'administration (ou assimilé) pour décider des orientations stratégiques de l'organisation en matière de questions économiques, environnementales et sociales.	Document public sur notre site Web: Rôle et responsabilités du président du Comité de régie d'entreprise http://tctranscontinental.com/politiques/RR_president_CRE_fr.pdf		✓
4.8	Missions ou valeurs, codes de bonne conduite et principes définis en interne par l'organisation sur sa performance économique, environnementale et sociale, et état de leur mise en pratique.	Gouvernance – Code d'éthique	16	✓
		Code d'éthique http://tctranscontinental.com/politiques/code_ethique.pdf	5	
		Les gens – Sommaire	17	
		Les gens – Conditions de travail	23	
4.9	Procédures définies par le conseil d'administration (ou assimilé) pour superviser la manière dont l'organisation identifie et gère sa performance économique, environnementale et sociale, et notamment les risques, opportunités, ainsi que le respect des normes internationales, des codes de bonne conduite et des principes.	Gouvernance	16	✓
4.10	Processus d'évaluation de la performance propre du conseil d'administration (ou assimilé), notamment du point de vue économique, environnemental et social.	Gouvernance	16	✓

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.	L'environnement – Réduire les COV	34	✓
		L'environnement – Substances contrôlées	38	
		L'environnement – Gaz à effet de serre	35	
		Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	
4.12	Chartes, principes et autres initiatives, d'origine extérieure en matière économique, environnementale et sociale, auxquelles l'organisation a souscrit ou donné son aval.	Les gens – Conditions de travail	23	✓
4.13	Affiliation à des associations (associations professionnelles) ou adhésion à des organisations nationales ou internationales de défense des intérêts dans lesquelles l'organisation : * détient des postes au sein des instances de gouvernance ; * participe à des projets ou à des comités ; * apporte des financements dépassant la simple cotisation ; * ou considère sa participation comme stratégique.	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	✓
		Les gens – Cohésion des communautés	25	
		L'environnement – Biodiversité	44	
4.14	Liste des groupes de parties prenantes inclus par l'organisation.	Engagement des parties prenantes	11	✓
4.15	Base d'identification et sélection des parties prenantes avec lesquelles dialoguer.	Engagement des parties prenantes	11	✓
4.16	Démarche de ce dialogue, et notamment fréquence par type et par groupe de parties prenantes.	Engagement des parties prenantes	11	✓
4.17	Questions et préoccupations clés soulevées via le dialogue avec les parties prenantes et manière dont l'organisation y a répondu, notamment lors de l'établissement de son rapport.	Engagement des parties prenantes	11	✓
ÉLÉMENT D'INFORMATION PARTIE II: Approche managériale				
DMA EC	Approche managériale ÉCONOMIE			
Volets	Performance économique	Bulletin	2	✓
		Notre entreprise	4	
		La prospérité – Valeur économique	50	
	Présence sur le marché	Notre entreprise	4	✓
		La prospérité – Valeur économique	50	
	Impacts économiques et indirects	La prospérité – Valeur économique	50	✓
DMA EN	Approche managériale ENVIRONNEMENT			
Volets	Matières	L'environnement – Sommaire	29	✓
		L'environnement – Achat de papier	30	
		L'environnement – Encres	43	
	Énergie	L'environnement – Énergie	41	✓
	Eau	L'environnement – Eau	44	✓
	Biodiversité	L'environnement – Biodiversité	44	✓
		L'environnement – Achat de papier	30	
	Émissions, effluents et déchets	L'environnement – COV	34	✓
		L'environnement – Gaz à effet de serre	35	
		L'environnement – Rejets d'eaux usées	38	
		L'environnement – Gestion des déchets	39	
	Produits et services	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	✓
		L'environnement – Substances contrôlées	38	
	Respects des lois	L'environnement – Gestion environnementale des installations	33	✓
		L'environnement – Sommaire	29	
	Transports	L'environnement – Transport	45	✓
	Généralités	L'environnement – Sommaire	29	✓

DMA LA	Approche managériale EMPLOI, RELATIONS SOCIALES ET TRAVAIL DÉCENT			
Volets	Emploi	Gouvernance	15	✓
		Les gens – Conditions de travail	23	
	Relation entre la Direction et les salariés	Gouvernance	15	✓
		Les gens – Conditions de travail	23	
	Santé et sécurité au travail	Les gens – Sommaire	17	✓
		Les gens – Accidents et incidents	18	
		Les gens – Mieux-être des employés	20	
		Les gens – Conditions de travail	23	
	Formation et éducation	Les gens – Formation et développement des employés	22	✓
Diversité et égalité des chances	Gouvernance	15	✓	
	Les gens – Conditions de travail	23		
DMA HR	Approche managériale DROITS DE L'HOMME			
Volets	Pratiques d'investissement et d'achat	Gouvernance	15	✓
		La prospérité – Valeur économique	50	
	Non discrimination	Gouvernance	15	✓
		Les gens – Conditions de travail	23	
	Liberté syndicale et droit de négociation collective	Les gens – Conditions de travail	23	✓
	Interdiction du travail des enfants	Les gens – Conditions de travail	23	✓
	Abolition du travail forcé ou obligatoire	Les gens – Conditions de travail	23	✓
	Gestion des plaintes et des griefs	Les gens – Conditions de travail	23	✓
	Droits des populations autochtones	Les gens – Conditions de travail	23	✓
DMA SO	Approche managériale SOCIÉTÉ			
Volets	Communautés	Cohésion des communautés	25	✓
	Corruption	Gouvernance	12,16	✓
		Gouvernance – Code d'éthique et politiques de la Société		
		Gouvernance	5	
		Page sur le code d'éthique		
		http://tctranscontinental.com/politiques/code_ethique.pdf		
	Politiques publiques	Gouvernance	15	✓
	Comportement anti-concurrentielles	Gouvernance	15	✓
	Respects des lois	Gouvernance	15	✓
DMA PR	Approche managériale RESPONSABILITÉ DU FAIT DES PRODUITS			
Volets	Santé et sécurité des consommateurs	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	✓
	Étiquetage des produits et des services	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	✓
	Communications marketing	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	✓
	Respects de la vie privée des clients	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	✓
	Respect des lois	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	✓
ÉLÉMENT D'INFORMATION PARTIE III: Indicateurs de performance				
Économie				
Performance économique				
EC1	Valeur économique directe créée et distribuée, incluant les produits, les coûts opérationnels, prestations et rémunérations des salariés, donations et autres investissements pour les communautés, les résultats mis en réserves, les versements aux apporteurs de capitaux et aux États.	La prospérité – Valeur économique	50	✓
EC2	Implications financières et autres risques et opportunités pour les activités de l'organisation liés aux changements climatiques.	L'environnement – Gaz à effet de serre	35	✓
EC3	Étendue de la couverture des retraites avec des plans de retraite à prestations définies (de base).	Les gens – Conditions de travail	23	✓
EC4	Subventions et aides publiques significatives reçues.			✗

Présence sur le marché				
EC5	Distribution des ratios comparant le salaire d'entrée de base et le salaire minimum local sur les principaux sites opérationnels.			✗
EC6	Politique, pratiques et part des dépenses réalisées avec les fournisseurs locaux sur les principaux sites opérationnels.			✗
EC7	Procédures d'embauche locale et proportion de cadres dirigeants embauchés localement sur les principaux sites opérationnels.	Gouvernance	16	!
Impacts économiques et indirects				
EC8	Développement et impact des investissements en matière d'infrastructures et des services, principalement publics, réalisés par l'entremise d'une prestation commerciale, en nature ou à titre gratuit.	La prospérité – Valeur économique	50	✓
		Les gens – Cohésion des communautés	25	
		Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	
EC9	Compréhension et description des impacts économiques indirects significatifs, y compris l'importance de ces impacts.	La prospérité – Valeur économique	50	✓
Environnement				
Matières				
EN1	Consommation de matières en poids ou en volume	L'environnement – Achat de papier	30	✓
		L'environnement – Encres	43	
		Bulletin	2	
EN2	Pourcentage de matières consommées provenant de matières recyclées.	L'environnement – Achat de papier	30	✓
		L'environnement – Encres	43	
Énergie				
EN3	Consommation d'énergie directe répartie par source d'énergie primaire.	L'environnement – Énergie	41	✓
EN4	Consommation d'énergie indirecte répartie par source d'énergie primaire.	L'environnement – Énergie	41	✓
EN5	Energie économisée grâce à l'efficacité énergétique.	L'environnement – Énergie	41	✓
EN6	Initiatives pour fournir des produits et des services reposant sur des sources d'énergie renouvelables ou à rendement amélioré, réductions des besoins énergétiques obtenues suite à ces initiatives.	L'environnement – Énergie	41	✓
EN7	Initiatives pour réduire la consommation d'énergie indirecte et réductions obtenues.	L'environnement – Énergie	41	✓
Eau				
EN8	Volume total d'eau prélevé, par source.	L'environnement – Eau	44	!
EN9	Sources d'approvisionnement en eau significativement touchées par les prélèvements.			✗
EN10	Pourcentage et volume total d'eau recyclée et réutilisée.			✗
Biodiversité				
EN11	Emplacement et superficie des terrains détenus, loués ou gérés dans ou au voisinage d'aires protégées et en zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées.	L'environnement – Biodiversité	44	✓
EN12	Description des impacts significatifs des activités, produits et services sur la biodiversité des aires protégées ou des zones riches en biodiversité en dehors de ces aires protégées.	L'environnement – Biodiversité	44	✓
		L'environnement – Achat de papier	30	
EN13	Habitats protégés ou restaurés.			✗
EN14	Stratégies, actions en cours et plans futurs de gestion des impacts sur la biodiversité.	L'environnement – Biodiversité	44	✓
EN15	Nombre d'espèces menacées figurant sur la Liste rouge mondiale de l'UICN et sur son équivalent national et dont les habitats se trouvent dans des zones affectées par des activités, par niveau de risque d'extinction.			✗
Émissions, effluents et déchets				
EN16	Emissions totales, directes ou indirectes, de gaz à effet de serre, en poids (teq CO2).	L'environnement – Gaz à effet de serre	35	✓
EN17	Autres émissions indirectes pertinentes de gaz à effet de serre, en poids (teq CO2).	L'environnement – Gaz à effet de serre	35	✓
EN18	Initiatives pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et réductions obtenues.	L'environnement – Gaz à effet de serre	35	✓
EN19	Emissions de substances appauvrissant la couche d'ozone, en poids.			✗
EN20	Emissions de NOx, SOx et autres émissions significatives dans l'air, par type et par poids.	L'environnement – Réduire les COV	34	✓
EN21	Total des rejets dans l'eau, par type et par destination.	L'environnement – Rejets d'eaux usées	38	!
EN22	Masse totale de déchets, par type et par mode de traitement.	L'environnement – Gestion des déchets	39	✓
EN23	Nombre total et volume des déversements accidentels significatifs.	Bulletin	2	✓

EN24	Masse des déchets transportés, importés, exportés ou traités et jugés dangereux aux termes de la Convention de Bâle, Annexes I, II, III et VIII ; pourcentage de déchets exportés dans le monde entier.			✖
EN25	Identification, taille, statut de protection et valeur de biodiversité des sources d'approvisionnement en eau et de leur écosystème connexe significativement touchés par l'évacuation et le ruissellement des eaux de l'organisation.	L'environnement – Biodiversité	30,44	!
Produits et services				
EN26	Initiatives pour réduire les impacts environnementaux des produits et des services, et portée de celles-ci.	Bulletin – Recyclage	2	✓
		L'environnement – Gestion des déchets	39	
EN27	Pourcentage de produits vendus et de leurs emballages recyclés ou réutilisés, par catégorie.	Bulletin – Recyclage	2	!
		Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	
Respects des lois				
EN28	Montant des amendes significatives et nombre total de sanctions non pécuniaires réglementations en matière d'environnement.	Bulletin	2	✓
Transport				
EN29	Impacts environnementaux significatifs du transport des produits, autres marchandises et matières utilisés par l'organisation dans le cadre de son activité et du transport des membres de son personnel.	Transport	45	!
Généralités				
EN30	Total des dépenses pour la protection de l'environnement et les investissements par type.			✖
Social: Emploi, relations sociales et travail décent				
Emploi				
LA1	Effectif total par type d'emploi, contrat de travail et zone géographique.	Bulletin	2	!
		Les gens – Sommaire	17	
LA2	Roulement du personnel en nombre de salariés et en pourcentage par tranche d'âge, sexe et zone géographique.			✖
LA3	Prestations versées aux salariés à temps plein qui ne sont pas versées aux intérimaires, ni aux salariés en contrat à durée déterminée, ni aux salariés à temps partiel, par activités majeures.	Bulletin	2	!
		Les gens – Sommaire	17	
		Les gens – Conditions de travail	23	
Santé et sécurité au travail				
LA4	Pourcentage de salariés couverts par une convention collective.	Bulletin	2	✓
		Les gens – Sommaire	17	
		Les gens – Conditions de travail	23	
LA5	Délai minimal de notification préalable à toute modification d'organisation, en indiquant si ce délai est précisé dans une convention collective.			✖
Santé et sécurité au travail				
LA6	Pourcentage de l'effectif total représenté dans des comités mixtes Direction-salariés d'hygiène et de sécurité au travail visant à surveiller et à donner des avis sur les programmes de santé et de sécurité au travail.	Bulletin	2	✓
		Les gens – Conditions de travail	23	
LA7	Taux d'accidents du travail, de maladies professionnelles, d'absentéisme, nombre de journées de travail perdues et nombre total d'accidents du travail mortels, par zone géographique.	Bulletin	2	!
		Les gens – Sommaire	17	
		Les gens – Accidents et incidents	18	
LA8	Programmes d'éducation, de formation, de conseil, de prévention et de maîtrise des risques mis en place pour aider les salariés, leur famille ou les membres des communautés locales en cas de maladie grave.	Les gens – Mieux-être des employés	20	!
LA9	Questions de santé et de sécurité couvertes par des accords formels avec les syndicats.			✖
Formation et éducation				
LA10	Nombre moyen d'heures de formation par an, par salarié et par catégorie professionnelle.			✖
LA11	Programmes de développement des compétences et de formation tout au long de la vie destinés à assurer l'employabilité des salariés et à les aider à gérer leur fin de carrière.			✖
LA12	Pourcentage de salariés bénéficiant d'entretiens d'évaluation et d'évolution de carrière périodiques.	Bulletin	2	✓
		Les gens – Formation et développement des employés	22	

Diversité et égalité des chances				
LA13	Composition des instances de gouvernance et répartition des employés par sexe, tranche d'âge, appartenance à une minorité et autres indicateurs de diversité.	Gouvernance	15	!
		Bulletin	2	
LA14	Rapport du salaire de base des hommes et de celui des femmes par catégorie professionnelle.			×
Social: Droits de l'Homme				
Pratiques d'investissement et d'achat				
HR1	Pourcentage et nombre total d'accords d'investissement significatifs incluant des clauses relatives aux droits de l'Homme ou ayant été soumis à un contrôle sur ce point.			×
HR2	Pourcentage de fournisseurs et de soustraitants majeurs dont le respect des droits de l'Homme a fait l'objet d'un contrôle ; mesures prises.			×
HR3	Nombre total d'heures de formation des salariés sur les politiques et procédures relatives aux droits de l'Homme applicables dans leur activité ; pourcentage de salariés formés.			×
Non discrimination				
HR4	Nombre total d'incidents de discrimination et mesures prises.			×
Liberté syndicale et droit de négociation collective				
HR5	Activités identifiées au cours desquelles le droit à la liberté syndicale et à la négociation collective risque d'être menacé ; mesures prises pour assurer ce droit.			×
Interdiction du travail des enfants				
HR6	Activités identifiées comme présentant un risque significatif d'incidents impliquant le travail d'enfants ; mesures prises pour contribuer à interdire ce type de travail.	Aucune installation n'a été identifiée comme ayant un risque significatif en matière du travail des enfants		✓
		Les gens – Conditions de travail	23	
Abolition du travail forcé ou obligatoire				
HR7	Activités identifiées comme présentant un risque significatif d'incidents relatifs au travail forcé ou obligatoire ; mesures prises pour contribuer à abolir ce type de travail.			×
Gestion des plaintes et des griefs				
HR8	Pourcentage d'agents en charge de la sécurité ayant été formés aux politiques ou procédures de l'organisation relatives aux droits de l'Homme applicables dans leur activité.			×
Droits des populations autochtones				
HR9	Nature, portée et efficacité de tout programme et pratique d'évaluation et de gestion des impacts des activités, à tout stade d'avancement, sur les communautés.			×
Social: Société				
Communautés				
SO1	Nature, portée et efficacité de tout programme et pratique d'évaluation et de gestion des impacts des activités, à tout stade d'avancement, sur les communautés.			×
Corruption				
SO2	Pourcentage et nombre total de domaines d'activité stratégique soumis à des analyses de risques en matière de corruption.	Tout		✓
		Gouvernance	15,16	
		Mandat du Comité de vérification		
		http://tctranscontinental.com/politiques/mandat_CV_fr.pdf		
SO3	Pourcentage de salariés formés aux politiques et procédures anti-corruption de l'organisation.	Tout		✓
		Gouvernance	16	
SO4	Mesures prises en réponse à des incidents de corruption.			×
Politiques publiques				
SO5	Affichage politique, participation à la formulation des politiques publiques et lobbying.			×
SO6	Total des contributions versées en nature et en espèces aux partis politiques, hommes politiques et institutions connexes, par pays.	Code d'éthique		✓
		http://tctranscontinental.com/politiques/code_ethique.pdf	16	

Comportement anti-concurrentielles				
SO7	Nombre total d'actions en justice pour comportement anti-concurrentiel, infractions aux lois anti-trust et pratiques monopolistiques ; résultats de ces actions.			✗
Respects des lois				
SO8	Montant des amendes significatives et nombre total des sanctions non financières pour non-respect des lois et des réglementations.	Bulletin	2	✓
		Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	
Social: Responsabilité du fait des produits				
Santé et sécurité des consommateurs				
PR1	Étapes du cycle de vie où sont évalués en vue de leur amélioration les impacts des produits et des services sur la santé et la sécurité, et pourcentage de catégories de produits et de services significatives soumises à ces procédures.	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	!
		Engagement des parties prenantes	11	
PR2	Nombre total d'incidents de non-conformité aux réglementations et aux codes volontaires concernant les impacts sur la santé et la sécurité des produits et des services, par type de résultat.	Aucune		✓
		Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	
Étiquetage des produits et des services				
PR3	Type d'information sur les produits et les services requis par les procédures et pourcentage de produits et de services significatifs soumis à ces exigences d'information.	L'environnement – Achat de papier	30	!
		Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	
PR4	Nombre total d'incidents de non-conformité aux réglementations et aux codes volontaires concernant l'information sur les produits et les services et leur étiquetage, par type de résultat.	Aucune		✓
		L'environnement – Achat de papier	30	
		Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	
PR5	Pratiques relatives à la satisfaction client et notamment résultats des enquêtes de satisfaction client.	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	✓
Communications marketing				
PR6	Programmes de veille de la conformité aux lois, normes et codes volontaires relatifs à la communication marketing, y compris publicité, promotion et parrainages.	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	✓
PR7	Nombre total d'incidents de non-conformité aux réglementations et aux codes volontaires relatifs à la communication marketing, y compris publicité, promotion et parrainages, par type de résultat.	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	✓
Respects de la vie privée des clients				
PR8	Nombre total de plaintes fondées pour atteinte à la vie privée et de perte de données relatives aux clients.	Les gens – Responsabilité relative aux produits	20	✓
Respect des lois				
PR9	Montant des amendes significatives encourues pour non-respect des lois et des réglementations concernant la mise à disposition et l'utilisation des produits et des services.			✗

LISTE DES TABLEAUX ET ILLUSTRATIONS

Tableau 1 – Bulletin	2
Tableau 2 – Revenus par groupe en 2011	7
Tableau 3 – Notre parcours en matière de développement durable	8
Tableau 4 – Progrès à la lumière de nos ambitions	10
Tableau 5 – Formes d'engagement envers les parties prenantes.....	11
Tableau 6 – Commentaires des parties prenantes et mesures prises	12
Tableau 7 – Nombre d'accidents compensables.....	19
Tableau 8 – Taux de fréquence et de gravité des accidents	19
Tableau 9 – Cotisations d'assurance.....	19
Tableau 10 – Exemples de programmes de développement et de formation offerts aux employés	23
Tableau 11 – Conditions de travail des employés	25
Tableau 12 – Catégories de papier	30
Tableau 13 – Teneur typique de COV dans les produits utilisés dans l'impression	35
Tableau 14 – Facteurs d'émission pour l'électricité achetée d'un réseau électrique dans différentes régions de l'Amérique du Nord	37
Tableau 15 – Utilisation moyenne de l'eau par taille d'installation	44
Tableau 16 – Historique de l'empreinte écologique.....	46
Tableau 17 – Valeur économique.....	50
Tableau 18 – Révision du rapport.....	53
Illustration 1 – Réseau d'imprimeries au 31 octobre 2011.....	5
Illustration 2 – Répartition selon le genre dans les équipes de direction en 2011	15
Illustration 3 – Répartition selon l'âge dans les équipes de direction en 2011	16
Illustration 4 – Taux de fréquence des accidents compensables	18
Illustration 5 – Taux de gravité des accidents compensables	18
Illustration 6 – Nos valeurs	24
Illustration 7 – Répartition géographique des employés en 2011.....	25
Illustration 8 – Répartition des employés selon le genre, au Canada.....	25
Illustration 9 – Répartition des employés selon le genre, aux États-Unis.....	25
Illustration 10 – Dons en argent, en biens et en services (en millions).....	26
Illustration 11 – Dons en argent, en biens et en services (en pourcentage du BAIIA)	26
Illustration 12 – Catégories de papier acheté	31
Illustration 13 – Provenances du papier acheté par TC Transcontinental en 2011	33
Illustration 14 – Émissions de COV (en tonnes).....	34
Illustration 15 – Efficacité des incinérateurs	35
Illustration 16 – Émissions de gaz à effet de serre attribuables aux activités d'impression (en tonnes de CO ₂ e).....	36
Illustration 17 – Émissions de gaz à effet de serre attribuables aux activités d'impression (en tonnes de CO ₂ e par 1000\$ de VA)	36
Illustration 18 – Énergie renouvelable et non renouvelable utilisée dans nos activités d'impression (incluant l'électricité achetée)	38
Illustration 19 – La hiérarchie des 3RVE	39
Illustration 20 – Déchets produit par nos imprimeries (en tonnes)	40
Illustration 21 – Destination de nos déchets non dangereux non recyclables.....	40
Illustration 22 – Types de projets d'économie d'énergie mis en œuvre dans le cadre du programme de gestion globale de l'efficacité énergétique en 2011.....	41
Illustration 23 – Consommation d'énergie dans les imprimeries (en MWh).....	41
Illustration 24 – Intensité énergétique de la production (en kWh par 1000\$ de VA).....	41
Illustration 25 – Provenance de l'énergie utilisée dans nos imprimeries (en MWh)	42
Illustration 26 – Encres utilisées par TC Transcontinental en 2011.....	43
Illustration 27 – Habitudes de déplacement dans les cinq immeubles administratifs de TC Transcontinental en 2011 (en ville)	45
Illustration 28 – Habitudes de déplacement chez TC Transcontinental en 2010 (en ville et en banlieue)	45
Illustration 29 – Intensité des GES des différents modes de transport (en kgCO ₂ e/km par passager)	45
Illustration 30 – Schéma de l'empreinte écologique	46
Illustration 31 – Ratio d'endettement net ^(1,2) (incluant la titrisation)	48
Illustration 32 – Rendement sur le capital investi	49
Illustration 33 – Revenus de nos activités numériques et interactif (en millions de dollars)	50

