



# Tenir parole

Faits saillants du *Rapport sur le développement durable 2011* de TC Transcontinental

**tc** • TRANSCONTINENTAL

UNE ENTREPRISE D'ACTIVATION MARKETING

[www.tctranscontinental-ecodev.com](http://www.tctranscontinental-ecodev.com)

## La méthodologie du rapport

Notre rapport sur le développement durable de 2011 - *Tenir parole* – fait état de notre engagement de rendre compte de notre performance environnementale, sociale et économique de façon claire et transparente. La consultation de nos parties prenantes fait en sorte que la publication des résultats soit pertinente et réponde aux attentes. Le rapport couvre la période du 1<sup>er</sup> novembre 2010 au 31 octobre 2011, qui correspond à notre exercice financier. Nous avons adopté la méthodologie *Global Reporting Initiative* « GRI » pour la production de nos rapports de développement durable. La GRI identifie des directives mondialement reconnues pour permettre aux organisations de rendre compte de leur performance économique, environnementale et sociale. Dès 2009, nous avons formulé notre démarche en adoptant cette norme pour la production de notre premier rapport de développement durable et tous rapports subséquents ont été soumis à la GRI pour une vérification de leur niveau. En 2011, nous avons fourni des données relativement à 50 indicateurs de la GRI (37 déclarations complètes, 13 partielles) 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 ».

« 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 en faisant connaître les résultats obtenus. Je suis heureux et fier de constater le chemin parcouru et je remercie tous nos employés de leur participation à notre succès. »

Le président et chef de la direction,



François Olivier  
Transcontinental inc.



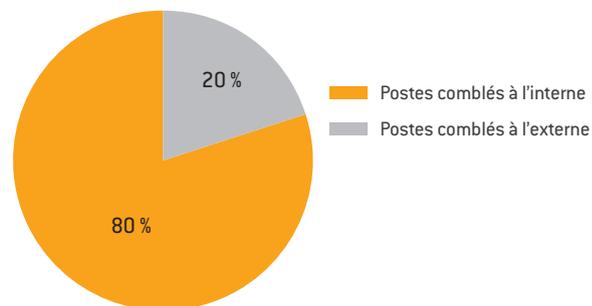
# Les gens

Investir dans le bien-être de nos gens et de la communauté

## 1 Développer, attirer et retenir le talent

Pour développer, attirer et retenir des gens talentueux, 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. En 2011, 80% des postes de direction ont été comblés à l'interne et nous travaillons actuellement à la sélection des candidats à la relève qui bénéficieront de plans de développement en 2012.

Postes de direction comblés à l'interne et à l'externe - 2011



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

Notre objectif est de maintenir le taux de fréquence des accidents inférieur à 1,00 accident par 200 000 heures travaillées. En 2011, ce taux a été de 0,88 accident par 200 000 heures travaillées, comparativement à 0,94 en 2010. 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.

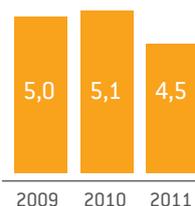
Taux de fréquence des accidents compensables (nombre de cas compensables par 200 000 heures)



## 3 Investir dans le mieux-être de la communauté par des dons et commandites

Les dons en argent, biens et services ainsi que les commandites ont atteint la somme de 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 bénéficiaires d'exploitation avant intérêts, impôts et amortissement (BAIIA).

Dons en argent, en biens et en services (en millions de dollars)



# L'environnement

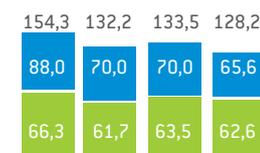
Protéger et restaurer les écosystèmes et optimiser l'utilisation des ressources



## 1 Réduire les émissions de gaz à effet de serre

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, 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; à la réorganisation de certaines entités d'affaires et l'utilisation plus efficace de l'espace; et à de nombreux projets d'efficacité énergétique mis en œuvre en 2011.

Émissions de gaz à effet de serre attribuables aux activités d'impression (en tonnes de CO<sub>2</sub>e par 1000\$ de VA)



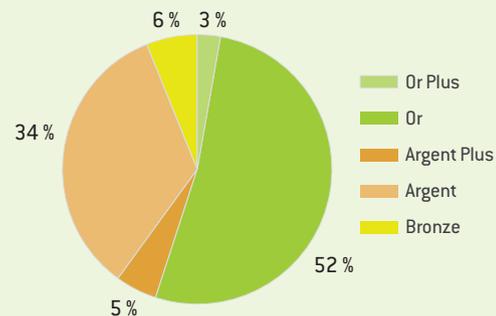
2008 2009 2010 2011

■ Liées à la consommation d'électricité  
■ Provenant des combustibles fossiles et des COV

## 2 Promouvoir l'achat de papier écologique

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 %.

Catégories de papier acheté - 2011



## 3 Réduire la consommation d'énergie

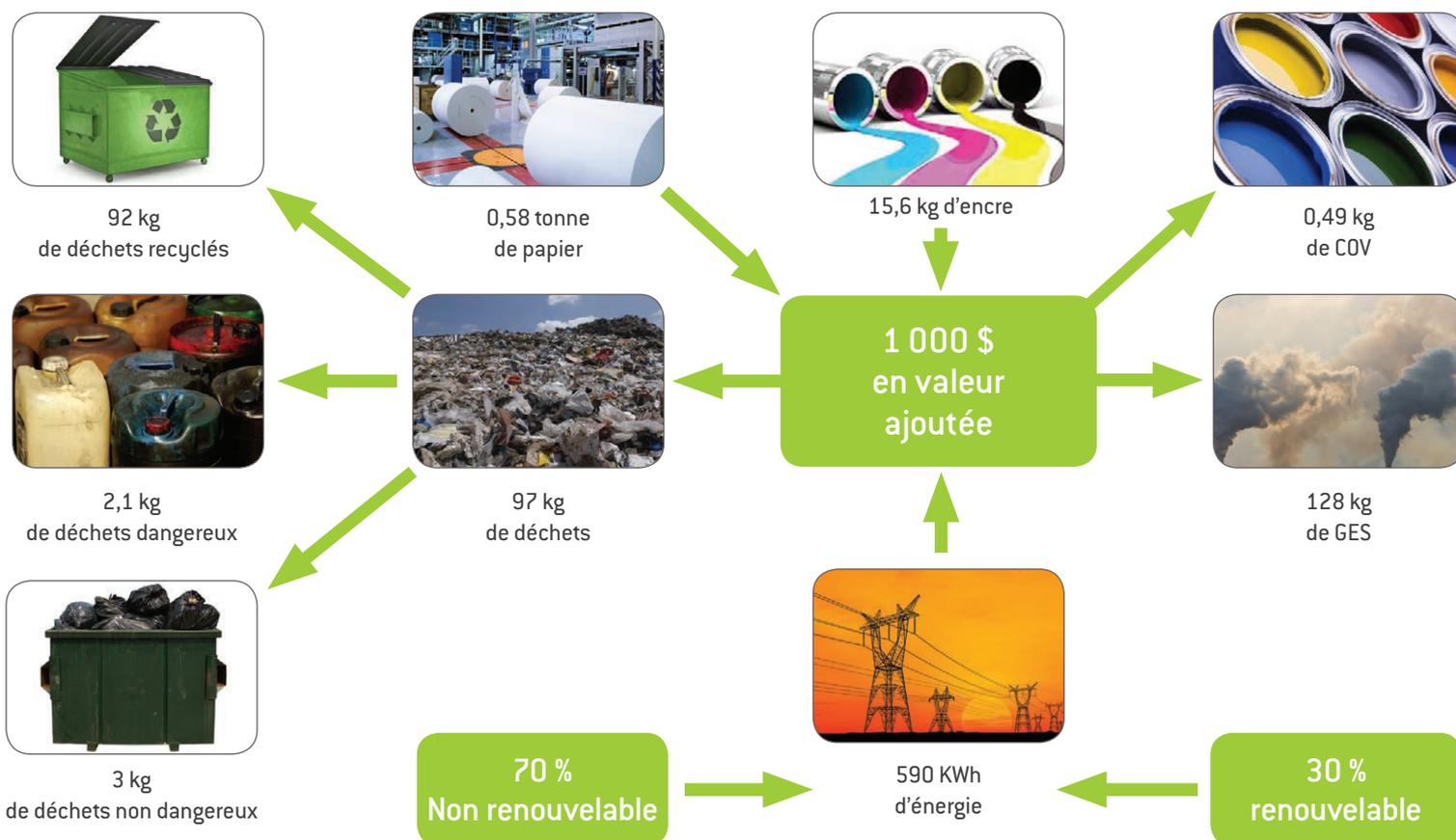
Les projets mis en œuvre entre 2008 et 2011 ont permis de réaliser des économies d'énergie de 65 500 000 kWh. Bien que notre consommation énergétique ait diminué de 20,3 % depuis 2008, il nous reste encore du travail à faire pour atteindre nos objectifs, car l'intensité énergétique de nos activités d'impression n'a diminué que de 6,8 % durant la même période.

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



2008 2009 2010 2011

## Empreinte écologique de nos installations



# La prospérité

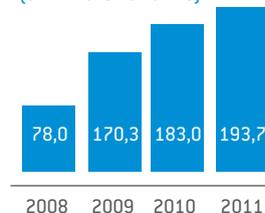
Préserver la valeur de la Société et investir dans sa croissance



## 1 Investir dans l'innovation

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, 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.

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



## 2 Maintenir une solide situation financière

Notre ratio d'endettement net ajusté a atteint 1,4x<sup>3</sup> 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, ont contribué à réduire notre endettement net tout en maintenant notre niveau de BAIIA.

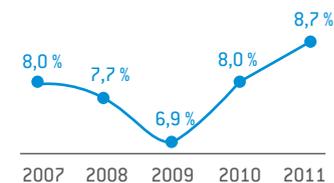
Ratio d'endettement net<sup>(1,2)</sup> (incluant la titrisation)



## Améliorer l'efficacité

Ces dernières années, le rendement sur le capital investi (RCI) de TC Transcontinental a été légèrement inférieur à son coût moyen pondéré de ses capitaux (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.

Rendement sur le capital investi



<sup>(1)</sup> Comme publié initialement.

<sup>(2)</sup> 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.

<sup>(3)</sup> 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.

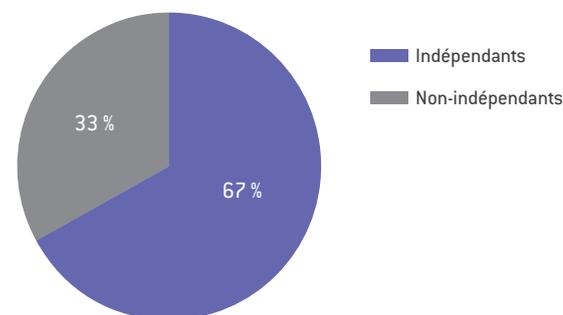
# La gouvernance

Maintenir et améliorer une saine gouvernance

## 1 Maintenir un conseil d'administration équilibré

Nous avons apporté ou annoncé plusieurs changements à notre conseil d'administration en 2011. Par exemple, Anna Martini et Nathalie Marcoux ont joint les rangs du conseil, portant le nombre de membres de 13 à 15. 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 %, en accord avec notre objectif de maintenir au moins deux tiers de membres indépendants.

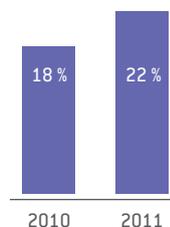
Indépendance du conseil d'administration - 2011



## 2 Accroître le nombre de femmes occupant un poste 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. 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.

Pourcentage de femmes occupant un poste de cadre supérieur



TC Transcontinental est inscrite au Jantzi Social Index<sup>MD</sup> (JSI<sup>MD</sup>), 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<sup>MD</sup> 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<sup>MD</sup> depuis mars 2004.



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.

# Le comité directeur du développement durable de TC Transcontinental



À l'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.

À l'avant, de gauche à droite :

Stephanie Hamilton, ÉEM inc., Karyne Bouchard, Zoraya Esplugas, Jennifer F. McCaughey, Benoît Caron.

ÉEM ([www.eem.ca](http://www.eem.ca)), une firme-conseil montréalaise spécialisée en développement durable, a participé à l'élaboration du *Rapport sur le développement durable 2011* de TC Transcontinental.

## 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. Transcontinental inc. (TSX : TCL.A, TCL.B, TCL.PR.D), connue sous les marques TC Transcontinental, TC Media et TC Imprimeries Transcontinental, compte 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. Pour obtenir de plus amples renseignements sur la Société, veuillez consulter le site [www.tc.tc](http://www.tc.tc).

## Information additionnelle

Consultez la version intégrale Internet du *Rapport sur le développement durable 2011* de TC Transcontinental à l'adresse [www.tctranscontinental-ecodev.com](http://www.tctranscontinental-ecodev.com).

Des questions ? [ecodev@tc.tc](mailto:ecodev@tc.tc)

L'information publiée dans le présent rapport peut contenir des déclarations prospectives qui comportent des incertitudes intrinsèques, et les résultats réels pourraient différer des hypothèses, estimations et attentes exprimés dans ces déclarations prospectives.

Imprimé sur du papier Rolland Enviro 100 Print, 200M texte, fait à 100 % de matières recyclées postconsommation et certifié selon les normes du Forest Stewardship Council® (FSC®). Ce papier fait partie de la catégorie Or Plus de la Classification environnementale des papiers de TC Transcontinental.

