

PARIS	transat HOLIDAYS	ON TIME
FRANKFURT	transat HOLIDAYS	BOARDING
TUNIS	LOOK VOYAGES	ON TIME
LA PAZ	VACANCES transat	ON TIME
ATHENS	TOURGREECE	LAST CALL
CANCUN	NOLITOURS	BOARDING
TORONTO	CLUBVILLAGE	ON TIME
ORLANDO	NOLITOURS	ON TIME
ISTANBUL	révatoours	ON TIME
VANCOUVER	JONVIEW CANADA	LAST CALL



transat



Le 28 janvier 2011

Déclarations prospectives

Cette présentation contient certaines déclarations prospectives à l'égard de la société. En soi, ces déclarations prospectives comportent des risques et des incertitudes qui pourraient faire en sorte que les résultats réels diffèrent grandement de ceux envisagés dans ces déclarations prospectives. La société considère que les hypothèses sur lesquelles s'appuient ces déclarations prospectives sont raisonnables, mais nous avisons le lecteur que ces hypothèses à l'égard d'événements futurs, dont bon nombre sont indépendants de notre volonté, pourraient se révéler incorrectes puisqu'elles sont soumises à des risques et à des incertitudes qui touchent nos activités. La société décline toute intention ou obligation de mettre à jour ou de réviser toute déclarations prospectives, que ce soit à suite de nouvelles informations, d'événements futurs ou autrement, à l'exception de ce qui est exigé par la loi.

Un voyageur international intégré spécialisé dans le voyage vacances



Un voyageur international intégré spécialisé dans le voyage vacances

SAISON HIVER

SAISON ÉTÉ

Nov - avril

Mai - octobre

M
A
R
C
H
È
S

Sud (80%)
Transatlantique (10%)
France (10%)

Sud (10%)
Transatlantique (65%)
France (25%)

Plusieurs marques, distribution multi-canal

> Conditions du marché influencées par

- Offre globale déployée (capacité)
- Demande globale des consommateurs
- Prix de vente (stimule la demande)

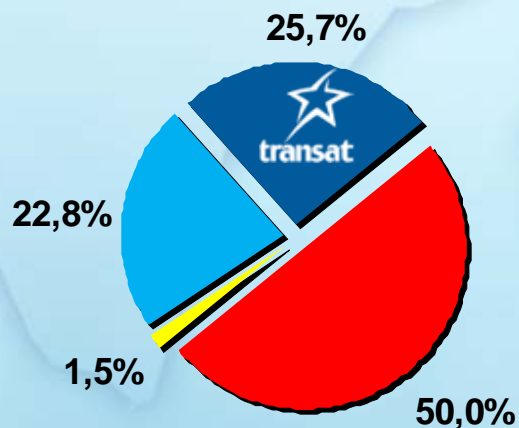
> Perspectives

- En regard du trimestre correspondant
- Évaluation des conditions du marché
 - Portion importante des réservations à moins de 30 jours du départ
 - Prix d'hôtels (incluant réductions) parfois confirmés près de la date du départ

Marché transatlantique

ROY.-UNI

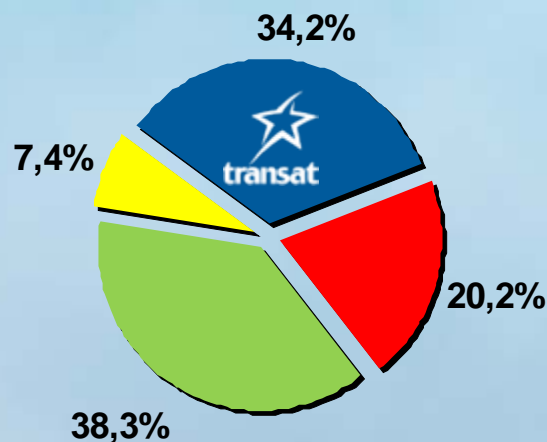
- Transat
- Air Canada
- British Airways
- Autre



2010

FRANCE

- Transat
- Air Canada
- Air France
- Autre



Leader dans les deux plus grands marchés de vacances transatlantiques et vente de sièges et produits dans 12 pays européens



Proposition unique pour le voyageur :

- **34 destinations européennes et 8 destinations canadiennes (70 liaisons)**
- **Location de voiture, hôtels, circuits ... à prix abordable**
- **Vente du Canada et de l'Europe**
- **Distribution multi-canal***



➤ **Transatlantique (65 % de nos activités)**

- Augmentation de notre offre
- Plus de passagers du Canada et de l'Europe
- Hausses du coefficient d'occupation et du prix moyen

➤ France (25 %)

- Demande a dû être stimulée
- Très compétitif pour l'ensemble des voyageurs
- 2011 - Nouvelle entente avec Transavia

Résultats financiers

	T3		T4	
	2010	2009	2010	2009
En millions de dollars, sauf les montants par actions				
Revenus	867	819	779	720
Marge (BAIIA)	53,9	27,2	77,9	35,6
Bénéfice net (états financiers)	20,9	31,0	52,4	18,1
Bénéfice net (ajusté)	26,8	7,0	47,7	17,8
BPA (ajusté)	0,70	0.21	1,25	0,51

Résultats financiers

En millions de dollars, sauf les montants par actions	Été		Annuel	
	2010	2009	2010	2009
Revenus	1 646	1 539	3 499	3 545
Marge (BAIIA)	131,8	62,8	127,6	93,4
Bénéfice net (états financiers)	73,3	49,1	65,6	61,8
Bénéfice net (ajusté)	74,6	24,8	53,7	33,7
BPA (ajusté)	1,96	0,74	1,41	1,01

➤ Sondage du « Conference Board of Canada »

- Niveau de confiance des consommateurs à la hausse
- Intentions de voyage (+ 6,8%)
- Intentions de voyage aux É.U. (+ 6,3%)

➤ Offre (actuelle vs finale 2010)

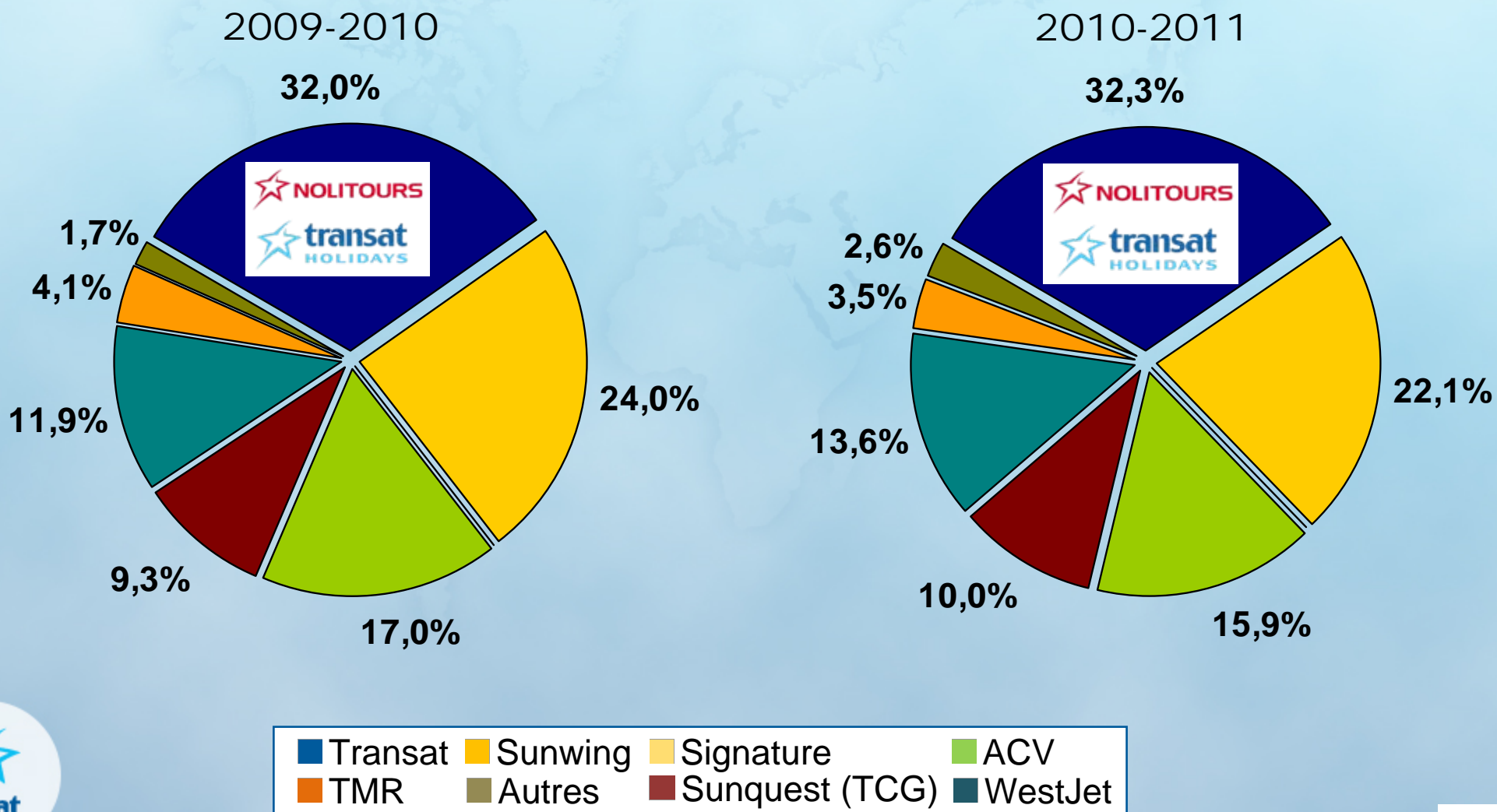
- Automne : Global + 28%; Transat + 0%
 - Sunwing (+ 71%) et Westjet (+ 49%)
- Hiver : Global + 14%; Transat + 19%
 - Westjet (+ 33%); Sunquest (+ 23%) et Sunwing (+ 6%)
- Aut/Hiver : Global + 16%; Transat + 17%



Marché Sud – Hiver 2011

Parts de marché

Part de marché fondée sur la capacité déployée vs la fin de saison 2010
(forfaits tout inclus, Mexique/Caraïbes, hiver)



➤ Mesures prises

- ✓ Aucune couverture (hedging)
- ✓ Produits disponibles dès le 1^{er} juin
- ✓ Hausse de l'offre siège-seulement
- ✓ Gamme de produits plus complète*
- ✓ Gestion par destination, prix groupes + agressifs & prix garantis
- ✓ Hausse de l'utilisation des aéronefs
- ✓ Incitatifs versés aux agents de voyage (programme Bonbon)



> Situation actuelle

- ✓ Augmentation de l'offre (aucune réduction planifiée)
- ✓ Réservations à la hausse
- ✓ Coefficient d'occupation légèrement en avance
- ✓ Prix semblable excepté Cuba
- ✓ \$US & carburant (globalement en baisse)
- ✓ Coûts d'hôtels à suivre



Encaisse et bilan (au 31 octobre)

	Octobre 2010		Octobre 2009	
	Encaisse	PCAA	Encaisse	PCAA
Trésorerie et équivalents	181	72	181	71
Dette sur facilité de crédit	0	(15)	0	(78)
Autres dettes	(14)		(33)	
Sous-total	167	57	148	(7)
Encaisse net	224		141	

Flux de trésorerie liés aux opérations	119
Émission d'actions	1
Immobilisations corporelles	(26)
Investissements	(2)
Autres	(9)
	+ 83

Facilité de crédit	257
Facilité de crédit disponible	242
Dette sur bilan	(29)
Dette hors bilan	(644)
Dette totale	(673)

Faits saillants

- > Amélioration des flux de trésorerie liés aux opérations en 2010 comparativement à 2009
- > Remboursement de la dette à hauteur de 82M\$
- > Exercice du Put relié aux PCAA en T4 2010

	273
	195
	(111)
	(396)
	(507)

➤ Hiver 2010-11 – Destinations sud (80 %)

- Plusieurs joueurs (plusieurs visant une hausse de leurs parts de marché)
- Réservations en avance (portion importante reste à vendre)
- Trop tôt pour conclure sur les marges

➤ Été 2011 – Transatlantique (65 %)

- Hausse de notre capacité déployée de 10 %
- Saison des ventes s'amorce à peine



Annexe



Un voyageur international intégré spécialisé dans le voyage vacances

Parmi les plus grands voyageurs dans le monde (en revenus et en nombre de voyageurs)

- Principaux marchés : Canada, France, Royaume-Uni et autres pays européens
- 3 millions de voyageurs chaque année dans plus de 60 destinations dans différents pays
- Au Canada, nous avons le(la) plus grand(e)...
 - Gamme de destinations soleil & européennes, de croisières et de produits Disney
 - Ligne aérienne vacances: Air Transat
 - Voyageur réceptif : Jonview Canada
 - Réseau de détail : Club Voyages, Marlin Travel, Trip Central

**Un voyageur intégré verticalement,
leader dans les Amériques,
et doté d'une position concurrentielle
forte dans plusieurs pays d'Europe**



1 Poursuivre développement des systèmes informatiques

2 Marché Sud

- Plan de développement de l'Ontario et de l'ouest
- Gamme de produits (élargie et adaptée aux tendances)

3 Marché transatlantique

- Maintien de notre position concurrentielle
- Présence accrue en Europe (Espagne et Allemagne)

4 Marché expéditif France

- Plan stratégique chez Look (devenir 3^{ième} voyageur d'ici 2013)

5 Distribution

- Hausse des ventes contrôlées au Canada (de 34% à 38%)

6 Renouvellement de notre flotte (Air Transat)

Stratégie aérienne :

Approche globale et plus grande flexibilité

Objectifs

- Capacité de hausser / réduire (utilisation de transporteurs externes) :
 - Selon les fluctuations de la demande ou des événements externes
 - Par marché
- Flotte Air Transat :
 - Remplacement progressif des A310 par des A330 d'ici 2013

Provenance des aéronefs

- Air Transat : 50 % de l'ensemble de nos besoins (plus de 50 lignes aériennes utilisées)
- Canjet : pour le marché sud au départ du Canada
- Transavia: pour les besoins moyen-courriers au départ de la France
- Autres transporteurs européens : pour compléter notre programme long-courrier transatlantique

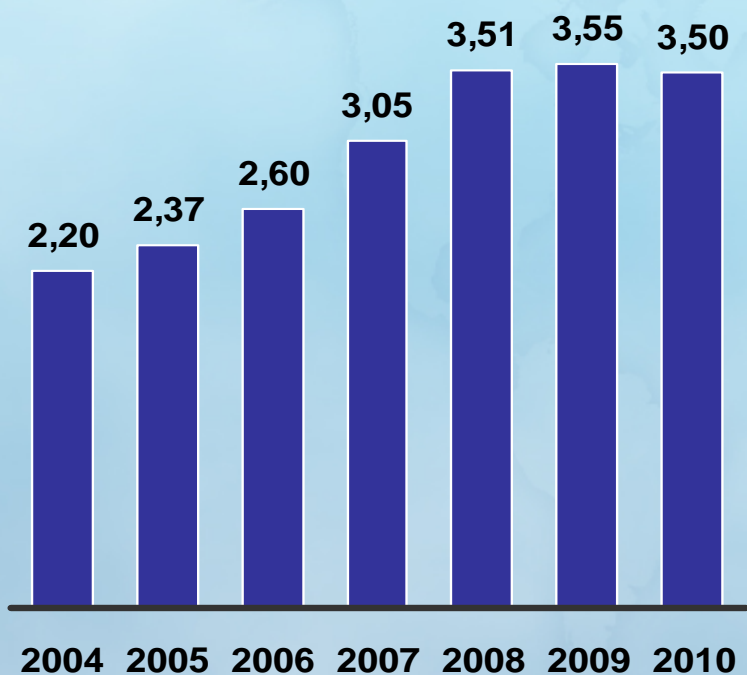
- Poursuivre l'intégration verticale où la marge est élevée et/ou dans les marchés à haut potentiel
 - Déjà présents : Floride, Rép. dom., Mexique et Grèce
 - Intérêt pour : Espagne, Italie, Tunisie, ...

- Développement / acquisition de nouveaux voyageurs expéditifs vers les destinations déjà desservies ou vers le Canada
 - Mexique depuis l'été 2010 (Eleva Travel)

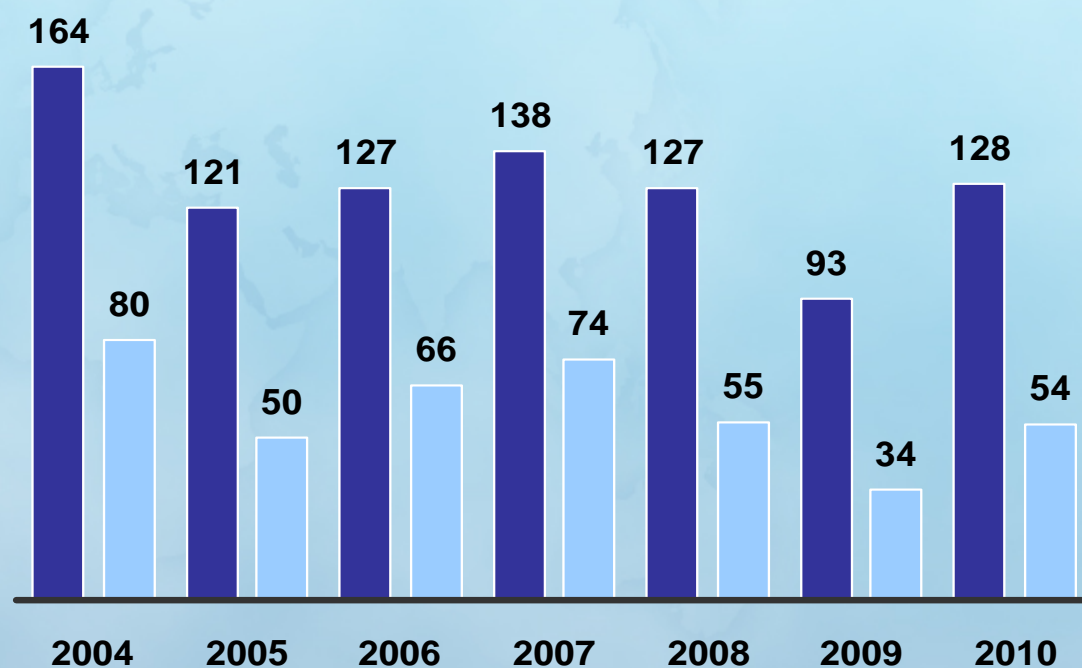
- Hôtels : Présents avec H10 au Mexique et République dominicaine (5 hôtels)

Quelques données financières historiques

Revenus (en milliards \$)



Profitabilité (en millions \$)



■ Marge ajustée
■ Revenus ajustés après taxes

(1) Avant l'effet de la comptabilité de couverture sur le carburant, la réévaluation des PCAA et (gains) charges de restructuration, net des impôts y afférents
(2) Reclassement selon nouvelles conventions comptables



État des résultats & flux de trésorerie

	Hiver			Été		
	2010	2009	Écart	2010	2009	Écart
Revenus	1 853	2 006	-8%	1 646	1 539	7%
Marges	(4,2)	30,6	-114%	131,8	62,8	110%
Bénéfices ⁽¹⁾	(20,9)	8,9	-335%	74,6	24,8	201%
BPA dilué ⁽¹⁾	(0,55)	0,27	-304%	1,96	0,74	165%
Flux - Opérations	106,7	119,7	-11%	12,4	(74,5)	117%
Flux par action	2,82	3,62	-22%	0,32	(2,27)	115%

Conditions du marché 2010	<ul style="list-style-type: none"> > Craintes de H1N1 jusqu'à Noël > Westjet & Air Canada ajoutent capacité > Sunwing & Signature (TUI) > Très compétitif, aucune croissance 	<ul style="list-style-type: none"> > Amélioration des conditions économiques > Compétition en baisse sur transatlantique (Globespan) > Fluctuations des devises (Euro, Livre)
Faits saillants Transat	<ul style="list-style-type: none"> > Baisse de capacité au T1 > Baisse de prix de vente compensée en partie la baisse des coûts (CanJet, hôtels, ...) > Impact négatif des couvertures en place 	<ul style="list-style-type: none"> > Augmentation de la capacité > Augmentation des ventes de/vers l'Europe > Hausse du coefficient d'occupation et du prix moyen
Conditions du marché 2011	<ul style="list-style-type: none"> > Capacité globale en hausse de ± 10% 	<ul style="list-style-type: none"> > Trop tôt
Transat actions	<ul style="list-style-type: none"> > Produits disponibles plus tôt > Doubler ventes sièges seulement > Plusieurs initiatives de marketing 	<ul style="list-style-type: none"> > Hausse de l'offre siège sur transatlantique

⁽¹⁾ Avant l'effet de la comptabilité de couverture sur le carburant, la réévaluation des PCAA et (gains) charges de restructuration nette des impôts y afférents

État des résultats & flux de trésorerie

	T4			Annuel		
	2010	2009	Écart	2010	2009	Écart
Revenus	779	720	8%	3 499	3 545	-1%
Marges	77,9	35,6	119%	127,6	93,4	37%
Bénéfices ⁽¹⁾	47,7	17,8	167%	53,7	33,7	59%
BPA dilué ⁽¹⁾	1,25	0,51	145%	1,41	1,01	40%
Flux - Opérations	(35,8)	(99,4)	64%	119,1	45,2	163%
Flux par action	(0,94)	(2,85)	67%	3,14	1,35	120%

Faits saillants

- > Amélioration des conditions économiques
- > Hausse de la demande et plus faible concurrence sur le marché transatlantique
- > Force du CDN\$ vs EURO et GBP
- > Forte concurrence en France sur destinations moyen-courrier
- > Forte concurrence sur le Sud

- > Hiver – Forte concurrence, avec une importante augmentation de la capacité sur le sud, impact les prix
- > Hiver - Impact négatif du hedging sur les marges
- > Éruption volcanique et un euro faible ont affectés les marges en France
- > Été - Forte performance sur les routes transatlantiques
- > Été-Hausse du coefficient d'occupation et des prix sur transatlantiques
- > Demande inférieure et la concurrence ont réduit les marges pour Look Voyages (moyen-courrier)



⁽¹⁾ Avant l'effet de la comptabilité de couverture sur le carburant, la réévaluation des PCAA et (gains) charges de restructuration nette des impôts y afférents

