

ENTRE LES ENTREPRISES CANADIENNES > < ET LEURS CLIENTS

ENTRE LE SERVICE DURABLE > < ET LA RESPONSABILITÉ FINANCIÈRE

UN LIEN ESSENTIEL

ENTRE LES COMMUNICATIONS NUMÉRIQUES > < ET LE COURRIER TRAITABLE

ENTRE LES ACTIONS D'AUJOURD'HUI > < ET LA RÉUSSITE DE DEMAIN

ENTRE NOS EMPLOYÉS > < ET TOUS LES CANADIENS

Un lien essentiel

UN COLIS SURPRISE FAIT LE LIEN ENTRE UN SOLDAT CANADIEN DÉPLOYÉ EN AFGHANISTAN ET SA FAMILLE AU CANADA. UN DÉPLIANT ÉTABLIT LE LIEN ENTRE UN JEUNE ENTREPRENEUR ET SES NOUVEAUX CLIENTS. LE SIMPLE FAIT DE RECEVOIR ET DE PAYER DES FACTURES SE TRADUIT PAR L'ÉTABLISSEMENT DE MILLIONS DE LIENS CHAQUE JOUR.

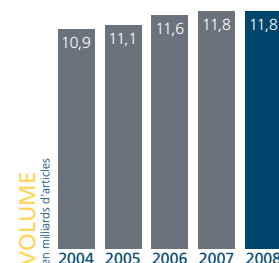
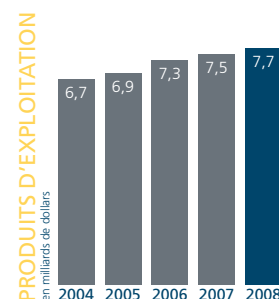
CHAQUE ARTICLE DE COURRIER QUE LIVRE POSTES CANADA CRÉE UN LIEN.

NOUS PERMETTONS AUX ENTREPRISES DE GARDER CONTACT AVEC LEURS CLIENTS. NOUS FAISONS PARTIE INTÉGRANTE DE L'ÉCONOMIE CANADIENNE, UNE ENTREPRISE QUI FAIT LE LIEN ENTRE DES MILLIONS DE CANADIENS ET LE RESTE DU MONDE.

ET VOICI ENCORE UN LIEN IMPORTANT : NOUS FORGEONS LE LIEN ENTRE LES BESOINS QU'ONT NOS CLIENTS AUJOURD'HUI ET LES SOMMES QUE NOUS DEVONS INVESTIR POUR CRÉER LA POSTE MODERNE DURABLE QU'IL LEUR FAUDRA DEMAIN.

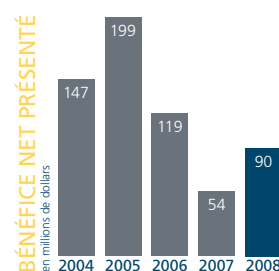
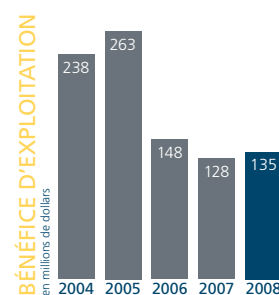
Table des matières

Message de la présidente-directrice générale	2	Message du président du Conseil	22
À propos de Postes Canada	4	Régie d'entreprise	24
Indicateurs de rendement clés	6	Conseil d'administration	26
Transformation postale	8	Dirigeants de la Société	27
Un lien essentiel avec nos clients	10	Rapport de l'ombudsman	28
Courrier transactionnel	10	Résultats financiers	29
Colis	12		
Marketing direct	14		
Filiales	16		
Un lien essentiel avec nos employés	18		
Responsabilité sociale de l'entreprise	20		



Faits saillants financiers et d'exploitation – Le Groupe Postes Canada

RAPPORT ANNUEL (en millions de dollars)		2008	2007	CHANGEMENT (%)
Exploitation				
Produits d'exploitation	Tel que présenté	7 729 \$	7 474 \$	3,0 %
Bénéfice d'exploitation	Produits d'exploitation – charges d'exploitation	135	128	5,6 %
Marge d'exploitation (%)	Bénéfice d'exploitation ÷ produits d'exploitation	1,8 %	1,7 %	–
Productivité (%)	Charges d'exploitation en tant que pourcentage des produits d'exploitation	98,2 %	98,3 %	–
Bénéfice avant charge d'impôts sur les bénéfices	Tel que présenté	161	160	1,0 %
Bénéfice net	Tel que présenté	90	54	66,1 %
Rendement de l'avoir (%)	Bénéfice net ÷ avoir moyen	6,1 %	3,8 %	–
Dividende versé		22	47	(54,1) %
Ratio de versement de dividende (%)	Dividende versé en tant que pourcentage du bénéfice net de l'exercice précédent	40 %	40 %	–
Flux de trésorerie lié à l'exploitation	Tel que présenté	597	344	73,6 %
Acquisitions d'immobilisations	Tel que présenté	391	331	18,1 %
Situation financière				
Trésorerie		605	386	56,9 %
Total de l'actif		5 591	5 167	8,2 %
Avoir du Canada		1 507	1 439	4,8 %



Le Groupe Postes Canada a traité 11,8 milliards d'articles au cours de la période de douze mois. Les produits d'exploitation consolidés ont atteint 7,7 milliards de dollars et le bénéfice net consolidé a atteint 90 millions de dollars.

Message de la présidente

ÉTANT LA SEULE ENTREPRISE À TOUCHER TOUS LES CANADIENS, NOUS JOUONS UN RÔLE CAPITAL DANS L'ÉCONOMIE. NOUS DEVONS CONTINUER D'AIDER NOS CLIENTS À ÉTABLIR DES LIENS AVEC LEURS CLIENTS, EN PÉRIODE DE PROSPÉRITÉ COMME EN TEMPS DE RÉCESSION.

Je suis très heureuse de vous informer que Postes Canada a inscrit un autre profit en 2008 malgré les conditions économiques difficiles qui ont fait leur apparition l'automne dernier. Comme de nombreuses autres entreprises, Postes Canada a été touchée par la hausse des coûts et la baisse des volumes. Le bénéfice net consolidé du Groupe Postes Canada s'élevait à 90 millions de dollars, soit une faible marge par rapport à nos recettes de 7,7 milliards de dollars.

Ces résultats ont été influencés par une diminution de 2 % des volumes de courrier transactionnel en 2008. Nous sommes fiers de livrer le courrier à chaque foyer tous les jours, mais cela entraîne des coûts fixes élevés qui nous rendent vulnérables aux baisses de volumes. Nous ne pouvons pas simplement rationaliser nos activités lorsque les volumes diminuent.

Pour atteindre nos résultats, nos employés ont dû se mobiliser pour réduire les coûts. Dans le secteur Postes Canada, ces efforts ont permis de réduire de 150 millions de dollars les dépenses prévues. C'est sans compter les économies de coûts de 90 millions de dollars réalisées sur les 100 millions de dollars d'économies déjà prévues au budget. Sans ces mesures, Postes Canada aurait enregistré des pertes d'exploitation de plus de 150 millions de dollars en 2008. Ces résultats démontrent l'engagement de nos employés lors de circonstances difficiles.

C'est dans ce contexte qu'en avril 2008, le gouvernement a demandé le premier examen indépendant de nos activités depuis dix ans. Notre soumission comportait des recommandations quant aux changements clés devant être apportés à notre cadre financier afin que nous puissions continuer d'investir pour offrir aux Canadiens le service auquel ils s'attendent et rester viables pendant de nombreuses années à venir. Je

compte profiter de l'occasion qui nous est donnée en 2009 de procéder à un échange ouvert quant aux recommandations du comité et à ce qui est nécessaire pour aider notre remarquable entreprise à aller de l'avant.

Comme d'autres employeurs importants, un des défis auxquels nous sommes confrontés concerne le régime de retraite. Le Régime de retraite de Postes Canada est entièrement financé sur le plan de la continuité. Cela dit, la crise économique a eu une incidence négative sur la position du régime. De plus, les règles sur le déficit de solvabilité ont créé une incertitude concernant les flux de trésorerie futurs pour les opérations. Ces règles, combinées au contexte économique, pourraient nécessiter dès 2010 des versements supplémentaires, au-delà du versement annuel de 270 millions de dollars.

Tout en relevant ces défis, nous savons que nous avons un urgent besoin de moderniser nos opérations. Nous devons continuer d'investir dans nos gens et notre infrastructure, et nous sommes prêts à le faire grâce à un plan détaillé.

Nous avons commencé à mettre ce plan en œuvre en 2008 afin de moderniser notre vaste réseau. Nous avons fait de grands progrès. Nous sommes sur la bonne voie pour ouvrir en 2010 notre première installation de traitement du courrier depuis 20 ans. Le nouvel établissement de Winnipeg comprendra un nouvel équipement de traitement efficace et ergonomique et un nouveau modèle de livraison.

Cette modernisation est essentielle à notre capacité de respecter nos obligations en matière de service. Les mesures d'urgence actuellement en place sont inefficaces et coûteuses. Le vieil équipement encore utilisé représente un danger pour la santé et la sécurité des employés. Des établissements, des appareils et des technologies modernes nous aideront non seulement à régler



PRIORITÉ : LA SÉCURITÉ DU COURRIER DES CANADIENS

Postes Canada comprend l'importance d'assurer la sécurité des milliards d'articles de courrier que nous traitons. Nous faisons tout en notre pouvoir afin de protéger le courrier contre les nouveaux types de crimes, y compris le vol d'identité.



PRIORITÉ : LA SÉCURITÉ DE NOS GENS

Nous n'avons pas atteint notre objectif de réduction du nombre d'accidents en 2008 et nous travaillons activement à identifier et neutraliser les risques dans nos milieux de travail. Les résultats de 35 évaluations de santé et sécurité nous aideront à continuer de sensibiliser nos gens à la sécurité et à mieux cibler les activités les plus à risque.



« Nous devons continuer d'investir dans nos gens et notre infrastructure, et nous sommes prêts à le faire grâce à un plan détaillé. »



ces questions, mais ils nous fourniront les capacités d'améliorer nos services et de maintenir notre pertinence pour les Canadiens à l'avenir.

L'économie étant incertaine, et jusqu'à ce que nous ayons atteint une plus grande stabilité à l'égard de notre cadre financier, la première phase de notre plan, estimée à 750 millions de dollars, répond seulement à nos besoins les plus urgents. Nous surveillerons notre situation financière et nous modifierons nos dépenses en conséquence.

En 2008, nous avons fait des progrès supplémentaires quant à l'établissement d'un milieu de travail respectueux et sécuritaire. Notre sondage auprès des employés, mené par un organisme indépendant, a une nouvelle fois montré des améliorations généralisées. En deux ans seulement, nous avons observé une augmentation de huit points de pourcentage de notre Indice d'engagement des employés. Nous sommes également très fiers d'être classés parmi les 100 meilleurs employeurs pour la troisième année consécutive par Mediacorp. Nous poursuivons notre travail afin d'établir un lien entre les efforts quotidiens de notre personnel et les priorités de l'entreprise ainsi que notre réussite.

Nous savons que la santé et la sécurité de nos employés sont un élément clé de leur sentiment d'engagement. Malheureusement, nous n'avons pas atteint notre objectif de réduction du nombre élevé d'accidents en dépit des efforts importants déployés en 2008. Nous continuerons d'accroître la sensibilisation et à mettre l'accent sur le leadership et la formation en matière de sécurité, qui, avec l'importance que nous accordons à la viabilité environnementale, sont des composantes clés de nos stratégies globales pour améliorer la responsabilité sociale de l'entreprise.

Même si de nombreux organismes de bienfaisance sont confrontés à des difficultés, en six mois seulement, la Fondation de Postes Canada pour la santé mentale, une fondation indépendante nouvellement créée, a dépassé son objectif de collecte de fonds qui s'élevait à un million de dollars. La générosité et l'enthousiasme de nos employés ont fait de cette campagne une incroyable réussite. En 2009, la Fondation commencera à distribuer les fonds recueillis afin de sensibiliser le public et de soutenir les patients atteints de maladie mentale ainsi que leur famille.

L'année dernière a été difficile, mais elle a été caractérisée par de grandes réalisations. Je tiens à remercier mes collègues de la haute direction et le personnel de Postes Canada de leurs efforts exceptionnels, ainsi que tous nos partenaires pour les résultats de cette année. Je remercie également tous nos fidèles clients pour leur appui continu.

L'année 2009 sera aussi exigeante. À l'image d'autres entreprises, et en se basant sur les prévisions actuelles, le déclin des volumes devrait se poursuivre. Pour contrer cette situation, nous comptons réduire énergiquement nos coûts d'un montant supplémentaire de 250 millions de dollars pour le secteur Postes Canada.

Nous savons quels sont les défis qui nous attendent à l'avenir et ce que nous devons faire pour les relever. Tout en établissant notre nouveau cadre financier, nous continuerons à nous concentrer sur nos priorités. Nous sommes confiants que nous pourrions continuer à créer un lien essentiel entre les Canadiens à l'avenir.

Moya Greene
Présidente-directrice générale

PRIORITÉ : **BÂTIR UNE** **POSTE DURABLE**

Pour demeurer concurrentiels et pertinents, nous devons concentrer nos efforts. À court terme, nous devons donner la priorité à la compression des coûts afin de contrer les effets de la baisse anticipée de nos produits. Mais pour assurer notre viabilité à long terme, nous poursuivons nos discussions avec notre actionnaire afin de modifier notre cadre financier et de trouver des façons durables de gérer notre régime de retraite. Tout en contrôlant étroitement nos dépenses, nous devons continuer d'investir dans la modernisation afin de pouvoir maintenir notre service aux Canadiens.

À propos de Postes Canada

DEPUIS 158 ANS, POSTES CANADA EST UN PILIER DE L'ÉCONOMIE CANADIENNE QUI CRÉE DES LIENS ENTRE LES CANADIENS, LEURS COLLECTIVITÉS ET LEURS ENTREPRISES. SOCIÉTÉ D'ÉTAT AUTONOME SUR LE PLAN FINANCIER, POSTES CANADA CONTINUE DE JOUER CE RÔLE ESSENTIEL.

Pour mieux soutenir la concurrence, nous exerçons nos activités au sein du Groupe Postes Canada. Sous l'égide de la Société canadienne des postes, le Groupe et ses 72 000 employés offrent une gamme complète de services de livraison, de logistique et d'exécution de commandes aux clients. La Société détient des intérêts dans Courrier Purolator, le Groupe SCI et Innovaposte. Dans le présent document, « Postes Canada » et « le secteur Postes Canada » renvoient au service de base de la Société, à l'exclusion de ses autres intérêts. Le secteur Postes Canada représente environ 80 % des produits d'exploitation consolidés de la Société.

Le Groupe Postes Canada consacre chaque année plus de 2,8 milliards de dollars à l'achat de biens et de services, créant ainsi 30 000 emplois supplémentaires.*

Postes Canada a le privilège exclusif de recueillir et de transmettre des lettres d'au plus 500 grammes, puis de les livrer aux destinataires au Canada. Plus de la moitié des produits d'exploitation du Groupe proviennent d'activités exercées dans un contexte entièrement concurrentiel, y compris Purolator et le secteur Colis de Postes Canada. Chaque jour ouvrable, le secteur Postes Canada livre quelque 45 millions d'articles de courrier à près de 15 millions d'adresses résidentielles et commerciales. Quelque 200 000 adresses s'ajoutent chaque année à ce réseau. Il existe plus de 23 000 itinéraires de livraison au Canada. Postes Canada exploite le plus grand réseau de vente au détail au pays, avec 6 600 bureaux de poste.

Postes Canada et ses employés croient qu'il est très important de s'investir dans la collectivité. En 2008, nous avons amassé plus de 1 million de dollars pour notre cause de prédilection, la santé mentale. L'entreprise appuie également l'alphabetisation, l'équipe de ski acrobatique

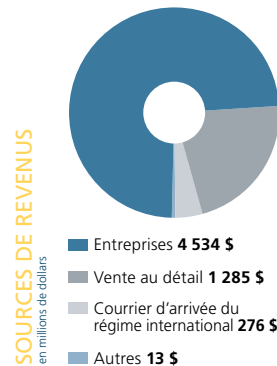
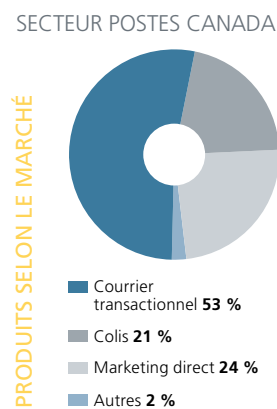
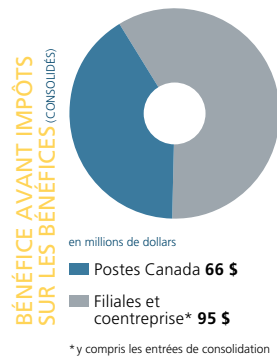
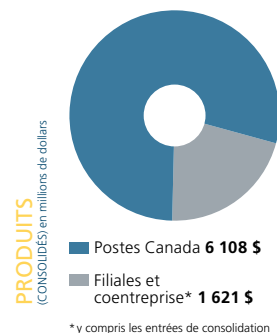
Postes Canada et Centraide. Postes Canada est l'un des fournisseurs officiels des Jeux olympiques d'hiver de 2010 à Vancouver. Chaque année, une équipe d'employés se porte volontaire pour aider le père Noël à répondre à plus de un million de lettres en 26 langues, un exploit qui a permis à Postes Canada de figurer dans *Le Livre Guinness des records*.

Un des organismes les plus importants au Canada par sa taille et son champ d'action, Postes Canada s'est engagée envers la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE). En 2008, nous avons publié notre premier Rapport de RSE.

Partout dans le monde, le service postal est un secteur en déclin; la plupart des administrations postales doivent composer avec une baisse des volumes de courrier, une augmentation du nombre de points de remise et des demandes en services plus sophistiqués de la part des clients. Postes Canada ne fait pas exception.

Les concurrents de Postes Canada varient d'entreprises fortes dans certains créneaux à de grandes multinationales. Contrairement à ses concurrents, Postes Canada a l'obligation d'assurer un service universel, c'est-à-dire de livrer le courrier à toutes les adresses au Canada, cinq jours par semaine. Depuis 2000, Postes Canada est restreinte par une formule de plafonnement du tarif de base des lettres qui limite les majorations aux deux tiers du taux d'inflation.

Postes Canada évolue au rythme de l'évolution des besoins de ses clients. L'entreprise fait actuellement l'objet d'une Transformation postale importante : elle conçoit un nouveau modèle de livraison plus efficace et elle modernise les établissements et l'équipement, afin de continuer à offrir une valeur sûre aux clients, d'appuyer un milieu de travail sécuritaire et productif et d'exercer ses activités de façon plus respectueuse de l'environnement.



*Étude du Conference Board du Canada, 2007

POSTES CANADA EN BREF

6 618

BUREAUX DE POSTE AU CANADA

96%

RENDEMENT DE LIVRAISON À TEMPS

Tel que mesuré par IBM, un échantillon représentatif de faux articles
Poste-lettres courts et longs ainsi que surdimensionnés est pondéré en
fonction des volumes de courrier de l'origine à la destination.

14,7 millions

ADRESSES DESSERVIES AU CANADA

AUSTRALIE	0,45 \$	Équivalent en dollars canadiens (en février 2009)
ÉTATS-UNIS	0,45 \$	
CANADA	0,54 \$	
ROYAUME-UNI	0,71 \$	
SUÈDE	0,78 \$	
JAPON	0,79 \$	
FRANCE	0,86 \$	
ALLEMAGNE	0,86 \$	
ITALIE	0,94 \$	

LE CANADA JOUIT DE L'UN DES
MEILLEURS TARIFS-LETTRE DE BASE
DU MONDE.

Indicateurs de rendement clés

RENDEMENT FINANCIER – LE GROUPE POSTES CANADA



Le Groupe Postes Canada est demeuré rentable en 2008, même si les produits du secteur Postes Canada étaient inférieurs au plan. Le bénéfice consolidé avant charge d'impôts sur les bénéfices s'est chiffré à 161 millions de dollars, soit 34 millions de mieux que le plan, grâce à l'excellent rendement financier de nos filiales Courrier Purolator Itée et le Groupe SCI inc.

La mise en œuvre de mesures rigoureuses de contrôle des coûts a joué un rôle clé dans la réalisation d'une étroite marge d'exploitation de 1,8 %. La Direction doit demeurer vigilante en 2009 pour limiter les coûts.

Le dividende de 22 millions de dollars que Postes Canada a versé à son actionnaire, le gouvernement du Canada, était inférieur de 54 % à celui de l'exercice précédent. Depuis 2005, Postes Canada n'a pas été en mesure d'atteindre les objectifs financiers fixés dans le

cadre stratégique pluriannuel établi en 1998, ses bénéfices avant intérêts et impôts étant bien inférieurs à ceux visés de 175 millions de dollars, et le rendement de l'avoir, à celui visé de 11 %.

Postes Canada compte sur les mesures de saine gestion, la pertinence des produits et services ainsi que l'amélioration des activités et des procédés provenant de l'investissement si nécessaire dans la poste moderne pour assurer sa durabilité pour l'avenir.

SERVICES DE LIVRAISON – SECTEUR POSTES CANADA



Notre objectif consiste à livrer à temps, en tout temps. À cette fin, nous établissons des objectifs généraux et nous mesurons le rendement en matière de service dans chacun de nos secteurs d'activité : Courrier transactionnel, Colis et Marketing direct.

Le service Poste-lettres^{MC} figure toujours parmi les services les plus fiables au Canada. Selon nos normes de livraison, les délais de livraison pour les envois Poste-lettres sont toujours de deux jours ouvrables au sein d'une même région métropolitaine ou collectivité, de trois jours ouvrables au sein d'une même province et de quatre jours ouvrables d'une province à l'autre.

En 2008, nous avons atteint l'objectif général fixé à 96 % pour le taux de livraison à temps.

Nous n'avons pas respecté nos objectifs pour les envois Colis accélérés, Xpresspost^{MC} et *Priorité*^{MC} Demain matin. Pour remédier à la

situation, nous augmentons notre capacité de traitement et renforçons les liaisons de transport, en nous appuyant sur la souplesse que nous confère notre nouveau partenariat avec notre filiale Purolator pour le courrier-avion du régime intérieur.

Les efforts concertés que nous avons déployés pour améliorer la livraison des produits du secteur Marketing direct ont porté fruit : nous avons atteint l'objectif fixé pour les envois Médiaposte avec adresse et presque atteint celui pour les envois Médiaposte sans adresse.

Continuer à mettre l'accent sur la livraison à temps est essentiel au succès à long terme de Postes Canada. Nous continuerons à chercher des moyens d'améliorer davantage la qualité de nos services de livraison afin de satisfaire nos clients et de nous assurer leur fidélité.

INDICE DE VALEUR POUR LA CLIENTÈLE – SECTEUR POSTES CANADA



Notre programme Gestion de la valeur pour les clients définit les facteurs de la valeur pour la clientèle et de la fidélité par l'entremise de sondages sur les relations et de questionnaires sur les opérations. Les sondages sur les relations explorent les habitudes et les pratiques d'expédition des clients, évaluent leur fidélité à Postes Canada et saisissent leurs commentaires sur nos produits et services, la livraison, le tarif, la réputation et l'image, ainsi que la culture de service. Les questionnaires sur les opérations demandent aux clients de préciser leur plus récente expérience avec Postes Canada, y compris avec nos représentants commerciaux et du service à la clientèle, les bureaux de poste, le personnel de livraison et notre site Web. Ces techniques donnent un aperçu de la qualité du service que nous offrons, de notre avantage concurrentiel et des points nécessitant une amélioration.

En 2008, notre secteur d'activité Marketing direct a dépassé son objectif de trois points de pourcentage. Le secteur Colis a également atteint son objectif lié à l'Indice de valeur pour la clientèle pour 2008. Bien que le secteur Courrier transactionnel n'ait pas atteint son objectif, il a réalisé ses objectifs d'amélioration relativement à l'offre et à la livraison de produits, à la compétitivité des tarifs, à la réputation et à l'image de l'entreprise ainsi qu'à sa culture de service.

ENGAGEMENT DES EMPLOYÉS – SECTEUR POSTES CANADA



L'engagement des employés demeure une priorité absolue pour Postes Canada. Notre objectif est de devenir le meilleur milieu de travail au Canada, où chaque employé contribue et participe à notre réussite. Améliorer le degré d'engagement des employés permettra d'améliorer l'expérience de la clientèle et établira une base solide pour l'atteinte de nos résultats d'entreprise.

Nous mettons la priorité sur un lieu de travail caractérisé par le respect et l'équité, où nous nous préoccupons de la santé et de la sécurité des employés et où les employés s'identifient à l'entreprise. Nos efforts semblent porter fruit. Le taux de participation obtenu dans le sondage annuel mené auprès des employés en 2008 a augmenté de 33 % par rapport à 2007. Nous avons amélioré ou égalisé nos résultats dans la grande majorité des catégories du sondage et avons réalisé

notre objectif de rehausser l'Indice d'engagement des employés à 56.

En outre, nous avons atteint notre but visant à réduire à 5 % le taux d'erreurs commises dans le traitement de la paie de nos employés.

La fréquence des accidents demeure un domaine de grande préoccupation, car le taux de réduction visé de 7 % n'a pas été atteint. Nous intensifierons nos efforts pour améliorer la sécurité tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de nos installations. Notre présidente dirigera un nouveau groupe de travail sur la santé et la sécurité ayant pour objet de sensibiliser les employés encore davantage à la nécessité de réduire les accidents à Postes Canada.

Nous demeurons résolus à créer un milieu de travail moderne caractérisé par un engagement profond des employés.

Transformation postale

POSTES CANADA DOIT INVESTIR DANS SON INFRASTRUCTURE POUR QUE LES CANADIENS PUISSENT CONTINUER À ÉTABLIR DES LIENS ENTRE EUX.

Depuis deux ans, nous avons lancé un projet de Transformation postale. Ce programme national de renouvellement de l'infrastructure exige un investissement considérable dans notre matériel, notre technologie et nos procédés, ainsi qu'une formation poussée sur les nouvelles compétences requises pour nos employés.

Il y a un besoin critique et pressant d'investir dès maintenant, parce que notre infrastructure vieillissante nous empêche de progresser. Bon nombre de nos établissements sont en service depuis près de 40 ans et ne peuvent plus soutenir un fonctionnement moderne. La plupart de nos appareils de traitement du courrier ont presque 20 ans et ont atteint la limite de leur cycle de vie. Même si nous déployons tous les efforts possibles afin d'assurer un état de fonctionnement sécuritaire des machines, l'équipement existant a atteint ses limites technologiques et physiques. L'ajout de nouvelles fonctions n'est pas possible.

Si nous n'investissons pas maintenant, il sera plus difficile de respecter nos normes de service et nous ne pourrons pas réduire nos taux inacceptables de blessures et de cas de tâches modifiées.

Remplacement de l'équipement désuet

Postes Canada compte énormément sur l'équipement automatisé de tri du courrier pour livrer un service abordable et de qualité. Le processus de remplacement de cet équipement est très long et très complexe. Vu l'âge de cet équipement, nous devons démarrer ce processus dès à présent pour nous assurer de pouvoir continuer à répondre aux besoins et aux attentes des Canadiens, sans engager les coûts énormes qui seraient

nécessaires pour maintenir une technologie et des procédés périmés.

Notre plan consiste à remplacer les machines vieillissantes dans nos établissements de tri par un nouveau matériel ergonomique de traitement du courrier, à la fine pointe de la technologie, capable d'automatiser avec encore plus de précision le traitement des articles Poste-lettres. C'est une étape importante pour que nous devenions une poste moderne; les nouvelles machines nous permettront également d'améliorer la santé et la sécurité en milieu de travail, de défendre nos activités principales en améliorant l'efficacité et la productivité, et d'établir une base solide pour des offres de service nouvelles et améliorées.

Nous comptons profiter de l'occasion pour améliorer la santé et la sécurité de nos employés en adoptant de nouveaux conteneurs modulaires pour nos établissements et postes de facteurs. Les nouveaux conteneurs, conçus de façon ergonomique, sont plus petits et ont des poignées solides afin de faciliter le soulèvement et le transport. Ils sont complètement recyclables. Ces améliorations, en plus d'une fonction de glissement unique, réduiront l'incidence élevée des blessures souvent liées au traitement manuel du courrier.

Nouveau modèle de livraison

Le modèle de livraison actuel n'a pas changé depuis plus d'un siècle; par conséquent, en commençant par Winnipeg, nous mettrons en place de nouvelles façons de livrer le courrier.

Davantage de facteurs seront motorisés : ils utiliseront des véhicules à faible taux d'émission et plus économiques. Grâce à la motorisation, les facteurs pourront livrer



Il nous faut investir dès maintenant pour continuer à répondre aux besoins et aux attentes des Canadiens.



Conçus dans un souci de protéger la santé des employés, les nouveaux conteneurs seront plus ergonomiques.

tous les produits dans leur zone de livraison, y compris les colis, en plus d'effectuer la levée sur leur itinéraire. Cette méthode de livraison, déjà utilisée en Europe et aux États-Unis, permettra à Postes Canada de répondre efficacement à la demande du marché.

Point de départ : Winnipeg

L'emplacement du nouvel établissement de Winnipeg a été choisi en 2008 et l'inauguration des travaux a eu lieu en septembre. L'établissement, considéré comme le fleuron de la Transformation postale, devrait être terminé au milieu de l'année 2010. Il sera situé sur un terrain de 27 acres près de l'aéroport, ce qui permettra de traiter le courrier plus près de ce maillon essentiel du réseau de transport, plutôt que de le transporter au centre-ville où est situé l'établissement actuel.

Conçue dans un souci de santé et de sécurité, l'installation sera équipée d'un nouveau matériel ergonomique et respectueux de l'environnement et qui assurera aux employés un milieu de travail mieux éclairé et plus sécuritaire. Le bâtiment sera certifié LEED^{MC} (Système d'évaluation des bâtiments durables). Ce nouvel établissement intégrera de nouveaux procédés modernes et de nouveaux conteneurs et chariots pour régler les problèmes de nos employés en matière de sécurité et d'ergonomie.

Travailler avec nos clients

Même lorsque les changements sont nécessaires, ils ne se font pas toujours sans heurts. À mesure que le projet de Transformation postale prend forme, Postes Canada s'assurera que nos efforts de modernisation entraînent le moins d'inconvénients possible

pour les clients. Nous tiendrons également nos clients informés en tout temps. Dans cette optique, Postes Canada a tenu de nombreuses consultations avec les clients en 2008 pour traiter de la Transformation postale. Ces séances nous aident à mieux comprendre comment les changements pourraient avoir une incidence sur nos clients, pour que nous puissions planifier toutes les transitions de la façon la plus harmonieuse possible. Les précieux commentaires recueillis au cours de ces rencontres ont influencé nos décisions de conception.

Investir aujourd'hui pour demain

Concevoir, acheter et installer de nouveaux appareils, mettre en place de nouveaux procédés et une nouvelle technologie et former nos employés demandent du temps et des efforts. Nous devons impérativement investir dès maintenant afin d'éviter les pannes d'équipement ainsi que les conséquences de ces pannes sur le service et les coûts.

Nous avons l'occasion d'apporter ces changements et de réaliser des gains de productivité sans entraîner de conséquences néfastes pour nos employés. Nous prévoyons près de 32 000 départs à la retraite et autres départs de Postes Canada au cours des dix prochaines années. Les procédés seront modifiés et rationalisés afin de nous permettre d'éviter de combler un grand nombre des postes laissés vacants.

Renouveler une technologie postale vieille de plusieurs décennies ne se fait pas du jour au lendemain. Mais reconnaître le besoin maintenant et planifier en conséquence nous permettront de continuer à répondre aux besoins de nos clients pour de nombreuses années à venir.



Le nouvel établissement de Winnipeg, fleuron de notre Transformation postale, intégrera de nouveaux appareils modernes, plus efficaces, ainsi que des procédés et des espaces de travail plus ergonomiques. L'installation sera certifiée LEED.

Un lien essentiel Courrier transactionnel

LETTRE D'ACCEPTATION D'UN ENFANT À L'ÉCOLE OU FACTURES MENSUELLES, LE COURRIER EST UN LIEN ESSENTIEL DANS NOTRE VIE. MAIS LE RALENTISSEMENT ÉCONOMIQUE EST VENU S'AJOUTER AUX DIFFICULTÉS SUBIES PAR LE SECTEUR DU COURRIER TRANSACTIONNEL EN 2008.

Le courrier transactionnel regroupe les factures, relevés, paiements et autres lettres. Le secteur d'activité Courrier transactionnel comprend trois services de livraison distincts : Poste-lettres^{MC} du régime intérieur, Poste aux lettres du régime international et postel^{MC}, le service de présentation de factures électroniques de Postes Canada. De plus, Postes Canada a, au pays, le privilège exclusif pour ce qui est de la levée, de la transmission et de la distribution des lettres jusqu'à concurrence de 500 grammes. En 2008, le secteur Courrier transactionnel a connu un rendement de 3,2 milliards de dollars, soit 53 % des produits du secteur Postes Canada (ou environ 42 % des produits du Groupe Postes Canada). Ce rendement est resté relativement stable par rapport à 2007.

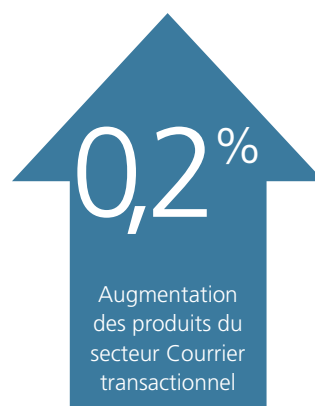
Les Canadiens ont continué à se tourner vers le courrier électronique, la messagerie instantanée et d'autres moyens de communication électronique, et les entreprises ont renforcé leurs listes de diffusion et encouragé leurs clients à faire leurs transactions en ligne. Ainsi, le secteur Postes Canada a connu des pressions toujours plus importantes sur la partie la plus décisive et la plus rentable de ses activités. Le volume total a diminué pour la deuxième année consécutive, pour atteindre 5,32 milliards d'articles Poste-lettres en 2008, et le niveau est relativement stable depuis plusieurs années. Alors que le nombre total d'adresses de livraison continue d'augmenter d'environ 200 000 chaque année, la quantité d'articles Poste-lettres par ménage diminue, avec 355 articles en 2008, ce qui représente une diminution de plus de 6 % depuis 2004.

Afin de répondre aux exigences changeantes du marché et de fournir aux clients des solutions intégrales et à canaux multiples, Postes Canada a mis en place, au fil des ans, plusieurs nouveaux services pour compléter ses services traditionnels. Ces nouveaux services incluent postel et nos Services de gestion de documents IntelliFlot^{MC}, qui aident les entreprises à communiquer facilement et de façon transparente par l'intermédiaire du canal de leur choix : courrier physique, postel, courriel et télécopie. En 2008, les services Retour IntelliFlot et Réaction IntelliFlot ont enregistré une croissance à trois chiffres pour la deuxième année consécutive. Afin d'assurer la promotion de postel, Postes Canada a lancé une grande campagne dans le sud de l'Ontario pour sensibiliser le public au caractère écologique de ce service.

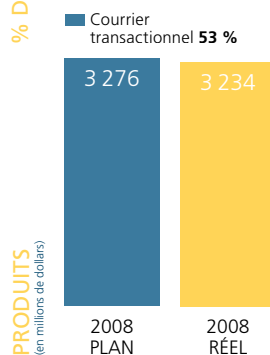
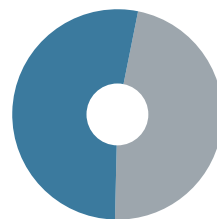
Même si nous avons retenu une partie du transfert en ligne des clients, le marché demeure hautement concurrentiel. La crise économique amorcée en 2008 a exercé une pression énorme sur bon nombre de clients, forcés de réduire leurs coûts dans tous les domaines possibles. Nous nous attendons à ce que cette situation perdure en 2009, alors que les entreprises poursuivent leurs efforts de réduction des coûts en diminuant leurs envois et, notamment, en proposant un regroupement toujours plus important des factures.

En dépit de ces difficultés, Postes Canada est toujours déterminée à assurer dans le pays des communications efficaces, sûres et ponctuelles. En 2008, 96 % des articles Poste-lettres ont été livrés conformément à nos normes de service. Ce résultat est la preuve que le courrier est toujours l'un des services les plus fiables au Canada.

SECTEUR POSTES CANADA



% DU TOTAL DES PRODUITS



FAIRE ÉVOLUER LES AFFAIRES GRÂCE AUX SERVICES INTELLIFLOT

Tous les procédés administratifs essentiels d'une entreprise passent par ses documents, de manière invisible, continue et, idéalement, sans problème. Lorsque ces documents (commandes, factures, paiements, formulaires de réponse des clients et bien d'autres) ne circulent pas avec fluidité, les affaires avancent moins vite. Parallèlement, les clients commerciaux exigent un plus grand choix quant à la forme que prennent ces documents, qu'il s'agisse du format numérique ou papier, ce qui vient ajouter de nouvelles contraintes. Il peut en résulter des erreurs et des retards frustrants et coûteux.

Les Services de gestion de documents IntelliFlot de Postes Canada améliorent différentes étapes de l'acheminement de ces documents essentiels. En s'intégrant aux procédés et aux logiciels qu'utilisent déjà les clients, les services IntelliFlot changent ce qui est souvent perçu comme une obligation ennuyeuse, c'est-à-dire « la paperasse », en une occasion d'améliorer l'efficacité des opérations. Ces services sont également efficaces pour améliorer la précision de la livraison, accélérer la réponse des clients et réduire le temps de cycle général pour l'ensemble de l'échange de communications d'affaires.

Un lien essentiel Colis*

PARTOUT AU PAYS ET DANS LE MONDE ENTIER, POSTES CANADA OFFRE À SES CLIENTS LES SOLUTIONS D'EXPÉDITION DONT ILS ONT BESOIN. LES POSSIBILITÉS DE CROISSANCE À LONG TERME SONT IMPORTANTES, MAIS LA DÉGRADATION DE L'ÉCONOMIE MONDIALE A FAIT DES DÉGÂTS EN 2008.

Les clients ont plusieurs options lorsqu'ils confient leurs colis à Postes Canada. Le service *Priorité*^{MC} Demain matin offre une livraison le lendemain avant midi au Canada, tandis que le service *Xpresspost*^{MC} offre la livraison « différée » le lendemain à l'échelle régionale et en deux jours à l'échelle nationale. Le secteur d'activité Colis offre aussi des services de livraison de surface, une gamme de services internationaux et d'autres services, comme *Libres-frontières*^{MC}, lequel permet aux particuliers canadiens qui achètent des biens en ligne chez certains détaillants américains d'obtenir le coût en magasin (en dollars canadiens).

Les produits du secteur Colis se sont élevés à 1,3 milliard de dollars en 2008, soit 21 % du total pour le secteur Postes Canada. Les volumes sont tombés de 8,3 % par rapport à 2007, pour atteindre 159 millions d'articles expédiés. Cette réduction a surtout été liée à une modification de la répartition des activités internationales entrantes, avec une forte diminution de 26,7 % du volume lié au contexte économique mondial, même si ce déclin a été largement compensé par une augmentation du produit par article international entrant. Au total, le rendement a augmenté de 5,4 % par rapport à 2007. Cela s'explique par plusieurs facteurs, notamment les mesures tarifaires et une croissance importante pour le service Colis accélérés. La force du dollar canadien en début d'année a également tempéré le déclin des activités en provenance des États-Unis.

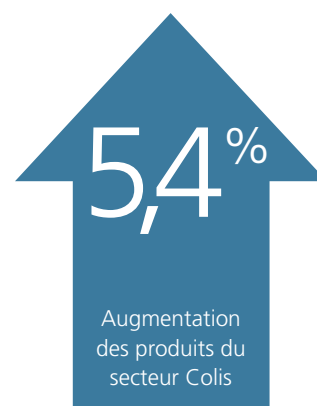
Le marché des colis est hautement concurrentiel, à faible marge et non protégé. Postes Canada est en tête dans le secteur des livraisons à domicile, notamment grâce à la croissance du cybercommerce.

En 2008, Postes Canada a conclu un accord avec Purolator pour le transport aérien. Cet accord nous donne plus de flexibilité et de contrôle sur nos vols, ce qui nous permet de répondre plus efficacement aux demandes de service changeantes tout en mettant fin à notre dépendance à l'égard des transporteurs commerciaux. De plus, Postes Canada et FedEx^{MC} ont uni leurs forces pour lancer un nouveau service international, appelé *Priorité*^{MC} Mondial, qui offre aux consommateurs canadiens un service prioritaire vers plus de 220 pays et territoires. Pour répondre aux besoins des clients en ligne, Postes Canada a créé la boîte d'expédition à tarif forfaitaire pour eBay^{MC}. Et lorsque les institutions financières ont eu besoin d'aide pour respecter la nouvelle législation contre le blanchiment d'argent, elles se sont tournées vers Postes Canada pour collaborer à la mise en place d'un service de confirmation en personne de l'identité.

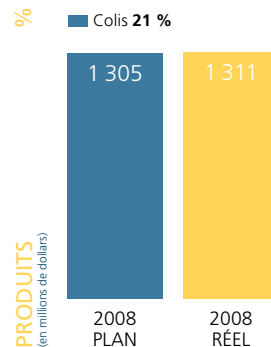
Afin d'aider les clients à suivre leurs colis, nous avons développé notre capacité de balayage en 2008. Nous avons atteint une couverture à l'échelle du réseau pour notre personnel de livraison motorisé et avons introduit de nouvelles fonctions pour favoriser une transmission de données presque en temps réel. Nous travaillons également à l'amélioration de la qualité de notre service en renforçant les capacités de nos procédés et nos liaisons de transport.

En raison de la situation économique, les prévisions de croissance pour 2009 sont faibles. Pendant ce temps, nos concurrents mondiaux sont en train de mettre en place rapidement de nouvelles technologies, forçant Postes Canada à procéder aux investissements nécessaires pour rester compétitive, offrir un meilleur service à ses clients et s'assurer une croissance rentable.

SECTEUR POSTES CANADA



% DU TOTAL DES PRODUITS



*Secteur Postes Canada seulement. Ne prend pas en compte Purolator.

LE SERVICE DE PREUVE D'IDENTITÉ : LA CONFORMITÉ À MEILLEUR COÛT

Compte tenu de l'augmentation des cas de fraude et de vol d'identité, le CANAFE* demande désormais aux banques et à d'autres organismes d'effectuer des contrôles d'identité en personne, pour veiller à ce que les objets confidentiels ou de grande valeur, comme les cartes de crédit, se retrouvent entre les bonnes mains. Étant donné qu'elle effectue déjà plus de 19 millions de vérifications d'identité par année, Postes Canada est très bien placée pour apporter son aide.

En s'inscrivant au nouveau service de Preuve d'identité avec transfert de données offert par Postes Canada pour les envois Xpresspost et *Priorité Demain matin*, les entreprises peuvent éliminer les tracas et les coûts liés à la mise en place et au fonctionnement de leur propre système de vérification de l'identité. Les articles vont directement au bureau de poste, où un commis ayant obtenu la formation nécessaire effectue une vérification d'identité avant d'utiliser un canal en ligne sécurisé pour envoyer les données (y compris la signature) à un site sécurisé aux fins de vérification par la banque ou une autre institution.

Comme près de 3 000 bureaux de poste offrent actuellement ce service, les Canadiens n'ont jamais besoin d'aller très loin pour ramasser des articles confidentiels ou des cartes de crédit.

* Centre d'analyse des opérations et déclarations financières du Canada

Un lien essentiel Marketing direct

LE SECTEUR DU MARKETING DIRECT DE POSTES CANADA EST UN ACTEUR IMPORTANT DU MARCHÉ DE LA PUBLICITÉ, QUI VAUT 24 MILLIARDS DE DOLLARS. NOUS OFFRONS AUX ANNONCEURS UN MOYEN EFFICACE DE JOINDRE LEURS CLIENTS. MAIS NOS AFFAIRES DÉPENDENT DE L'ÉCONOMIE.

Postes Canada est l'un des intervenants les plus importants du secteur du marketing direct au Canada, avec la livraison d'articles Médiaposte avec adresse^{MC} et Médiaposte sans adresse^{MC} aux quatre coins du pays. Des services tels que Promocarte^{MC}, GéoPoste^{MC} Plus et Correspondance-réponse d'affaires^{MC} permettent aux clients de mieux planifier et cibler leurs envois et d'améliorer leurs mécanismes de réponse. Par l'intermédiaire du site Web de Postes Canada, les clients peuvent gérer directement leurs campagnes d'envois directs. Le service Poste-publications^{MC} (distribution de magazines, journaux et bulletins) appartient également à ce secteur d'activité.

L'industrie de la publicité a été frappée de plein fouet par la récession : les entreprises ont réduit leurs budgets de publicité, laissant plus de concurrents se disputer une plus petite enveloppe. Ainsi, en 2008, le secteur d'activité Marketing direct a connu une croissance inférieure aux prévisions, avec une augmentation du rendement de 40 millions de dollars, soit 2,5 %, par rapport aux résultats de 2007, ce qui porte le rendement à 1,4 milliard de dollars. Les volumes ont peu augmenté, de 0,9 %. En raison de la faiblesse de l'économie, les secteurs des services financiers, de la vente au détail et de la fabrication ont réduit de façon significative leurs dépenses de marketing direct. Cela a entraîné la plus faible hausse du rendement et du volume depuis des années.

L'an dernier, nous avons introduit de nouveaux services pour mieux répondre aux besoins de la clientèle, notamment les produits Médiaposte sans adresse surdimensionné et Promocarte parfumé. Nous avons également simplifié nos procédés pour que les clients puissent plus facilement faire affaire avec nous. En outre, nous avons amélioré nos tracés

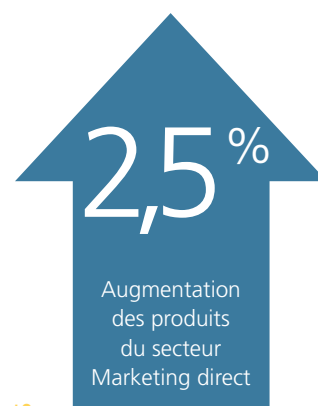
d'itinéraire en ligne à l'intention des clients qui souhaitent cibler leurs clients par itinéraire de facteur. Par l'intermédiaire de la section « Optez pour un courrier vert » de notre site Web, nous avons contribué à sensibiliser les commercialistes, les fournisseurs de services postaux et les agences sur l'incidence du courrier sur l'environnement, offrant des conseils et des solutions pour réduire le gaspillage. La création d'un service de retour électronique pour les articles Poste-publications non distribuables permet aux expéditeurs de revoir leurs listes d'adresses plus vite, ce qui évite le gaspillage, réduit leurs frais et améliore leur service.

Informé le secteur des pratiques exemplaires de Postes Canada en matière de publipostage est un défi constant. En 2008, l'équipe de conseillers du secteur Marketing direct s'est adressée à plus de 100 publics.

Le ralentissement de l'économie a des répercussions sur l'ensemble des médias de marketing. Alors que le marketing direct a été le segment ayant la croissance la plus rapide du secteur publicitaire, les fonds affectés aux médias publicitaires traditionnels sont réorientés vers la création de solutions en ligne abordables. Les clients ont aussi répondu à l'affaiblissement de l'économie en s'orientant vers les produits Médiaposte sans adresse, meilleur marché, aux dépens des produits Médiaposte avec adresse à services ajoutés. En outre, Postes Canada continue à être confrontée à la concurrence féroce d'entreprises nationales.

Postes Canada fait de son mieux pour demeurer une option viable pour les commercialistes en continuant à améliorer son rendement. L'objectif est de rendre la livraison des articles Médiaposte plus prévisible grâce aux améliorations mises en place en 2008.

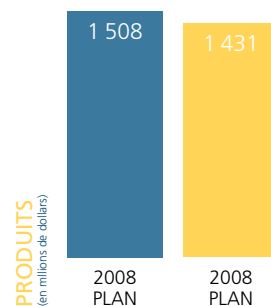
SECTEUR POSTES CANADA



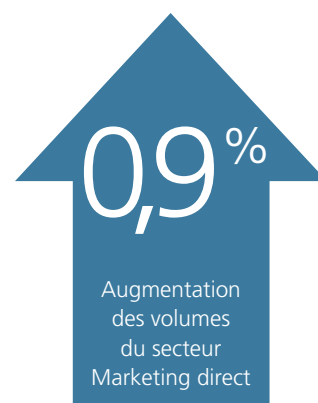
% DU TOTAL DES PRODUITS




■ Marketing direct 24 %



PRODUITS (en millions de dollars)





INNOVER BIEN AU-DELÀ DE LA LIVRAISON

Sur le marché actuel, les entreprises doivent s'assurer que chaque dollar consacré à la communication contribue au chiffre d'affaires, et le publipostage est l'un des rares moyens de publicité permettant une évaluation précise. En 2008, Postes Canada a continué de mettre au point des services de marketing direct innovants qui vont au-delà de la simple livraison du courrier et qui aident nos clients à atteindre les objectifs qu'ils ont fixés.

Le produit Promocarte parfumé : le parfum du succès

Avec des senteurs allant de la terre fraîche à la gomme à mâcher, le nouveau produit Promocarte parfumé permet aux clients d'ajouter à leurs envois Médiaposte un cachet tout spécial qui attire l'attention.

Améliorations aux articles Médiaposte sans adresse surdimensionnés

La taille se démarque grâce à la catégorie Médiaposte sans adresse surdimensionné qui permet de livrer du courrier mesurant jusqu'à 12 po sur 9 po dans les marchés urbains.

Les articles Poste-publications non distribuables trouvent leur place

Un procédé automatisé permet d'aviser les clients chaque semaine lorsque des publications ne sont pas distribuables. Ainsi, ils peuvent mettre à jour leur liste de diffusion plus rapidement et réduire le gaspillage.

Filiales

POUR RÉUSSIR, TOUTE ENTREPRISE DOIT ÉTABLIR DES LIENS ET OFFRIR DES SOLUTIONS DE CALIBRE MONDIAL. LES FILIALES DE POSTES CANADA AIDENT LE GROUPE À RÉALISER CET IDÉAL.

Courrier Purolator Itée

Courrier Purolator est le chef de file des messageries du jour au lendemain au Canada. Purolator met l'accent sur le marché interentreprise, tandis que Postes Canada se concentre davantage sur le marché entreprise à consommateur.

Purolator représentait 1,6 milliard de dollars ou 19 % du total des produits du Groupe Postes Canada en 2008. Sise à Mississauga, elle emploie 11 500 personnes et traite plus de 5,5 millions d'articles chaque semaine. Elle est propriétaire d'un parc de plus de 4 000 véhicules et du plus grand parc d'aéronefs réservés à l'expédition exprès par voie aérienne au Canada. Son réseau est composé de plus de 140 installations d'exploitation, 140 centres d'expédition, 550 agents autorisés et 350 boîtes de dépôt. Purolator dessert plus de 215 pays partout dans le monde.

Postes Canada détient 90,96 % des actions de Purolator, qui est la filiale la plus rentable du Groupe Postes Canada. La contribution de Purolator à la rentabilité du Groupe n'a cessé d'augmenter au cours des cinq dernières années.

En 2008, Purolator a apporté 91 millions de dollars au bénéfice consolidé avant impôts, soit une augmentation de 7 millions par rapport à 2007. Les produits ont également augmenté de 7,4 %, surtout en raison de la hausse des revenus par article. Malgré la conjoncture économique, l'année 2008 a été bonne pour Purolator. Ses volumes annuels ont légèrement augmenté.

Néanmoins, Purolator a connu une baisse de volume importante vers la fin de 2008, tendance qui devrait se poursuivre pendant une bonne partie de 2009. Face à cette nouvelle réalité, Purolator a l'intention de réduire ses coûts encore davantage afin d'atténuer l'incidence de la baisse des revenus sur son marché.

Groupe SCI inc.

Le Groupe SCI inc. (anciennement SCI Logistique inc.) offre des services de logistique à ses clients et à ceux de Purolator et de Postes Canada. Détenu à 98,75 % par Postes Canada, SCI est l'un des plus importants fournisseurs de services logistiques au pays à appartenir à des intérêts canadiens et chapeaute, à titre d'organisme d'attache, Progistix-Solutions inc., Assured Logistics inc., AMG Logistics inc. et First Team Transport inc. Le rendement financier de SCI s'est considérablement amélioré en 2008, son bénéfice avant charge d'impôts sur les bénéfices s'élevant à 14 millions de dollars, soit une augmentation de 8 millions par rapport à 2007. Ses produits d'exploitation ont augmenté de 6,4 % pour atteindre 156 millions de dollars.

Innovaposte inc.

Innovaposte est une coentreprise de Postes Canada (51 %) et de Conseillers en gestion et en informatique CGI inc. (49 %). Elle est chargée de l'élaboration, de la maintenance et de l'exploitation des systèmes informatiques et d'information du Groupe Postes Canada. En 2008, Innovaposte a continué d'aider ses clients à profiter d'économies dans les coûts d'exploitation technologiques pour investir dans de nouvelles technologies. Les revenus d'Innovaposte dépendent du niveau d'activité de technologie de l'information au sein du Groupe. En 2009, les revenus devraient baisser, à mesure que Postes Canada et Purolator ralentissent leurs investissements technologiques, tout en continuant à nécessiter des économies sur leurs coûts d'exploitation de base. Le total des produits d'Innovaposte et de Postes Canada internationale limitée (ancienne filiale du Groupe dissoute en 2008) s'est chiffré à 176 millions de dollars en 2008.



2940



Un lien essentiel avec nos employés

LE LIEN EST ÉVIDENT : QUAND DES EMPLOYÉS COMPÉTENTS SONT HEUREUX ET EN SANTÉ, ET QU'ILS SE SENTENT ENGAGÉS ENVERS LEUR TRAVAIL, ILS SONT PLUS PERFORMANTS ET ILS AIDENT L'ENTREPRISE À SE RAPPROCHER DE SES CLIENTS ET DES AUTRES GROUPES D'INTÉRÊT.

Notre objectif est de devenir le meilleur milieu de travail au Canada, où chaque employé contribue et participe à notre réussite. C'est pourquoi Postes Canada a opéré un changement de culture et a fait de l'engagement des employés la priorité absolue.

Travailler à Postes Canada apporte des avantages. Avec 72 000 employés, Le Groupe Postes Canada est l'une des plus grandes entreprises au pays. Elle joue un rôle dans chaque collectivité au pays. Par sa taille et son champ d'action, elle offre des possibilités d'avancement aux employés compétents, qui peuvent changer d'emploi ou d'emplacement sans avoir à quitter l'entreprise. Les employés de Postes Canada soutiennent leur collectivité de nombreuses façons et appuient des causes telles que la Fondation de Postes Canada pour la santé mentale et Centraide. Chaque année, ils aident à répondre à plus d'un million de lettres envoyées au père Noël.

Le secteur Postes Canada propose un régime de rémunération totale attrayant : salaires concurrentiels, avantages sociaux, régimes de retraite et généreux régime de congés. Le Programme d'options de travail procure aux employés différentes façons de prendre des congés de longue durée, leur accordant ainsi la flexibilité nécessaire pour profiter d'occasions de perfectionnement personnel.

Nous sommes fiers de nos réalisations, mais nous savons qu'il reste encore beaucoup à faire pour devenir le meilleur employeur au Canada. Nous affichons encore l'un des taux d'accidents du travail les plus élevés au pays et un fort taux d'absentéisme. Les relations entre les syndicats et la direction se sont nettement améliorées depuis les années 1990, mais l'attitude combative qui régnait alors persiste encore chez certains.

Nous mesurons nos progrès chaque année par un sondage confidentiel qui permet aux employés

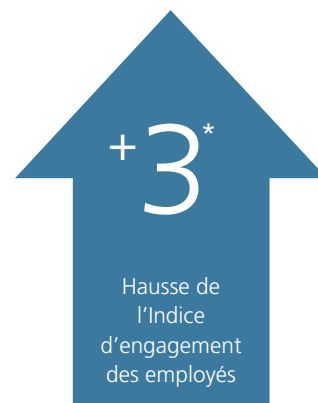
du secteur Postes Canada d'exprimer leur opinion sur leur emploi, leur milieu de travail et le leadership. Les résultats nous aident à fixer des objectifs et déterminer les secteurs à améliorer.

Le sondage de 2008 montre que nos efforts portent fruit. Les résultats dans la majorité des catégories se sont améliorés et nous avons atteint l'objectif de l'Indice d'engagement des employés. Notre succès a été confirmé par d'autres organismes : pour la troisième année consécutive, Postes Canada figure au Palmarès des 100 meilleurs employeurs établi par Mediacorp.

En 2008, notre stratégie mettait l'accent sur le respect et l'équité au travail, un engagement indéniable à l'égard de la santé et de la sécurité et un effort concerté pour favoriser davantage la communication bidirectionnelle.

Ainsi, Postes Canada a intensifié sa communication en personne avec les chefs d'équipe de première ligne et les employés. En 2008, la présidente et d'autres membres de la haute direction ont tenu 15 forums régionaux partout au pays, auxquels ont participé 2 500 chefs d'équipe de première ligne. Pour la première fois, plus de 500 membres du Syndicat des travailleurs et travailleuses des postes y ont pris part. De plus, les cadres supérieurs ont tenu quelque 600 réunions avec de petits groupes d'employés dans leur milieu de travail pour parler des résultats et des objectifs d'entreprise. Ils ont discuté souvent avec les chefs d'équipe et les employés pour veiller à ce que la santé et la sécurité demeurent une priorité.

Nous avons aussi mis l'accent sur l'excellence en matière de leadership. Nous avons proposé une formation en leadership à nos chefs d'équipe de première ligne puisqu'ils jouent un rôle essentiel dans l'engagement de leurs employés et l'atteinte des résultats de rendement.



* Points de pourcentage

NOS VALEURS

Nous travaillons pour satisfaire nos clients.

Nous réussissons en travaillant en collaboration.

Nous acceptons la responsabilité de nos actions.

Nous nous traitons mutuellement avec équité et respect.

Nous nous efforçons de toujours nous améliorer.

Nous agissons avec intégrité dans toutes nos actions.



LE REFLET DE LA DIVERSITÉ DU CANADA

Forte d'une longue tradition, Postes Canada appuie la diversité culturelle tant dans son effectif que dans son milieu de travail. En 2009, l'entreprise a reçu le prix Or pour l'excellence de ses Relations autochtones progressistes décerné par le Conseil canadien pour le commerce autochtone et a été reconnue par Mediaporc comme l'un des meilleurs employeurs en matière de diversité au Canada.

Un des moyens que prend Postes Canada pour assurer la diversité consiste à travailler de concert avec World Skills, un organisme communautaire sans but lucratif établi par LASI (Local Agencies Serving Immigrants), une coalition d'agences de services aux immigrants à Ottawa qui vise à aider les nouveaux Canadiens à trouver un emploi intéressant. Grâce à une initiative de recrutement conjointe avec World Skills, le secteur Postes Canada a mené des entrevues avec de nombreux candidats, ce qui a donné lieu à 36 offres d'emploi.

La photo ci-dessus montre Ephriam Francisco qui figure parmi les nouveaux employés embauchés à l'aide du programme. Natif des Philippines, M. Francisco s'est installé au Canada et s'est joint à l'entreprise en juin 2008 en tant que facteur rural et suburbain.



Randy Saunders, Stephanie Simpson, Kevin Burt

L'ENTRAIDE, ÇA MARCHE : L'ENGAGEMENT DES EMPLOYÉS

Le centre de livraison de Thornhill, au nord de Toronto, est une importante succursale à deux quarts comptant 150 employés et desservant quelque 57 000 adresses. Les volumes d'articles Médiaposte traités à cet établissement sont parmi les plus élevés au pays. En dépit de cette charge de travail, l'établissement de Thornhill est reconnu pour le dévouement de ses employés. En 2008, le prix « Les meilleurs – Opérations » de Postes Canada lui a été décerné. L'attitude positive et gagnante de la succursale est renforcée par la direction de Kevin Burt, gestionnaire de zone, de Stephanie Simpson, directrice de la Région du Grand Toronto (Centre) et de Randy Saunders, chef de l'établissement de Thornhill. Bien que ces derniers attribuent le succès de la succursale à l'éthique de travail et au dévouement des employés, ils s'efforcent de favoriser la coopération et le maintien d'une communication ouverte dans une atmosphère agréable et un climat de camaraderie. « Les superviseurs écoutent vraiment les employés et prennent note de leurs idées. C'est ainsi qu'ils gagnent leur respect », explique M. Burt.

Responsabilité sociale de l'entreprise

LA RESPONSABILITÉ SOCIALE A TOUJOURS ÉTÉ UN ENJEU IMPORTANT POUR POSTES CANADA. NOUS AVONS PRIS L'ENGAGEMENT DE NOUS COMPORTER DE FAÇON ÉTHIQUE, DE REDONNER AUX CANADIENS ET D'AMÉLIORER LES CHOSES DANS LES COLLECTIVITÉS D'UN OCÉAN À L'AUTRE.

Notre présence dans pratiquement toutes les collectivités au pays constitue un privilège unique et une responsabilité pour Postes Canada. En 2008, nous avons continué à travailler à l'avantage des collectivités canadiennes et à apporter notre contribution à leur qualité de vie. Nous sommes conscients que des collectivités solides et prospères profiteront à tous les Canadiens et à toutes les entreprises, y compris Postes Canada.

Qu'il s'agisse de notre soutien à la Fondation de Postes Canada pour la santé mentale, à l'Association canadienne de ski acrobatique et à Centraide, de la réduction des émissions de gaz à effet de serre, de l'inscription des nouveaux bâtiments au système d'évaluation LEED ou de l'amélioration de la santé et de la sécurité des employés, nous sommes fiers d'apporter notre contribution aux Canadiens, à la société canadienne et à la protection de l'environnement.

Nous demeurons déterminés à consacrer 1 % des profits avant impôt du Groupe Postes Canada à des œuvres de bienfaisance enregistrées et à des organismes sans but lucratif partout au pays.

En 2008, l'entreprise a consacré plus de 2,7 millions de dollars en commandites et a donné 400 000 \$ à 241 organismes de bienfaisance enregistrés et sans but lucratif différents. Les employés de Postes Canada ont en outre fait don de leur temps à 160 autres organismes. Nous faisons preuve d'ouverture et rendons des comptes dans toutes nos initiatives de bienfaisance. De plus, toutes les demandes de dons et de commandites qui nous sont présentées doivent respecter des critères d'admissibilité rigoureux.

Sensibilisation aux maladies mentales

En 2008, nous avons pris des mesures importantes pour favoriser la sensibilisation de la population à la portée, à l'ampleur et à la gravité avec lesquelles les maladies mentales, notre cause de prédilection, touchent le Canada et les Canadiens. Au printemps, notre Conseil d'administration a approuvé la création de la Fondation de Postes Canada pour la santé mentale. Postes Canada a fait un don de 150 000 \$ comme financement de départ. Dirigée par un conseil d'administration indépendant, la Fondation avait pour objectif de recueillir 1 million de dollars avant la fin de l'année. La Fondation a non seulement dépassé cet objectif, mais elle a établi un lien entre les employés, à tous les niveaux et à tous les postes, qui se sont empressés d'adopter notre cause de prédilection.

Du 1^{er} octobre au 17 novembre 2008, les employés répartis dans quelque 3 000 bureaux de poste ont proposé aux clients de donner un dollar à la Fondation. La réaction des clients a été plus que positive, puisque les dons effectués se sont élevés à 522 000 \$ au total. Le 6 octobre 2008, Postes Canada a émis un timbre-poste afin d'accroître la sensibilisation et de recueillir des dons en faveur de la santé mentale. Le tarif d'un carnet de 10 timbres comprenait un supplément de 1 \$, les recettes étant versées dans leur intégralité à la Fondation. La demande a été forte et les ventes du timbre ont permis de recueillir 250 000 \$ en 2008. Les employés se sont également impliqués en organisant des activités, telles que des séances de rasage de tête, des repas pizza et des dégustations de crème glacée. En 2009, grâce au soutien continu des employés, des entreprises et du grand public, la Fondation poursuivra ses efforts de collecte de fonds et de sensibilisation, et commencera à distribuer les fonds aux personnes qui en ont besoin.



TOUR DU CHAPEAU

Pour la troisième année consécutive, Postes Canada a été reconnue comme l'un des 100 meilleurs employeurs au Canada par Mediacorp, tel que paru dans le magazine *Maclean's*. Le sondage annuel établit un palmarès des meilleurs employeurs du pays.



PRIX OR POUR LES RELATIONS AUTOCHTONES

Postes Canada est très fière d'avoir reçu le prix Or pour l'excellence de ses relations autochtones progressistes décerné par le Conseil canadien pour le commerce autochtone. Ce prix reconnaît notre leadership et notre constance en matière de relations autochtones progressistes.

EN 2008, NOUS AVONS PUBLIÉ NOTRE PREMIER RAPPORT DE RESPONSABILITÉ SOCIALE DE L'ENTREPRISE, PASSANT EN REVUE LES OBJECTIFS ET LES RÉSULTATS DES PROGRAMMES ET INITIATIVES DE POSTES CANADA ET JETANT DES BALISES POUR ÉVALUER LES PROGRÈS À VENIR.

L'alphabétisation est, depuis longtemps, un domaine d'une grande importance dans lequel nous nous investissons particulièrement. En 2008, pour la deuxième année consécutive, nous avons été le commanditaire officiel du concours national d'épellation CanWest Canspell. Ce partenariat n'est qu'un exemple de la façon dont nous célébrons l'excellence scolaire et encourageons de saines habitudes d'études. En outre, les Prix de l'alphabétisation de Postes Canada soulignent les réalisations d'adultes qui ont appris à lire et à écrire ainsi que celles des personnes et des organismes qui leur viennent en aide. En 2008, 16 personnes ont été reconnues pour leurs efforts.

Nous soutenons également les jeunes gens dans la poursuite de leurs études. Les Prix d'encouragement aux études à l'intention des Autochtones (PEEIA) offerts par Postes Canada soulignent les réalisations d'Autochtones qui ont surmonté des obstacles personnels, économiques et sociaux dans leur quête du savoir. En 2008, 16 personnes se sont vu remettre un prix de 1 000 \$. Nous fournissons également un soutien éducatif direct aux enfants des employés à temps plein et à temps partiel par l'entremise de notre programme de bourses.

Viabilité environnementale

Compte tenu de notre présence à l'échelle nationale, nous sommes ardemment résolus à gérer notre empreinte écologique. Postes Canada tient à mettre sur pied des stratégies de conservation de l'énergie et des programmes de recyclage ainsi qu'à encourager l'achat et l'utilisation de fournitures recyclées, recyclables, réutilisables, renouvelables ou par ailleurs écologiques.

Notre engagement à inscrire tous les principaux immeubles que nous construisons auprès du Système d'évaluation des bâtiments durables LEED va de pair avec les efforts que

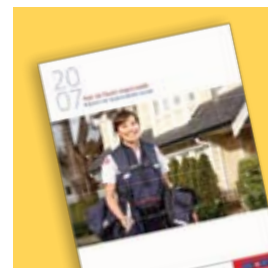
nous déployons pour la préservation des ressources, la protection de l'environnement et la réduction des émissions de gaz à effet de serre. En 2008, nous avons inscrit huit bâtiments au système d'évaluation LEED.

Produits écologiques

Nous avons lancé notre premier produit neutre en carbone en 2008 : de nouvelles enveloppes prépayées pour les services Xpresspost et *Priorité* Demain matin. Ces enveloppes sont recyclables à 100 % et comportent un emballage neutre en carbone, ce qui signifie que les émissions de CO₂ associées au cycle de vie des enveloppes sont compensées par l'achat de crédits de carbone auprès de Zerofootprint. Afin de sélectionner les enveloppes les plus écologiques possible, nous avons évalué les propositions des fabricants en fonction de plus de 60 critères, notamment la quantité de ressources renouvelables nécessaires pour fabriquer les enveloppes et les propriétés des encres et des colles utilisées.

Responsabilité sociale de l'entreprise

En 2008, nous avons mis en place un cadre stratégique officiel concernant la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE) et nommé un premier vice-président de la RSE. En collaboration avec le comité directeur de la RSE, le premier vice-président est chargé de la planification et de l'exécution des activités relatives à la RSE et de la production des rapports s'y rapportant. De plus, le mandat du Comité de l'environnement, de la santé professionnelle et de la sécurité, qui relève du Conseil d'administration, renommé le Comité de la RSE, de l'environnement, de la santé professionnelle et de la sécurité, a été modifié de façon à ce qu'il englobe la responsabilité sociale de l'entreprise et la conformité.



PRIX POUR LA RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE

En décembre 2008, Postes Canada a obtenu le prix inaugural pour la responsabilité sociale d'entreprise décerné par le Collège Algonquin et le Fonds d'emprunt communautaire d'Ottawa.



RECONNAISSANCE EN MATIÈRE DE DIVERSITÉ

Postes Canada est fière d'avoir été sélectionnée par Mediacorp comme l'un des meilleurs employeurs en matière de diversité au Canada pour 2009. Ce sondage annuel établit le palmarès des employeurs canadiens ayant mis en place des initiatives exemplaires en matière de diversité dans cinq groupes d'employés.

Message du président du Conseil

LE CONTEXTE DANS LEQUEL NOUS ÉVOLUONS A CHANGÉ CONSIDÉRABLEMENT EN 2008. NOS REVENUS ONT CHUTÉ VERS LA FIN DE L'ANNÉE, ALORS QUE LES EFFETS DE LA CRISE FINANCIÈRE ONT COMMENCÉ À SE FAIRE SENTIR. NOUS AVONS DONC DE NOMBREUX DÉFIS À RELEVER EN 2009.

Au nom du Conseil d'administration et de l'actionnaire, je suis ravi de vous présenter les résultats financiers du Groupe Postes Canada pour l'exercice de 12 mois qui a pris fin le 31 décembre 2008.

Malgré le fait que l'année 2008 s'est avérée éprouvante pour Postes Canada, le Groupe a enregistré un bénéfice net de 90 millions de dollars à la fin de cette période. Le bénéfice avant impôts sur les bénéfices était de 161 millions de dollars, alors que l'objectif était fixé à 127 millions. Bien que le Groupe ait fait passer à 14 années consécutives son dossier de rentabilité, sa marge de profit est très peu élevée. Il est d'ailleurs de plus en plus difficile de réaliser des profits. En 2008, Postes Canada a versé un dividende de 22 millions de dollars à son actionnaire, le gouvernement du Canada. Notre rendement de l'avoir n'a atteint que 6,1 %, ce qui reflète les conditions défavorables du marché en 2008.

La rentabilité du Groupe Postes Canada en 2008 était en grande partie attribuable à de sévères mesures de compression des coûts qui ont été mises en place par le secteur Postes Canada en mars l'année dernière, bien avant le début de la récession. Si Postes Canada n'avait pas déployé ces efforts proactifs en temps opportun, le Groupe aurait enregistré une perte pour la première fois en 14 ans.

Pour que l'entreprise continue à connaître du succès et demeure rentable, le Conseil d'administration reconnaît que Postes Canada doit continuer à se transformer, à améliorer les services de livraison dans l'ensemble des canaux et à offrir une valeur sûre aux entreprises et aux consommateurs.

Pour que Postes Canada puisse répondre aux besoins des clients pendant cette période difficile tout en demeurant rentable, le Conseil

d'administration et la Direction sont d'avis qu'il faut continuer à réaliser des investissements importants dans le renouvellement du réseau et de l'équipement et dans la modernisation de notre infrastructure. Nous devons également investir dans notre personnel. La Direction et le Conseil continueront à travailler en étroite collaboration pour s'assurer que ces investissements importants sont effectués prudemment et que les avantages qui en découlent pour les employés, les clients et tous les Canadiens sont réalisés.

En 2008, nous avons entamé à Winnipeg la construction d'un nouvel établissement de traitement du courrier à la fine pointe de la technologie et respectueux de l'environnement. Cet établissement, qui devrait être opérationnel en 2010, sera doté d'un nouvel équipement ergonomique et ultra perfectionné pour le traitement du courrier. Servant de modèle pour la poste moderne et les futurs établissements à l'échelle du pays, l'établissement offrira aux clients de Postes Canada le service dont ils ont besoin pour se mesurer à la concurrence sur le marché. Il offrira également à ses employés un nouvel environnement de travail efficace comprenant davantage d'éléments de sécurité.

En octobre 2007, après avoir examiné soigneusement la situation, le Conseil a approuvé un plan quinquennal visant à moderniser l'infrastructure vieillissante de Postes Canada. Cette décision a été prise pour que nous puissions continuer d'offrir aux Canadiens le service qu'ils méritent. Au moment de cette approbation, on s'attendait à ce que Postes Canada puisse financer ses besoins, principalement à partir de sources internes. Malheureusement, compte tenu du ralentissement économique important survenu en 2008 et de l'incidence de cette situation sur nos revenus et les exigences de capitalisation du régime de retraite, Postes Canada



n'a plus les ressources internes nécessaires pour financer pleinement le renouvellement de son infrastructure. Dans notre présentation au comité chargé de l'Examen stratégique de Postes Canada, nous avons recommandé un certain nombre de changements à notre cadre financier existant, y compris une souplesse accrue au chapitre de la tarification de nos produits et un accès en temps opportun aux marchés financiers, afin de protéger les services offerts et de permettre la Transformation postale. Ces changements sont maintenant plus importants que jamais. Nous nous réjouissons à l'idée de travailler avec notre actionnaire au cours des mois à venir pour mettre ces recommandations en œuvre.

Fort de 72 000 employés, Le Groupe Postes Canada est présent dans toutes les collectivités du Canada. Par conséquent, nos activités ont une incidence importante sur les Canadiens d'un océan à l'autre, de même que sur l'environnement et sur notre économie. Le Conseil reconnaît que Postes Canada doit adopter une approche sérieuse à l'égard de sa responsabilité sociale et il est ravi de jouer un rôle de surveillance important dans l'exécution de ces activités essentielles.

Il est évident que l'année 2009 s'annonce encore plus difficile que l'année 2008 et qu'il planera une grande incertitude dans plusieurs secteurs clés. En janvier 2009, notre actionnaire, le gouvernement du Canada, a déposé un budget qui prévoit un déficit important pour la première fois depuis plus d'une décennie. Le gouvernement a également indiqué clairement qu'il ne s'attend pas à ce que la récession prenne fin dans un avenir rapproché. Pour sa part, Postes Canada est aux prises avec un autre problème bien précis : même avant la crise financière, le secteur postal était en déclin à l'échelle mondiale. La baisse des volumes du service Poste-lettres signalée en 2007 s'est

poursuivie en 2008. La récession actuelle et l'incertitude financière poussent les entreprises à réduire leurs dépenses. Toute réduction des dépenses exercera une pression sur les revenus de Postes Canada en 2009, surtout en ce qui a trait au publi-postage. Nous devons réduire davantage nos coûts de base si nous voulons composer avec ces constantes baisses de revenus engendrées par la récession. Nous devons également poursuivre notre évolution vers une entreprise dynamique et d'avant-garde afin d'être en mesure de relever les défis, tant nouveaux qu'existants, auxquels nous devons faire face en 2009.

Au nom du Conseil d'administration, je tiens à affirmer que je suis convaincu que nous possédons l'équipe de direction engagée et les employés dévoués dont nous avons besoin pour continuer d'exercer nos activités avec succès et rentabilité, malgré la conjoncture économique défavorable. Toutes ces personnes ont fait un excellent travail en 2008 et en feront de même en 2009. L'économie finira par se rétablir et, étant la seule entreprise à toucher quotidiennement l'ensemble des Canadiens et des collectivités, Postes Canada peut contribuer à cette reprise en mettant l'accent sur ses clients et en demeurant consciente des difficultés avec lesquelles bon nombre de Canadiens auront à composer. Le Conseil s'engage à continuer à travailler avec la Direction et les employés pour transformer Postes Canada en une poste moderne prête à répondre aux besoins du Canada et de tous les Canadiens, aujourd'hui et demain.

Marc A. Courtois
Président du Conseil d'administration

Régie d'entreprise

Rôle et composition du Conseil

Le rôle du Conseil trouve son appui explicite dans le cadre législatif qui régit le fonctionnement de Postes Canada (la *Loi sur la Société canadienne des postes* et la *Loi sur la gestion des finances publiques*), dans le Règlement interne de la Société, ainsi que dans l'Énoncé des valeurs et de la charte du Conseil d'administration. Le Conseil doit fournir des conseils d'ordre général sur la stratégie, les Plans d'entreprise et les activités connexes de Postes Canada. Il est chargé de surveiller les activités de Postes Canada au nom de l'actionnaire. Dans l'exécution de son rôle de surveillance, c'est le Conseil qui tient la Direction responsable du rendement de l'entreprise et de la réalisation des autres objectifs de Postes Canada. En s'acquittant de ses responsabilités, le Conseil doit exercer son jugement dans les domaines généraux suivants :

- l'orientation stratégique et les Plans d'entreprise de Postes Canada;
- les contrats importants;
- la protection des ressources de Postes Canada;
- l'établissement et l'application de procédés pour le recrutement des cadres supérieurs et des membres du Conseil;
- le contrôle du rendement de l'entreprise;
- la présentation de rapports ponctuels à l'actionnaire.

Le Conseil d'administration de Postes Canada comprend onze membres, dont la présidente-directrice générale de Postes Canada. Deux postes d'administrateur étaient vacants durant une partie de l'année 2008. Cependant, en mai et en juillet, ces postes ont été comblés et le Conseil était de nouveau complet. Tous les membres du Conseil et le président-directeur général sont nommés par le gouverneur en conseil. À titre de surveillant d'une entreprise commerciale et autonome de 7,7 milliards de dollars (sur une base consolidée), le Conseil doit apporter une importante appréciation commerciale et de riches expériences et connaissances dans d'autres domaines en vue d'assurer l'administration de Postes Canada. Le Conseil tient ses réunions à des dates préalablement établies et se réunit en d'autres occasions jugées nécessaires par le

président du Conseil. Afin d'assurer une surveillance rigoureuse d'une entreprise de l'ampleur, de la complexité et de l'importance de Postes Canada, le Conseil doit consacrer environ 35 jours par année à ses délibérations. En 2008, le Conseil a tenu 11 réunions. Les divers comités du Conseil se sont réunis en tout à 24 reprises.

Indépendance du Conseil

La fonction de président du Conseil et celle de président-directeur général se rattachent à deux postes distincts. De plus, le Conseil tient habituellement ses réunions en comptant le président-directeur général à titre de membre et le chef de l'exploitation à titre d'invité. Autrement, le Conseil se réunit sans la présence de membres de la Direction, à moins que leur présence ne soit nécessaire pour faire des exposés ou présenter des rapports. Chaque réunion du Conseil comprend une séance à huis clos. Le Comité de vérification tient des rencontres à huis clos régulières avec les vérificateurs internes et externes de Postes Canada. En outre, le Conseil, ses comités et les administrateurs peuvent retenir les services de conseillers indépendants, à la demande et à la discrétion du Conseil.

Comités du Conseil

Le Conseil a créé les comités suivants pour l'aider à assumer ses responsabilités de surveillance :

- Le Comité de vérification examine les données financières qui seront présentées au Parlement et à d'autres groupes d'intérêt, les systèmes de contrôle de Postes Canada qui ont été établis par la Direction et le Conseil, le procédé de vérification et le cadre de gestion des risques, et compare les résultats financiers de Postes Canada avec le Plan d'entreprise.
- Le Comité de régulation d'entreprise et de nomination se concentre sur la régulation d'entreprise, évalue les valeurs de Postes Canada et les éléments qui contribuent à l'efficacité du Conseil, tels que l'auto-évaluation du Conseil, la structure et le mandat des comités, aide le Conseil à déterminer sa composition et sa structure, et recommande des candidats aux postes d'administrateurs, de président du Conseil et de président-directeur général.

- Le Comité des ressources humaines et de la rémunération examine les questions liées aux ressources humaines et à la rémunération, notamment la rémunération du président-directeur général et des autres membres de la haute direction, le recrutement, la rémunération et le perfectionnement, le maintien du personnel ainsi que les politiques en matière de ressources humaines et les problèmes de relations du travail importants.
- Le Comité des pensions surveille le régime de retraite de 12 milliards de dollars de Postes Canada et voit aux questions et aux politiques se rapportant au régime, notamment les obligations découlant du régime et les stratégies qui y sont liées, les responsabilités de Postes Canada en tant que répondant du régime et les responsabilités fiduciaires de Postes Canada en tant qu'administrateur du régime.
- Le Comité de la responsabilité sociale de l'entreprise (RSE), de l'environnement, de la santé professionnelle et de la sécurité surveille les politiques, les programmes, les pratiques, les procédures et le rendement en matière de RSE de Postes Canada, dont la protection de l'environnement, la santé professionnelle et la sécurité.

Efficacité du Conseil

Le Conseil évalue régulièrement son efficacité et son fonctionnement au moyen d'un questionnaire d'auto-évaluation. Le Conseil a élaboré des critères d'appartenance qui définissent les compétences et les qualités personnelles que doivent posséder les membres, sur lesquels doit s'appuyer le gouvernement au moment de la nomination de membres du Conseil. La rémunération des membres du Conseil respecte les *Lignes directrices concernant la rémunération des titulaires à temps partiel nommés par le gouverneur en conseil dans les sociétés d'État* émises par le Bureau du Conseil privé. Un procédé d'orientation est aussi en place pour les nouveaux administrateurs. De plus, un procédé est en place pour évaluer les exigences en matière de perfectionnement continu des administrateurs, et des occasions de formation

sont organisées pour continuer à améliorer l'efficacité des administrateurs déjà en poste.

Fraude et erreurs

Pour faire suite aux recommandations présentées par l'Institut Canadien des Comptables Agréés, le Comité de vérification s'est acquitté de la responsabilité de prendre en compte les fraudes et les erreurs dans les états financiers. Conformément à ces recommandations, le Comité de vérification déclare qu'il a examiné et qu'il accepte les états financiers de la Société, les notes afférentes, l'opinion des vérificateurs et leurs affirmations d'indépendance.

Filiales

Un modèle de régie s'appliquant aux filiales de Postes Canada assure l'uniformité des pratiques de régie là où Postes Canada détient une participation majoritaire.

Principes de régie

Le Conseil d'administration et les dirigeants de Postes Canada sont d'avis que des pratiques de régie d'entreprise à la fois saines et dynamiques sont la pierre angulaire d'une organisation de qualité qui crée de la valeur et est à l'écoute de ses employés et de ses clients. La régie d'entreprise est un élément essentiel de la réalisation des mandats commercial et public de Postes Canada et elle contribuera à faire en sorte que tous les Canadiens continuent de profiter d'un service postal universel et abordable, partout au pays.

Conseil d'administration



Marc A. Courtois ▲**●★
Westmount (Québec)
Président du Conseil
d'administration
Société canadienne des postes



A. Michel Lavigne ▲★
FCA
Brossard (Québec)



Robert Pletch ▲*
Q.C.
Regina (Saskatchewan)



Moya Greene
Ottawa (Ontario)
Présidente-directrice générale
Société canadienne des postes



Daurene E. Lewis ♦*
C.M.
Bedford (Nouvelle-Écosse)



William H. Sheffield ♦★
Vancouver
(Colombie-Britannique)
Directeur d'entreprise



Denyse Chicoyne ▶▲
CFA, M.B.A.
Outremont (Québec)
Directrice d'entreprise



Siân M. Matthews *●
Calgary (Alberta)



Donald Woodley ♦●
Mono (Ontario)



Thomas Cryer ■★
FCA
Etobicoke (Ontario)



Iris Petten *●
Conception Bay South
(Terre-Neuve-et-Labrador)

-
- Président du Comité de vérification
 - ♦ Président du Comité de régie d'entreprise et de nomination
 - ◆ Présidente du Comité de la responsabilité sociale de l'entreprise, de l'environnement, de la santé professionnelle et de la sécurité
 - ☆ Président du Comité des ressources humaines et de la rémunération
 - ▶ Présidente du Comité des pensions

-
- ▲ Membre du Comité de vérification
 - * Membre du Comité de régie d'entreprise et de nomination
 - * Membre du Comité de la responsabilité sociale de l'entreprise, de l'environnement, de la santé professionnelle et de la sécurité
 - Membre du Comité des ressources humaines et de la rémunération
 - ★ Membre du Comité des pensions

Assemblée publique annuelle :
Le 17 juin 2009
Regina (Saskatchewan)

Dirigeants de la Société



Moya Greene
Présidente-directrice générale



Cheryl A. Persad
Première vice-présidente
Courrier transactionnel



Douglas Greaves
Vice-président de la caisse
de retraite et directeur
des placements



Jacques Côté
Chef de l'exploitation



John Smith
Premier vice-président
et chef des systèmes
d'information



Kathy Haley
Vice-présidente
Marketing



Stewart Bacon
Premier vice-président et chef
des ventes et du marketing



Mary Traversy
Première vice-présidente
Opérations



Douglas Jones
Vice-président
Opérations dans les régions



Wayne Cheeseman
Chef des finances



Phil Ventura
Premier vice-président
Stratégie



Susan Margles
Vice-présidente
Relations gouvernementales
et cadre stratégique



Laurene Cihosky
Première vice-présidente
Marketing direct, publicité
et édition



Robert Waite
Premier vice-président
Responsabilité sociale
de l'entreprise



Clary Ottman
Vice-président
Finances et contrôleur



Cal Hart
Premier vice-président
Transformation postale



Bonnie Boretsky
Vice-présidente,
avocate-conseil générale,
secrétaire de la Société
et conformité



Serge Pitre
Vice-président
Ventes commerciales générales



Peter Melanson
Premier vice-président
Ventes aux entreprises



John Duncan
Vice-président
Ressources humaines



Gerard Power
Vice-président
International



Louis F. O'Brien
Premier vice-président
Colis



Stephen Edmondson
Vice-président
Service à la clientèle



Anthony Wilson-Smith
Vice-président
Communications

Rapport de l'ombudsman

DÈS MON ENTRÉE EN FONCTION COMME TROISIÈME OMBUDSMAN À POSTES CANADA EN 2008, J'AI RAPIDEMENT RECONNU QUE JE DISPOSAIS D'UNE ÉQUIPE ENTIÈREMENT DÉVOUÉE À PROTÉGER LES INTÉRÊTS DES CLIENTS ET FAISANT PREUVE D'UN SOUCI INÉGALÉ D'ÉQUITÉ ET D'INDÉPENDANCE.

Ayant adopté trois principes fondamentaux pour gouverner notre parcours, soit la normalisation des procédés, l'uniformité et la simplification, nous nous sommes ralliés à rationaliser et à améliorer plusieurs de nos procédés de gestion et de nos interfaces avec les clients. Dans un premier ordre, nous avons modifié le format et le contenu des rapports finaux aux clients afin d'éclaircir le fruit de nos enquêtes et de nos recommandations. En septembre, nous avons implanté un procédé de plainte en ligne qui vise à améliorer l'accès des clients à nos services.

Nous avons connu une hausse de 16 % par rapport à l'année précédente au niveau des demandes d'assistance traitées par l'équipe. Les effets du lancement du procédé de plainte en ligne et de la grève de l'AFPC qui a réduit l'accès du grand public au Service à la clientèle en novembre et décembre comptent pour 10 % de cette hausse dans le dernier trimestre.

Quarante-trois pour cent de ces demandes d'assistance, soit 3,494, ont nécessité des enquêtes approfondies alors que nous avons réussi à adresser avec satisfaction 57 % de ces demandes, soit 4,547, aux étapes préliminaires de notre contact avec les clients. Le résultat de nos enquêtes s'est traduit en 2,163 recommandations à Postes Canada. Je serais coupable de négligence si, à ce moment, je ne profitais pas de l'occasion pour remercier Postes Canada de sa collaboration assidue dans le cadre de nos enquêtes et dans la mise en œuvre opportune de nos recommandations. Malgré la hausse importante des enquêtes en 2008, il me fait grandement plaisir de confirmer que 87 % des résultats d'enquête ont été communiqués aux clients en moins de 40 jours, et de ceux-ci, 61 % ont été traités de bout en bout en moins de 20 jours, soit un rendement comparable à l'année précédente. Pour une vue d'ensemble

plus détaillée des résultats d'enquête et de leur distribution géographique, je vous invite à consulter mon Rapport annuel à l'adresse www.ombudsman.postescanadapost.ca.

Avec la force d'une équipe qui partage un objectif commun, soit améliorer l'expérience du client, nous avons élaboré un plan d'entreprise pour 2009 fondé sur trois piliers stratégiques : rehausser notre visibilité auprès des équipes de gestion de première ligne de Postes Canada; améliorer nos communications avec les clients et promouvoir l'excellence dans nos procédés de gestion de cas. Afin de mettre la voix du client en évidence au sein de notre plan, nous avons conçu un programme de sondage de nos clients qui est administré par une tierce partie indépendante. Ce programme a été implanté en janvier 2009 et j'anticipe avec plaisir la possibilité d'incorporer ces résultats relatifs à l'expérience générale du client dans mon Rapport de 2009.

Alors que Postes Canada maintient le cap sur sa transformation en une poste moderne, le bureau de l'ombudsman est fier d'appuyer les objectifs de l'organisation qui sont axés sur les clients en assurant une revue indépendante, équitable et impartiale des problèmes soulevés par les clients de sorte à améliorer le service postal offert à tous les Canadiens.



Nicole Goodfellow

