

# L'essentiel

ROGERS COMMUNICATIONS INC.

RAPPORT 2014 SUR LA RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE





Rogers a vraiment à cœur d'être une entreprise socialement responsable. Il s'agit d'une valeur adoptée par notre fondateur, Ted Rogers, que l'entreprise continue d'incarner aujourd'hui.

## Contenu

- 3 À propos du présent rapport
- 4 Énoncé sur l'assurance externe
- 7 Un message de notre président et chef de la direction
  
- 8 RSE chez Rogers**
  - 10 La RSE et notre stratégie d'affaires
  - 11 Engagement des parties prenantes
  - 13 Questions importantes
  
- 16 Bonne gouvernance**
  - 18 Gouvernance et éthique
  
- 21 Expérience client**
  - 23 Service à la clientèle et transparence
  - 27 Leadership en matière de réseau et innovation
  - 30 Responsabilité liée aux produits
  - 33 Vie privée des clients
  
- 35 Expérience employé**
  - 38 Gestion des talents
  - 43 Diversité et inclusion
  - 45 Santé, sécurité et bien-être des employés
  
- 47 Responsabilité environnementale**
  - 49 Consommation d'énergie et changements climatiques
  - 54 Réduction de la consommation de papier
  - 55 Déchets et recyclage
  
- 58 Investissement communautaire**
  - 60 Bienfaisance communautaire
  - 64 Inclusion numérique
  
- 65 Économie et société**
  - 67 Rendement économique
  - 70 Gestion de la chaîne d'approvisionnement
  - 73 Politique publique
  
- 75 Communiquer avec nous**

# À propos du présent rapport

**Le Rapport sur la responsabilité sociale d'entreprise (RSE) de Rogers présente notre rendement sur les plans social, environnemental et économique au Canada pour l'année civile 2014. Il se penche principalement sur ce qui est le plus important pour nos parties prenantes.**

## Approche de présentation de l'information du Rapport sur la RSE

Pour répondre aux besoins en matière d'information de nos diverses parties prenantes, nous présentons les activités liées à la RSE de trois façons :

- **Le Rapport sur la responsabilité sociale d'entreprise** : Le bilan de l'année souligne notre travail en matière de RSE en 2014 ainsi que les progrès que nous avons accomplis afin d'aborder les [questions importantes](#) cernées dans le cadre de [l'engagement des parties prenantes](#). Ce rapport est offert en ligne sous forme de fichier [PDF à télécharger](#).
- **Index de la GRI** : Notre [index de la GRI](#), offert en ligne séparément sous forme de fichier PDF à télécharger, permet aux parties prenantes de trouver rapidement des renseignements sur la façon dont nous traitons les sujets et les exigences contenus dans les lignes directrices de quatrième génération (G4) sur les rapports liés à la durabilité établies par la Global Reporting Initiative (GRI).
- **Site web de la RSE** : Notre site web de la RSE ([rogers.com/rse](http://rogers.com/rse)) indique nos politiques, pratiques et programmes courants liés à nos questions importantes. C'est là que nos parties prenantes peuvent examiner plus en profondeur des sujets d'intérêt, accéder au [glossaire](#) utilisé dans notre rapport, lire des articles vedettes, télécharger les anciens rapports sur la RSE, et plus.

## Utilisation des lignes directrices sur les rapports liés à la durabilité établies par la GRI

Pour améliorer l'élaboration du rapport sur la RSE, Rogers a utilisé les nouvelles lignes directrices G4 sur les rapports liés à la durabilité de la GRI. Selon notre autodéclaration, notre rapport sur la RSE de 2014 a été préparé en conformité avec les principales exigences G4. Téléchargez notre [Index de la GRI 2014](#).

## Mesure des données

Rogers est responsable de la collecte de l'information et de sa présentation dans le présent rapport. Tous les efforts ont été déployés pour garantir que le contenu est exact et authentifié par les spécialistes en la matière à l'interne et revu par la direction. Tous les montants sont en dollars canadiens. Tout énoncé extrait du rapport précédent est décrit dans les notes de bas de page.

## Assurance externe

Pour une troisième année de suite, Rogers a retenu les services de KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L. (KPMG) pour assurer, de façon limitée, la vérification de certains des renseignements du rapport sur la RSE et pour celle des états financiers consolidés de Rogers. Le rapport 2014 de certification de KPMG lié aux indicateurs de rendement clés sélectionnés se trouve à la page 4 du présent rapport. Quant au rapport 2014 de vérification des états financiers consolidés rédigé par KPMG, il se trouve à la page 87 du [rapport annuel de Rogers de 2014](#).

KPMG a également déjà assuré la vérification de certains renseignements au cours des années passées. On peut trouver les rapports de certification de KPMG à la page 84 du rapport sur la RSE de Rogers de 2012 et à la page 4 de la version de 2013 de ce rapport, tous deux accessibles [ici](#).

## Aidez-nous à nous améliorer

Nous vous invitons à nous faire part de vos commentaires et de vos idées à propos de nos rapports sur la RSE. Écrivez-nous à l'adresse suivante : [csr@rci.rogers.com](mailto:csr@rci.rogers.com).

### Symboles clés

#### Assurance

- Données validées par KPMG en 2014

#### Objectifs et cibles

- ✓ Objectif atteint
- ✗ Objectif non atteint

# Énoncé sur l'assurance externe



## Rapport de mission d'assurance limitée indépendante présenté à Rogers Communications Inc.

À la demande de la direction de Rogers Communications Inc. (« Rogers »), nous avons réalisé une mission d'assurance limitée pour l'exercice clos le 31 décembre 2014, à l'égard de certaines informations quantitatives sur la performance présentées par Rogers dans son rapport de 2014 sur la responsabilité sociale d'entreprise (le « rapport »), comme indiqué ci-dessous.

### Principaux indicateurs

L'étendue de notre mission d'assurance limitée, comme convenu avec la direction, couvre les principaux indicateurs de responsabilité sociale d'entreprise (« RSE ») et les principaux indicateurs de gaz à effet de serre (« GES ») (collectivement, les « principaux indicateurs ») énumérés ci-dessous.

### Principaux indicateurs de RSE

#### Gouvernance

- Employés ayant suivi la formation sur le Code de déontologie de Rogers (en %)

#### Clients

- Conservation de la clientèle – taux de désabonnement mensuel aux services prépayés et postpayés pour le volet sans-fil (en %)
- Plaintes reçues par le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (nombre)
- Plaintes signalées au Bureau de l'ombudsman de Rogers (nombre)
- Plaintes réglées en moins de 60 jours par le Bureau de l'ombudsman de Rogers (en %)
- Appareils recueillis et traités à des fins de réutilisation et de recyclage (nombre)
- Dépenses en immobilisations (en \$)

#### Employés

- Note d'engagement des employés (en %)
- Taux de roulement volontaire (en %)
- Taux de participation de nos employés au sondage sur l'engagement des employés (en %)
- Ensemble des employés de sexe féminin et employés de sexe féminin occupant un poste de la haute direction (en %)
- Ensemble des employés issus des minorités visibles et employés issus des minorités visibles occupant un poste de la haute direction (en %)
- Ensemble des employés autochtones et employés autochtones occupant un poste de la haute direction (en %)
- Ensemble des employés handicapés et employés handicapés occupant un poste de la haute direction (en %)
- Ambassadeurs du programme Bien-être dans tout le Canada (nombre)

#### Environnement

- Consommation énergétique directe et indirecte (en GJ)
- Consommation de papier (en tonnes)
- Clients ayant reçu des factures électroniques (en %)

#### Communauté

- Investissement communautaire – en espèces (en \$)
- Heures de bénévolat (nombre)
- Investissement communautaire – en nature (en \$)
- Employés bénévoles (nombre)
- Dons (en pourcentage du bénéfice avant impôt)


#### Économie et société

- Contribution économique (en \$)
- Impôt sur le résultat (en \$)
- Contributions à des partis politiques (en \$)

### Principaux indicateurs de GES

#### Environnement

- Émissions de GES selon les portées 1 et 2 (en tonnes de CO<sub>2</sub>e)

La direction a déterminé les principaux indicateurs figurant dans le rapport et arborant le symbole  sur la base de son évaluation des questions cruciales susceptibles d'influer sur la performance de Rogers sur le plan de la RSE et des GES et les plus pertinents pour les parties prenantes.

Il n'y a pas de disposition obligatoire visant la préparation, la publication ou la révision des paramètres de performance de la RSE. Par conséquent, Rogers applique ses directives internes en matière de présentation de l'information et ses définitions aux fins de l'établissement du rapport de RSE dans le cadre de la préparation des principaux indicateurs de RSE contenus dans le [Glossaire](#).

Les principaux indicateurs de GES contenus dans le rapport ont été établis par la direction conformément au protocole des gaz à effet de serre de l'Institut des ressources mondiales et du Conseil mondial des entreprises pour le développement durable (le « protocole des GES »).

# Énoncé sur l'assurance externe

## Suite

### Responsabilités de la direction

La direction est responsable de la préparation et de la présentation du rapport conformément aux directives internes de Rogers en matière de présentation de l'information et à ses définitions aux fins de l'établissement du rapport de RSE pour ce qui est des principaux indicateurs de RSE et conformément au protocole des GES pour ce qui est des principaux indicateurs de GES, à la date du présent rapport. La direction a choisi de préparer le rapport conformément aux directives relatives au rapport sur la durabilité G4 de la Global Reporting Initiative. De plus amples renseignements sur l'approche de présentation de l'information de la RSE adoptée par la direction sont fournis à la rubrique « À propos du présent rapport », à la page 3 du rapport. Il incombe aussi à la direction de recenser les parties prenantes et les questions importantes, d'établir les objectifs de performance et de présentation de l'information de Rogers en matière de développement durable et d'établir et de maintenir des systèmes de gestion de la performance et de contrôle interne appropriés devant servir à générer l'information sur la performance visée par le rapport.

### Notre responsabilité

Notre responsabilité à l'égard des principaux indicateurs consiste à réaliser une mission d'assurance limitée et à exprimer une conclusion sur la base des travaux effectués. Nous avons réalisé notre mission conformément à l'International Standard on Assurance Engagements 3000 *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (ISAE 3000), publiée par l'International Auditing and Assurance Standards Board, et à l'ISO 14064-Partie 3 : Spécifications et lignes directrices pour la validation et la vérification des déclarations des gaz à effet de serre. L'ISAE 3000 et l'ISO 14064-3 nous imposent de respecter les règles de déontologie applicables, y compris les règles d'indépendance.

Conformément à l'étendue de la mission qui nous a été confiée, notre conclusion ne vise aucune période antérieure à l'exercice clos le 31 décembre 2014.

### Stratégie de la mission d'assurance

Nous avons planifié et réalisé les travaux de manière à obtenir tous les éléments probants ainsi que toutes les informations et explications que nous jugions nécessaires à la formulation de conclusions comme il est indiqué ci-dessus. Une mission d'assurance limitée consiste à se renseigner, essentiellement auprès des personnes responsables de l'établissement des principaux indicateurs, et à appliquer des procédures analytiques et autres procédures appropriées de collecte d'éléments probants à l'égard des principaux indicateurs. Les procédures suivantes ont été mises en œuvre:

- demandes d'informations à la direction pour acquérir une compréhension des procédures mises en œuvre par Rogers afin de déterminer les questions cruciales pour les groupes clés de parties prenantes;
- demandes d'informations au personnel concerné au niveau de l'entreprise ou de l'unité fonctionnelle pour acquérir une compréhension des procédures de collecte de données et de présentation de l'information à l'égard des principaux indicateurs;
- réalisation, le cas échéant, de tests de cheminement pour tester la conception des contrôles internes à l'égard de la collecte de données et de la présentation de l'information sur les principaux indicateurs;
- comparaison des données présentées à l'égard des principaux indicateurs aux données de base;
- demandes d'informations à la direction au sujet des principales hypothèses et, le cas échéant, réexécution des calculs;
- revue des principaux indicateurs présentés dans le rapport afin de déterminer s'ils concordent avec l'ensemble de nos connaissances et reflètent l'expérience passée en ce qui concerne la performance de Rogers en matière de RSE et de GES.

# Énoncé sur l'assurance externe

## Suite

L'étendue des procédures de collecte d'éléments probants mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance limitée étant moindre que dans le cas d'une mission d'assurance raisonnable, le niveau d'assurance obtenu est inférieur.

Le présent rapport d'assurance n'est destiné qu'à Rogers, conformément aux modalités de notre mission. Les travaux ont été effectués dans le but de fournir à Rogers un rapport sur les questions visées par la mission qui nous a été confiée et à aucune autre fin. Nous n'acceptons ni n'assumons aucune responsabilité envers qui que ce soit d'autre que Rogers à l'égard de nos travaux, du présent rapport d'assurance ou des conclusions auxquelles nous sommes parvenus.

### Limites inhérentes

Les informations non financières, comme celles figurant dans le rapport, sont soumises à plus de limites inhérentes que les informations financières étant donné les caractéristiques des principaux éléments de l'objet considéré ainsi que la disponibilité et la relative précision des méthodes employées pour établir les informations qualitatives et quantitatives. L'absence d'un ensemble important de pratiques établies sur lesquelles s'appuyer permet la sélection de techniques d'évaluation différentes, mais acceptables, qui peuvent donner lieu à des évaluations considérablement différentes et compromettre la comparabilité. La nature de telles informations et les méthodes employées pour les établir, méthodes détaillées dans la liste de critères mise au point en interne par la direction, pourraient changer au fil du temps. Il importe donc de se référer à la méthodologie de présentation de l'information de Rogers énoncée dans le [Glossaire](#).

### Indépendance et compétence

Dans le cadre de notre mission, nous avons respecté les règles d'indépendance et autres règles du Code de déontologie des professionnels comptables de l'IFAC et de l'ISO 14064 3.

La mission a été réalisée par une équipe multidisciplinaire qui comprenait des professionnels ayant une expérience pertinente en certification et, notamment, des aspects environnementaux et financiers de même que des aspects liés aux gaz à effet de serre, à la responsabilité sociale et à la gouvernance de l'objet considéré.

### Notre conclusion

Compte tenu des procédures mises en œuvre, dont une description est fournie ci-dessus, nous n'avons eu connaissance d'aucun élément nous portant à croire que les principaux indicateurs de RSE pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 énumérés ci-dessus et présentés dans le rapport de 2014 sur la responsabilité sociale d'entreprise n'ont pas été préparés et présentés, à tous les égards importants, conformément aux directives internes en matière de présentation de l'information de Rogers et à ses définitions aux fins de l'établissement du rapport de RSE, ou que les principaux indicateurs de GES pour l'exercice clos le 31 décembre 2014, énumérés ci-dessus et présentés dans le rapport de 2014 sur la responsabilité sociale d'entreprise n'ont pas été préparés et présentés, à tous les égards importants, conformément au protocole des gaz à effet de serre de l'Institut des ressources mondiales et du Conseil mondial des entreprises pour le développement durable en date de notre rapport.

*KPMG s.r.l. / SENCRL*

Comptables professionnels agréés, experts-comptables autorisés

Le 26 mai 2015

Toronto, Canada

# Un message de notre président et chef de la direction



« Au cœur même de Rogers se trouve un esprit d'innovation sans pareil. Nous cherchons avant tout à offrir une expérience exceptionnelle à nos clients, à nos employés et aux collectivités au sein desquelles nous vivons. »

**Notre entreprise a vécu de nombreux changements cette année. En mai 2014, nous avons présenté notre nouvelle stratégie Rogers 3.0, le résultat d'une tournée d'écoute exhaustive que j'ai effectuée dans tout le pays au début de 2014. Cette stratégie nous a permis de concentrer nos efforts sur ce qui nous importe le plus en tant qu'entreprise : bien nous occuper de nos clients et de nos employés.**

Grâce au plan Rogers 3.0, nous avons recentré l'entreprise sur le client afin d'améliorer son expérience ainsi que les produits dont il se sert. Nous avons regroupé toutes les équipes qui traitent avec les clients sous une direction unique qui relève directement de moi. Nous avons apporté à notre service à la clientèle des améliorations qui ont déjà porté leurs fruits. En effet, les plaintes au Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications ont connu une baisse de 31,5 % par rapport à l'an dernier.

Par ailleurs, nous réinvestissons dans notre personnel. Nous souhaitons nous assurer que nos employés demeurent au sein de l'entreprise, qu'ils sont heureux, qu'ils ont des occasions de perfectionnement et qu'ils disposent des outils dont ils ont besoin pour faire leur travail. Dans ce rapport, vous verrez des exemples des améliorations que nous avons apportées à l'expérience employé en 2014, comme le lancement de nouveaux programmes de formation et la redynamisation de notre stratégie en matière de diversité et d'inclusion. Nous continuerons à déployer des efforts en ce sens en 2015.

Être une entreprise canadienne à forte croissance constitue un autre objectif essentiel du plan Rogers 3.0. Nous ne pouvons pas l'atteindre sans prendre en compte tous les aspects de Rogers, de notre rendement environnemental à notre interaction avec les collectivités, caractérisée entre autres par le soutien que nous offrons. Nous devons encore nous concentrer sur la réduction de notre consommation d'énergie, mais je suis heureux d'annoncer que nos émissions de gaz à effet de serre (GES) de portée 1 et 2 ont diminué de 2,8 %, ce qui nous rapproche de notre objectif d'une diminution de nos émissions de GES de 25 % d'ici 2025 par rapport aux niveaux de 2011. Nous avons également développé notre programme lié aux déchets provenant des bureaux, intitulé Pousse vert!, de sorte que nous avons amélioré notre capacité de tri afin de réduire la quantité de déchets envoyés aux sites d'enfouissement.

Au cours de la dernière année, nous avons investi 70,8 millions de dollars en espèces et en nature dans des programmes communautaires. Nous continuons de voir une augmentation du nombre d'inscriptions au programme Branché sur le succès, lancé en partenariat avec le Toronto Community Housing, qui permet aux familles à faible revenu d'obtenir un service Internet à large bande abordable.

Ce rapport met en lumière nos réussites et les améliorations possibles en matière de durabilité. que cette lecture vous plaira et que vous continuerez ce parcours avec nous.

**GUY LAURENCE**  
Président et chef de la direction  
Rogers Communications Inc.



# RSE chez Rogers





# RSE chez Rogers

**Nous mettons tout en œuvre chaque jour pour offrir aux Canadiens un brillant avenir numérique. Nous jouons un rôle essentiel dans la société, et c'est pourquoi nous avons la responsabilité importante d'élaborer des solutions durables qui améliorent notre vie et le monde qui nous entoure.**

Rogers a vraiment à cœur d'être une entreprise socialement responsable. Nous nous engageons à offrir des produits et services novateurs, tout en nous comportant comme une entreprise socialement responsable qui veille à mener ses activités de façon éthique et transparente et à créer une valeur réelle pour la société. Cette façon de faire nous aide à établir de solides relations avec nos intervenants.

Voici quelques exemples de la façon dont nous gérons et améliorons sans cesse nos résultats en matière de RSE :

- Intégration de la RSE à nos valeurs, à nos politiques (p. ex., [Code de déontologie](#) de Rogers) et à nos structures (p. ex., Comité de gouvernance du conseil d'administration et Comité de gouvernance de la RSE interne).
- Maintien de programmes et de pratiques solides et déploiement constant de nouveaux programmes et pratiques afin d'assurer la gérance environnementale et sociale dans toutes nos activités quotidiennes, dans notre chaîne d'approvisionnement et dans nos collectivités.
- Consultation avec nos parties prenantes tout au long de l'année et réalisation d'un processus annuel d'évaluation de la pertinence afin que nous puissions comprendre et aborder leurs enjeux et attentes en constante évolution (consulter les sections Engagement des parties prenantes et Questions importantes).
- Respect de la réglementation sur le travail et l'environnement et de toutes les autres réglementations en vigueur.



FTSE4Good



LES 50 MEILLEURES  
ENTREPRISES CITOYENNES

## La RSE et notre stratégie d'affaires

En mai 2014, nous avons annoncé notre nouvel ensemble de priorités d'affaires stratégiques appelé Rogers 3.0. Cette stratégie a été élaborée à la suite de la tournée d'écoute de notre président et chef de la direction, Guy Laurence, au cours de laquelle il a rassemblé des commentaires de milliers de clients, d'employés, d'actionnaires et d'autres intervenants.

Rogers 3.0 mise sur nos nombreuses forces, dont une combinaison unique d'actifs de réseau et d'actifs médias, et se concentre sur la façon d'accélérer notre croissance relativement à nos pairs de l'industrie, de rehausser l'importance accordée à la clientèle, de revitaliser nos marques, de maintenir notre leadership en matière de réseau et d'innovation et d'habiliter nos employés.

Pour atteindre ces objectifs, Rogers a défini les sept priorités stratégiques suivantes :



Cette nouvelle stratégie d'affaires oriente et rehausse notre approche en matière de RSE, nous aidant à bâtir une entreprise encore plus responsable et durable. Alors que certaines priorités peuvent sembler ne pas avoir de lien évident avec la RSE, nous croyons que la RSE est intrinsèquement liée à la réalisation de ces promesses. Pour être une entreprise canadienne prospère, améliorer notre service à la clientèle, développer les meilleurs réseaux et investir dans nos employés, nous devons adhérer à l'esprit de la durabilité dans tout ce que nous faisons. De notre rendement environnemental à notre investissement communautaire, en passant par notre chaîne d'approvisionnement et nos pratiques en matière d'employés, nous devenons une meilleure entreprise pour nos parties prenantes, maintenant et demain, lorsque nous mettons l'accent sur la durabilité.

## Engagement des parties prenantes

Nous comptons de nombreuses parties prenantes, comme la clientèle, le personnel, les fournisseurs de services, les groupes environnementaux, les membres de la collectivité, les organismes à but non lucratif, divers ordres de gouvernement, les associations professionnelles et commerciales, les médias, les actionnaires et les investisseurs. Il s'agit de nos principaux intervenants parce que certains sont directement ou indirectement touchés par nos activités commerciales, alors que d'autres trouvent leur intérêt dans nos activités et nos points de vue.

Nous agissons en toute transparence en écoutant nos parties prenantes et en leur parlant afin de mieux comprendre leurs opinions, leurs priorités et leurs préoccupations. Nous personnalisons les rapports que nous entretenons avec chaque groupe en lui donnant divers moyens pratiques de communiquer avec nous. La rétroaction que nous recevons de nos parties prenantes constitue notre base de référence pour déterminer les questions importantes de Rogers et en faire le suivi. Elle oriente également notre stratégie en matière de RSE et de rapports.

### La tournée d'écoute permet au chef de la direction d'entendre ce qui importe le plus

« Ma priorité en qualité de chef de la direction a été d'entreprendre une vaste collecte de renseignements et de commencer à jeter les bases de notre nouvelle stratégie. J'ai passé la grande partie des trois premiers mois de 2014 à parcourir le pays pour rencontrer et écouter des employés, des clients et des parties prenantes externes, comme des fournisseurs, des organismes de réglementation, des politiciens et des investisseurs.

Les gens avaient hâte de discuter et cette « Tournée d'écoute » m'a donné l'occasion d'entendre l'opinion de nombreux intervenants. Il y a eu beaucoup d'éléments positifs. Nous détenons des atouts enviables comme des réseaux à large bande, des options d'achat de spectre, de l'excellent contenu média, des employés motivés et innovateurs, un bilan et un flux de trésorerie solides et des profits en hausse pour les actionnaires.

J'ai aussi écouté les gens parler de nos défis. J'ai entendu dire que notre service à la clientèle avait besoin d'être amélioré, que nous n'avions pas de vision ni de responsabilités claires, que notre processus de mise en marché avait des lacunes, que la différenciation des produits n'était pas intéressante, que nos publicités et nos identités de marque n'étaient pas aussi nettes et efficaces qu'elles pouvaient l'être et enfin, que les outils et la formation des employés devaient être améliorés.

Les milliers d'idées et de suggestions recueillies lors de cette tournée ont été condensées pour former les grandes priorités que j'ai présentées au conseil d'administration de Rogers à la fin du printemps. Rogers 3.0 est un plan pluriannuel qui améliorera grandement l'expérience client, simplifiera et augmentera les responsabilités à l'échelle de l'entreprise, nous donnera plus de souplesse et relancera notre croissance en matière de revenus et de flux de trésorerie par rapport à nos concurrents. »

### Guy Laurence

Président et chef de la direction



GRUPE D'INTERVENANTS	RELATIONS AVEC LES PARTIES PRENANTES EN 2014	SUJETS CLÉS ABORDÉS EN 2014	QUESTION IMPORTANTE CONNEXE
<b>Clientèle</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tournée d'écoute du chef de la direction</li> <li>• Programme d'évaluation de la clientèle</li> <li>• Interactions au quotidien dans les magasins et par l'intermédiaire des centres d'appel (clavardage en direct, réseaux de médias sociaux)</li> <li>• Bureau de l'ombudsman</li> <li>• Processus de résolution de problèmes</li> </ul>	Niveau de service (p. ex., temps d'attente, efficacité des employés, résolution de problème)	<a href="#">Service à la clientèle et transparence</a>
		Transparence envers les clients et clarté (p. ex., facturation, contrats, marketing)	<a href="#">Service à la clientèle et transparence</a>
		Fiabilité du réseau	<a href="#">Leadership en matière de réseau et innovation</a>
		Innovation en matière de produits, investissements dans les réseaux	<a href="#">Leadership en matière de réseau et innovation</a>
		Reprise de produits	<a href="#">Responsabilité liée aux produits</a>
		Accessibilité	<a href="#">Responsabilité liée aux produits</a>
		Confidentialité, sécurité des données	<a href="#">Vie privée des clients</a>
<b>Employés</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tournée d'écoute du chef de la direction</li> <li>• Sondage R10 sur l'engagement</li> <li>• Rencontres entre les employés et leurs gestionnaires</li> <li>• Séances de clavardage en direct avec les cadres</li> <li>• Séances de discussion ouverte et forums en ligne</li> <li>• Ligne d'assistance STAR de Rogers</li> </ul>	Formation et perfectionnement continu	<a href="#">Gestion des talents</a>
		Mobilité interne, avancement professionnel	<a href="#">Gestion des talents</a>
		Occasions de collaboration	<a href="#">Gestion des talents</a>
		Sécurité de l'emploi, souplesse	<a href="#">Gestion des talents</a>
		Outils et formation pour aider à servir les clients	<a href="#">Service à la clientèle et transparence</a>
		Rémunération et avantages sociaux intéressants	<a href="#">Gestion des talents</a>
		Qualité du lieu de travail, conditions	<a href="#">Santé, sécurité et bien-être des employés</a>
		Rendement en matière de sécurité	<a href="#">Santé, sécurité et bien-être des employés</a>
		Diversité et inclusion	<a href="#">Diversité et inclusion</a>
		Occasions de faire preuve de pratiques sociales et environnementales responsables	<a href="#">Bienfaisance communautaire</a> <a href="#">Consommation d'énergie et changements climatiques</a> <a href="#">Déchets et recyclage</a> <a href="#">Réduction de la consommation de papier</a>
		<b>Groupes Environnementaux</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réunions avec des consultants en environnement et des groupes à vocation environnementale</li> <li>• Participation et sensibilisation des employés</li> <li>• Adhésion à des associations</li> </ul>
Gestion des déchets provenant des bureaux et des déchets électroniques	<a href="#">Déchets et recyclage</a>		
Réduction de la consommation de papier	<a href="#">Réduction de la consommation de papier</a>		
<b>Collectivités et organismes sans but lucratif</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partenariats et sensibilisation</li> <li>• Commandites</li> <li>• Bénévolat des employés</li> <li>• Adhésion à des associations</li> <li>• Consultations communautaires</li> </ul>	Investissement communautaire	<a href="#">Bienfaisance communautaire</a>
		Activités de bienfaisance et bénévolat des employés	<a href="#">Bienfaisance communautaire</a>
		Concordance entre la cause et les objectifs de l'entreprise	<a href="#">Bienfaisance communautaire</a> <a href="#">Inclusion numérique</a>
		Médias, partenariat et soutien	<a href="#">Bienfaisance communautaire</a>
		Accès à Internet à large bande	<a href="#">Inclusion numérique</a>
		Emplacement des tours	<a href="#">Leadership en matière de réseau et innovation</a>
<b>Fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Processus d'appels d'offres et de demandes de renseignement</li> <li>• Interactions avec l'équipe du Service des approvisionnements de Rogers</li> <li>• Visites des bureaux et des usines des fournisseurs</li> <li>• Sondage auprès des nouveaux fournisseurs</li> </ul>	Sélection de fournisseurs transparente	<a href="#">Gestion de la chaîne d'approvisionnement (en ligne)</a>
		Évaluation des risques de la chaîne d'approvisionnement	<a href="#">Gestion de la chaîne d'approvisionnement</a>
		Produits d'origine éthique	<a href="#">Gestion de la chaîne d'approvisionnement</a>
<b>Organismes gouvernementaux et non gouvernementaux, associations et médias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dialogue avec des fonctionnaires et des organismes de réglementation</li> <li>• Participation aux audiences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) et aux consultations publiques</li> <li>• Dialogue avec les ONG</li> <li>• Adhésion à des associations professionnelles</li> <li>• Conférences et forums</li> <li>• Contact et relations avec les médias</li> </ul>	Questions de la clientèle par rapport à l'avenir de la télévision au Canada	<a href="#">Engagement en matière de politique publique</a>
		Positions concernant les politiques publiques, le lobbying et les contributions politiques	<a href="#">Engagement en matière de politique publique</a>
		Gouvernance, éthique d'affaires, conformité réglementaire	<a href="#">Gouvernance et éthique</a> <a href="#">Engagement en matière de politique publique</a>
		Incidences et contributions économiques (p. ex., création d'emplois, impôt payé)	<a href="#">Rendement économique</a>
		Accès à Internet à large bande	<a href="#">Inclusion numérique</a>
		Efforts en vue d'éviter d'utiliser des minéraux provenant de zones de conflit	<a href="#">Gestion de la chaîne d'approvisionnement</a>
<b>Actionnaires et Investisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tournée d'écoute du chef de la direction</li> <li>• Événements et visites liés aux investisseurs</li> <li>• Réunions et séances de rétroaction avec des groupes d'investisseurs principaux et socialement responsables</li> <li>• Sondages et consultations</li> </ul>	Rendement du capital investi	<a href="#">Rendement économique</a>
		Développement durable à long terme	<a href="#">Rendement économique</a>
		Saine gouvernance d'entreprise	<a href="#">Gouvernance et éthique</a>
		Gestion de la RSE et rapports	<a href="#">Gouvernance et éthique</a>

## Nos questions importantes

Au cours de l'année, nous avons suivi un processus d'évaluation de la pertinence plus vigoureux conformément aux lignes directrices G4. Ce processus nous a aidés à cerner, à hiérarchiser et à valider les questions actuelles de RSE qui importent le plus à nos parties prenantes et à notre entreprise, dans chacun de nos six piliers de la RSE : Bonne gouvernance, Expérience client, Expérience employé, Responsabilité environnementale, Investissement communautaire et Économie et société.

### Première étape : Identification

Nous avons recueilli une longue liste de questions pertinentes sur la RSE en :

- passant en revue les commentaires de nos parties prenantes recueillis dans le cadre de notre programme d'évaluation de la clientèle, du sondage sur l'engagement des employés, des appels aux investisseurs et autres réseaux d'engagement;
- prenant en considération ce qui fait partie intégrante d'une entreprise œuvrant dans l'industrie des communications et des médias au Canada, dont nos relations avec les parties prenantes, les risques et l'environnement concurrentiel et réglementaire;
- envisageant les sujets abordés par la structure de la Global Reporting Initiative et d'autres normes et lignes directrices internationales;
- sollicitant des commentaires sur notre rapport sur la RSE de 2013.

### Deuxième étape : Hiérarchisation

- Notre processus d'identification des questions a donné lieu à une liste exhaustive de sujets, que notre Comité de gouvernance de la RSE a revus et classés selon une échelle de 1 à 5. Les sujets ont été évalués selon les critères suivants : l'importance de l'incidence sociale, environnementale et économique de notre entreprise, et l'influence sur les décisions et les évaluations des parties prenantes.
- Selon les notes, nous avons établi la liste finale de 16 sujets importants. Ces sujets sont indiqués dans la matrice de l'évaluation de la pertinence, présentée par niveau d'importance. Certaines de nos questions importantes de 2013 ont été mises à jour, regroupées ou intégrées dans une sous-section d'une question importante différente. Les sujets qui n'ont pas été retenus dans la liste restreinte, mais qui nous semblent pertinents pour nos parties prenantes, ont été inclus dans notre [Index de la GRI](#) ou sur notre [site web de la RSE](#).

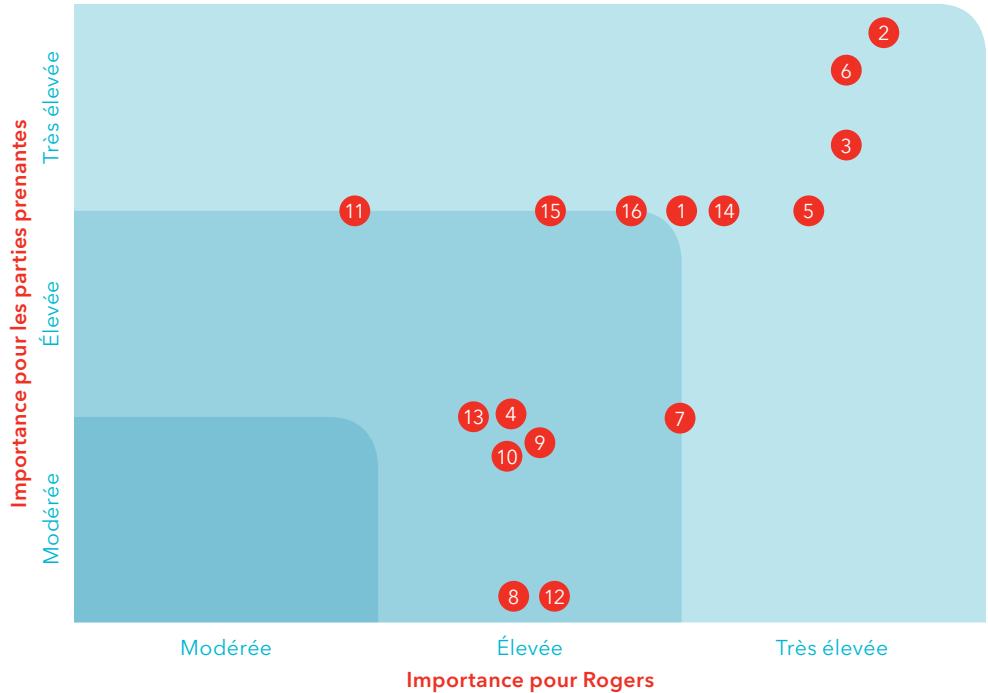
### Troisième étape : Validation

- Notre comité de gouvernance de la RSE a approuvé la liste finale des sujets importants. Ces sujets forment la structure du présent rapport et nous discutons de la façon dont Rogers aborde chacun d'eux. Nous nous sommes efforcés de choisir des indicateurs de rendement clés (IRC) mesurables et significatifs et des objectifs afin de faire le suivi de nos progrès par rapport à chacun d'eux.
- Le rapport sur la RSE final a également été revu et approuvé par notre Comité de gouvernance de la RSE et notre comité sur la divulgation.

### Quatrième étape : Examen

- En vue de notre prochain cycle de rapport, nous allons examiner les questions jugées importantes pour cette période de rapport. Nous accueillons avec plaisir les commentaires de nos lecteurs sur les questions qu'ils aimeraient que nous abordions dans les futurs rapports.

- 1 Gouvernance et éthique
- 2 Service à la clientèle et transparence
- 3 Leadership en matière de réseau et innovation
- 4 Responsabilité liée aux produits
- 5 Vie privée des clients
- 6 Gestion des talents
- 7 Diversité et inclusion
- 8 Santé, sécurité et bien-être des employés
- 9 Consommation d'énergie et changements climatiques
- 10 Réduction de la consommation de papier
- 11 Déchets et recyclage
- 12 Bienfaisance communautaire
- 13 Inclusion numérique
- 14 Rendement économique
- 15 Gestion de la chaîne d'approvisionnement
- 16 Politique publique



**Délimitation**

Les indicateurs de rendement clés compris dans notre rapport sur la RSE de 2014 correspondent à Rogers Communications et aux sociétés membres de son groupe. Cependant, nous reconnaissons que l'incidence de nos activités va au-delà de notre volonté sur le plan opérationnel. Nous avons indiqué dans le tableau qui suit où, selon nous, nos activités ont une incidence soit au sein de Rogers, soit à l'extérieur.

Question	Délimitation
Gouvernance et éthique	Rogers
Service à la clientèle et transparence	Rogers, clients
Leadership en matière de réseau et innovation	Rogers, fournisseurs
Responsabilité liée aux produits	Rogers, fournisseurs
Vie privée des clients	Rogers, clients
Gestion des talents	Rogers
Diversité et inclusion	Rogers
Santé, sécurité et bien-être des employés	Rogers, fournisseurs
Bienfaisance communautaire	Rogers
Inclusion numérique	Rogers, fournisseurs
Consommation d'énergie et changements climatiques	Rogers, fournisseurs, clients
Réduction de la consommation de papier	Rogers, clients, fournisseurs
Déchets et recyclage	Rogers, clients, fournisseurs
Rendement économique	Rogers, gouvernement
Gestion de la chaîne d'approvisionnement	Rogers, fournisseurs
Politique publique	Rogers, gouvernement

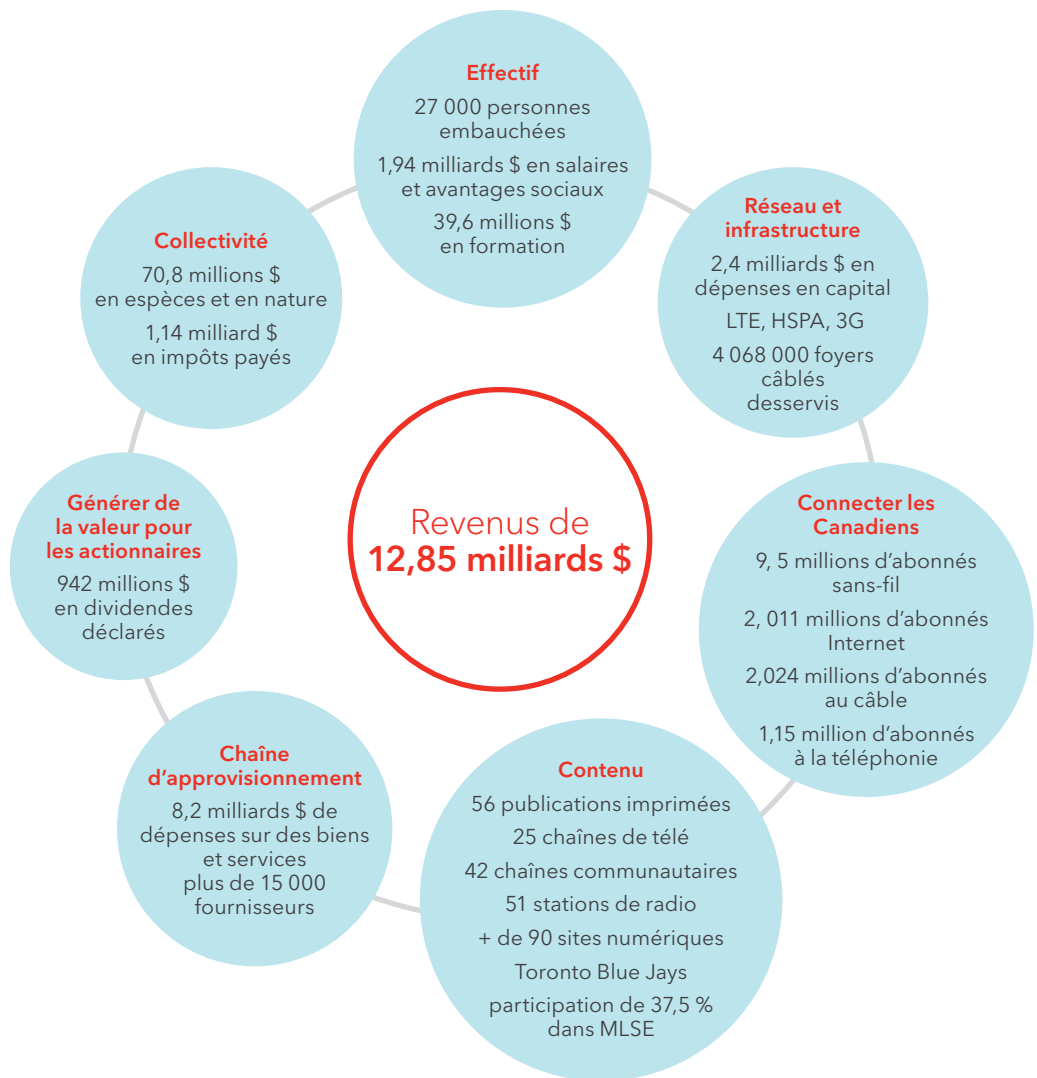
**Pour obtenir plus de renseignements en ligne :**

- + [Rapport annuel 2014](#)
- + [Remise de prix](#)
- + [Adhésion à des associations](#)



Schématiser notre chaîne de valeurs

Vous trouverez ci-dessous un aperçu de notre chaîne complète de valeurs, qui comprend nos employés, nos clients, notre chaîne d'approvisionnement et les collectivités dans lesquelles nous exerçons nos activités. Cette schématisation de haut niveau nous permet, ainsi qu'à nos parties prenantes, de voir les données entrantes clés (pour nos produits, services et activités) et les données sortantes clés pour notre entreprise, ainsi que les répercussions à chacune des étapes du processus. Elle montre aussi l'interdépendance de notre chaîne de valeurs.



# Bonne gouvernance



# Bonne gouvernance

Nos structures, politiques et contrôles organisationnels permettent d'appuyer la bonne gouvernance chez Rogers et de fournir une base en matière d'éthique et de responsabilité sociale à notre entreprise.

## Faits saillants de cette année



Représentation des femmes au conseil d'administration en date du 31 décembre 2014



Pourcentage des employés ont suivi la formation sur le Code de déontologie de Rogers



Nombre d'indicateurs de rendement clé certifiés pour ce rapport

## Aperçu de nos progrès

✓ Atteint ✗ Non Atteint

DESCRIPTION	2014	PROGRÈS	RÉSULTATS ET COMMENTAIRES	2015
	OBJECTIFS			OBJECTIFS
<b>Question importante : Gouvernance et éthique</b>				
Pourcentage des employés ayant suivi la formation sur le Code de déontologie de Rogers	95 %	✓	97,61 %✚	95 %
Nombre d'indicateurs de rendement clés (IRC) certifiés de façon indépendante dans le cadre du présent rapport	Accroître le nombre d'IRC certifiés	✓	Augmentation jusqu'à 27 IRC certifiés de façon indépendante à partir de 25 en 2013 et de 20 en 2012	Veiller encore à ce que les indicateurs certifiés cadrent avec les questions importantes

✚ Certifié de façon indépendante en 2014.



# Gouvernance et éthique

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

**Une gouvernance efficace fait partie intégrante de notre fonctionnement adéquat.**


**La conduite responsable de tous les employés de Rogers est essentielle afin de mériter et de garder la confiance des intervenants, et de respecter les normes appropriées en matière d'intégrité.**

## Approche à la gestion

Nous soutenons les normes les plus élevées en matière d'intégrité, de comportement éthique et de responsabilité sociale d'entreprise qui reposent sur des lignes directrices et des politiques qui gouvernent les actions de nos administrateurs et de nos employés et encouragent une conduite responsable en tout temps.


Rogers est une société familiale fondée par une famille. Nous sommes fiers de notre démarche active et disciplinée pour nous assurer que nos structures et pratiques de gouvernance suscitent la confiance de nos actionnaires et autres parties prenantes. Nous avons adopté de nombreuses meilleures pratiques pour une gouvernance efficace, dont la séparation des rôles du chef de la direction et du président du conseil, un directeur principal indépendant, des lignes directrices d'actionnariat des administrateurs, des séances éducatives destinées au conseil et d'autres pratiques, tel qu'il est expliqué en détail sur notre site web des relations avec les investisseurs.

Le Conseil a l'entière responsabilité de la gouvernance du risque et supervise la gestion pour cerner les principaux risques auxquels notre entreprise est exposée et pour mettre en œuvre les processus d'évaluation appropriés afin de les gérer. Le Conseil délègue certaines responsabilités à ses sept comités permanents pour assurer une surveillance et une responsabilisation adéquates.

Nos tendances en matière de rendement	2014	2013	2012	2011
Représentation des femmes au conseil d'administration.	27 %	24 %	24 %	22 %
Pourcentage des employés ayant suivi la formation sur le Code de déontologie de Rogers <sup>1</sup>	97,61 % 	97,86 %	96,96 %	96,38 %
Nombre d'IRC certifiés de façon indépendante dans le cadre du présent rapport <sup>2</sup>	27	25	20	s.o.

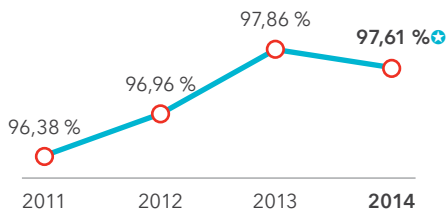
<sup>1</sup> Les pourcentages des années précédant 2014 illustrent le cycle de rapport en date du 30 septembre. Dès 2014, le pourcentage d'employés qui ont suivi la formation sur le Code de déontologie de Rogers sera publié en date du 31 décembre.

<sup>2</sup> L'assurance externe a commencé en 2012. Les nouveaux IRC certifiés pour notre rapport de 2014 sont les dons à des organisations politiques et les plaintes acceptées par le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications.

 Certifié de façon indépendante en 2014.

### Pourcentage des employés ayant suivi la formation sur le Code de déontologie de Rogers

Tendance



### Gouvernance et éthique d'entreprise

Rogers s'emploie fermement à maintenir une saine gouvernance. Par exemple, le [Code de déontologie de Rogers](#) définit les normes élevées en matière de conduites commerciales, d'intégrité et de déontologie auxquelles doivent se conformer nos employés et membres du conseil d'administration lorsqu'ils traitent les uns avec les autres de même qu'avec les autres intervenants de Rogers. Le Code offre des exemples de conduite appropriée et inappropriée dans l'exercice des activités au nom de la Société.

Les employés de Rogers doivent lire, comprendre et respecter le Code de déontologie et suivre une formation en ligne chaque année pour rafraîchir leurs connaissances. Nous suivons de près les taux d'achèvement des formations; nous poursuivons un objectif annuel de 95 %. Les résultats sont transmis à notre équipe de la haute direction tous les ans.

- En 2014, 97,61 % 🌟 de notre main-d'œuvre, y compris 100 % de nos dirigeants et des employés du service des Finances, ont suivi cette formation annuelle.
- L'an dernier, la formation est devenue obligatoire pour tous les membres de notre conseil d'administration, qui doivent aussi respecter le [Code de déontologie des administrateurs](#).
- Aussi, l'an dernier, nous avons réalisé des vérifications pour nous assurer que nos employés avaient atteint les objectifs relatifs au Code.

Rogers a à cœur la diversité du leadership, car nous croyons qu'elle contribue de façon positive au rendement de l'entreprise. En date du 31 décembre 2014, la représentation des femmes au conseil d'administration était de 27 %, pourcentage légèrement plus élevé que le seuil de 25 % que recommandait Catalyst à l'égard de la représentation des femmes à un conseil d'administration. En 2015, la représentation des femmes au conseil d'administration a augmenté pour atteindre 33 % avec l'ajout d'une nouvelle membre.

### Surveillance par la haute direction de la RSE

Un comité de gouvernance de la RSE, composé de membres de la haute direction des unités fonctionnelles pertinentes, supervise l'approche, le rendement et les progrès de Rogers en matière de RSE. En 2014, le comité :

- s'est réuni deux fois pour superviser et orienter les résultats en matière de RSE;
- a passé en revue le progrès réalisé au cours de la dernière année de notre plan triennal visant à améliorer nos rapports sur la RSE;
- a engagé les services de KPMG afin d'obtenir une confirmation indépendante de 27 indicateurs de rendement clés, comparativement à 25 en 2003, liés à nos questions importantes. Les permettent de mesurer notre rendement annuel et d'une année à l'autre, et la vérification par un tiers indépendant démontre notre engagement en matière de transparence et d'intégrité des données.

**Lutte contre la corruption**

La prévention rigoureuse de la corruption, y compris les pots-de-vin, l'extorsion et la fraude, fait partie de notre approche globale pour gérer nos activités de façon éthique et responsable. Cette prévention englobe notre lieu de travail, notre chaîne d'approvisionnement et d'autres activités. Voici des faits saillants :

- Nous avons en place des lignes directrices contre la corruption et les pots-de-vin qui s'appliquent à tous les aspects de nos activités.
- Une formation annuelle sur le Code de déontologie de Rogers informe les employés et leur rappelle notre position et notre approche tolérance zéro face à la corruption.
- Les services comme Enquêtes d'entreprise, Vérification interne, Gestion de la fraude et Prévention des pertes de vente de détail de Rogers participent à la détection et à la prévention de divers types de fraude et de mauvaise conduite dans l'entreprise.
- Nous avons toujours en place un programme de dénonciation nommé Ligne d'assistance STAR de Rogers. Nous encourageons les employés à signaler toute activité suspecte ou toute mauvaise conduite de nature commerciale, financière ou éthique au moyen de la ligne d'assistance. Afin d'assurer l'anonymat, un fournisseur de services indépendant traite confidentiellement chaque communication avec le service STAR. La direction enquête sur tous les incidents signalés, peu importe le statut de l'employé.

**Gestion du risque**

Nous nous engageons à renforcer de façon continue nos capacités de gestion du risque et à protéger et à accroître la valeur pour les actionnaires. Notre programme de gestion des risques d'entreprise se sert de la structure « Les trois lignes de défense » pour définir, évaluer, gérer, surveiller et communiquer les risques :

- L'équipe de la haute direction ainsi que ses unités fonctionnelles et services constituent la première ligne de défense, en définissant et en évaluant les risques clés et en déterminant les plans de contrôle et d'action pour atténuer ces risques et améliorer notre capacité à respecter nos objectifs commerciaux. La direction au sein des unités fonctionnelles et des services veille à maintenir des contrôles efficaces au quotidien pour réduire les risques à un niveau acceptable.
- Le service de gestion des risques d'entreprise constitue la deuxième ligne de défense. Dans son rôle, ce service de gestion des risques d'entreprise appuie l'équipe de la haute direction afin de définir l'appétit de l'entreprise pour le risque, de cerner les risques émergents et de surveiller la pertinence et l'efficacité des contrôles visant à réduire les risques à un niveau acceptable. Il effectue chaque année une évaluation des risques afin de déterminer les principaux risques et leur incidence potentielle sur notre capacité de réaliser nos objectifs commerciaux.
- Le service de vérification interne représente la troisième ligne de défense. Il évalue la conception et l'efficacité opérationnelle du programme de gouvernance, des contrôles internes et de la gestion du risque. Les plans sur les risques, les contrôles et l'atténuation définis dans le cadre de ce processus sont intégrés au plan de vérification interne annuelle. Tous les ans, le service de vérification interne supervise la réalisation de l'évaluation des risques financiers par la direction pour repérer les éléments de fraude potentielle dans nos états financiers et pour s'assurer que les mesures de contrôle sont bien conçues et qu'elles fonctionnent efficacement.

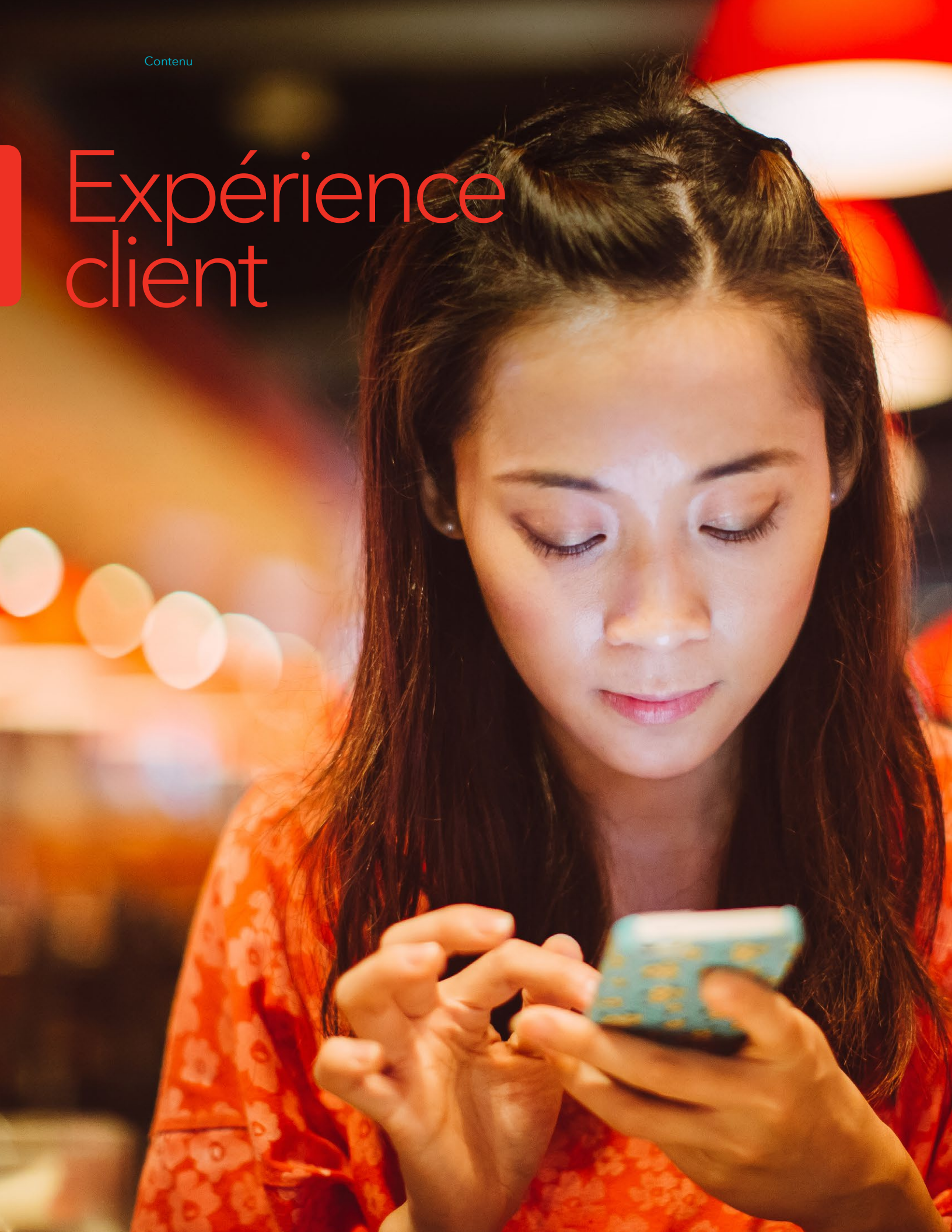
**Plus d'info**

- + [Énoncé sur les pratiques en matière de gouvernance d'entreprise](#)
- + [Code de déontologie des administrateurs](#)
- + [Code de déontologie de Rogers](#)
- + [Rapport annuel 2014](#)
- + [Circulaire de sollicitation de 2015](#)



Contenu

# Expérience client





# Expérience client

L'amélioration de l'expérience client est essentielle à notre nouvelle stratégie Rogers 3.0. Nous croyons que nous pouvons grandement nous améliorer et nous avons entrepris une démarche pour y arriver. Nous voulons que les clients puissent facilement faire affaire avec Rogers quand ils le veulent, comme ils le veulent et d'où ils veulent.

## Faits saillants de 2014

 **31,5%**

Baisse du nombre de plaintes de clients auprès du Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications

**84 % LTE**

Population canadienne ayant accès à notre réseau LTE (en date du 31 décembre 2014)

 **72 568**  
appareils

Nombre d'appareils recueillis à des fins de réutilisation et de recyclage, réduisant les déchets envoyés aux sites d'enfouissement

## Aperçu de nos progrès

✓ Atteint ✗ Non Atteint

DESCRIPTION	2014	PROGRÈS	RÉSULTATS ET COMMENTAIRES	2015
	OBJECTIFS			OBJECTIFS
<b>Question importante : Service à la clientèle et transparence</b>				
Conservation de la clientèle - taux de désabonnement mensuel pour le volet sans-fil (postpayé et prépayé)	Réduction du taux de désabonnement	✗	Le taux de désabonnement du service postpayé a légèrement augmenté jusqu'à 1,27% <sup>Ⓢ</sup> , par rapport à 1,24% en 2013  Le taux de désabonnement du service prépayé s'est établi à 3,42% <sup>Ⓢ</sup> , une baisse par rapport au taux de 3,85% en 2013	Réduction du taux de désabonnement
Pourcentage des plaintes réglées en moins de 60 jours par l'ombudsman de Rogers	100 %	✗	90 % <sup>Ⓢ</sup>	100 %
<b>Question importante : Leadership en matière de réseau et innovation</b>				
Dépenses en immobilisations (en millions de dollars)	Investir dans l'amélioration de l'infrastructure réseau.	✓	Nous avons investi 2,4 milliards \$ <sup>Ⓢ</sup> , dont 1,5 milliard \$ pour rehausser l'infrastructure du réseau	Continuer à investir dans l'amélioration de notre infrastructure réseau
Couverture de réseau LTE	Accroître la proportion de la population canadienne ayant accès à notre réseau LTE	✓	Une couverture d'environ 84 %, une hausse par rapport à 73 % en 2013	Continuer à investir dans notre réseau LTE
<b>Question importante : Responsabilité liée aux produits</b>				
Appareils recueillis et traités à des fins de réutilisation et de recyclage	Augmenter le nombre d'appareils électroniques usagés recueillis aux fins de réutilisation et de recyclage	✓	72 568 <sup>Ⓢ</sup> appareils recueillis, une augmentation de 25,8 % par rapport à 2013	Augmenter le nombre d'appareils recueillis à des fins de réutilisation et de recyclage
<b>Question importante : Vie privée des clients</b>				
Plaintes concernant la protection de la vie privée jugées légitimes par le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada	Aucun	✓	Aucun	Aucun

<sup>Ⓢ</sup> Certifié de façon indépendante en 2014.

# Service à la clientèle et transparence

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

**Nous existons pour servir nos clients et sans un bon service à la clientèle, nous ne pouvons pas réussir en tant qu'entreprise.**

## Approche à la gestion

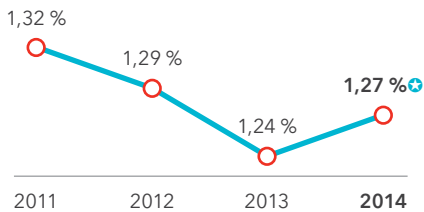
Nous nous efforçons de mieux servir nos clients afin d'assurer la fidélisation des clients à la marque. Même si nos clients nous félicitent pour nos produits et notre innovation, nous sommes les premiers à admettre que nous n'avons pas constamment répondu à leurs attentes en matière d'excellence du service.

Voilà pourquoi notre service à la clientèle est un pilier essentiel de notre stratégie 3.0. Nous nous engageons envers l'amélioration de l'expérience client et avons entrepris une démarche en ce sens. Nous avons regroupé les postes touchant à l'expérience client, y compris ceux liés aux centres d'appel, aux opérations sur le terrain et aux activités en ligne, en une équipe relevant du chef de la direction de l'Expérience client, poste nouvellement créé, qui relève directement de notre chef de la direction. Cette nouvelle équipe a redéfini notre stratégie sur l'expérience client et a réorienté nos attentes de rendement et est en train de mettre en œuvre un plan et de mesurer nos progrès.

Nos réseaux de vente au détail prennent aussi d'importantes mesures pour améliorer notre service à la clientèle sous la direction de notre président, segment Grand public.

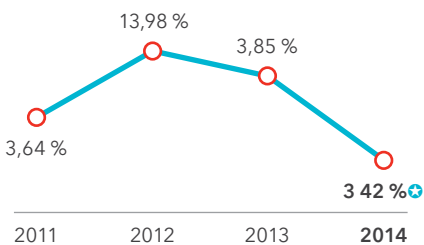
### Conservation de la clientèle - taux de désabonnement mensuel pour le volet sans-fil (postpayé)

Tendance



### Conservation de la clientèle - taux de désabonnement mensuel pour le volet sans-fil (prépayé)

Tendance



### Nos tendances en matière de rendement

	2014	2013	2012	2011
Conservation de la clientèle - taux de désabonnement mensuel pour le volet sans-fil (postpayé)	1,27 %	1,24 %	1,29 %	1,32 %
Conservation de la clientèle - taux de désabonnement mensuel pour le volet sans-fil (prépayé)	3,42 %	3,85 %	3,98 %	3,64 %
Plaintes signalées au Bureau de l'ombudsman de Rogers	4 013	3 370	2 468	2 762
Pourcentage des plaintes réglées en moins de 60 jours par l'ombudsman de Rogers	90 %	97 %	99 %	s.o. <sup>1</sup>
Plaintes reçues par le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) <sup>2</sup>	3 284	4 711	3 705	2 012

<sup>1</sup> Indicateur ajouté en 2012.

<sup>2</sup> Nombre de plaintes mesuré du 1<sup>er</sup> août au 31 juillet. Comprend les plaintes à l'égard tant de Rogers que de Fido.

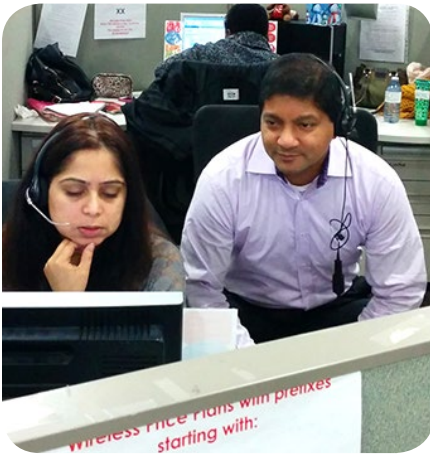
☼ Certifié de façon indépendante en 2014.

# Service à la clientèle et transparence

## Suite

« Nous avons négligé nos clients pendant un certain temps et voulons sérieusement corriger cette situation. Le plan Rogers 3.0 que nous avons élaboré vise à améliorer radicalement l'expérience des clients en les mettant à l'avant-plan dans tout ce que nous faisons. »

Guy Laurence,  
président et chef de la direction



Deepak Khandelwal, chef de la direction de l'Expérience client, qui écoute l'appel d'un client

### Réinventer le service à la clientèle

S'il y a une chose que nous avons entendue haut et fort de la part de nos clients, c'est que nous devons améliorer notre service à la clientèle, y compris nos processus et procédures, qui dans bien des cas étaient inutilement compliqués. Cette rétroaction a été transmise à notre chef de la direction pendant sa tournée d'écoute au Canada en 2014 et une liste partielle de nos indicateurs de rendement clés se trouve ci-dessous :

- Le nombre de plaintes signalées au Bureau de l'ombudsman de Rogers a augmenté l'an dernier, tandis que le nombre de plaintes au CPRST a diminué (consulter la section suivante, Résolution de problèmes).
- Nous avons interrogé plus de 1,5 million de clients l'an dernier au sujet de leur expérience avec Rogers, et les notes sur la satisfaction globale de la clientèle se sont améliorées par rapport à 2013.
- Notre taux de désabonnement mensuel du service postpayé, qui indique le pourcentage d'abonnés qui mettent fin à leur abonnement tous les mois, est passé à 1,27 %<sup>+</sup>, une légère hausse par rapport au taux de 1,24 % de l'année précédente.

L'expérience du client doit commencer et se poursuivre par un excellent service, ce qui entraîne une meilleure rétention et une plus grande satisfaction de la clientèle. Nous nous concentrons à faire les bonnes choses et à améliorer de façon importante l'expérience client à chaque point de contact. Nous avons entrepris cette démarche en 2013 en embauchant davantage de conseillers au service à la clientèle, en développant nos programmes de formation pour les employés de première ligne et en ciblant les principales raisons de mécontentement des clients à éliminer. En 2014, nous avons renforcé notre engagement grâce à une importante transformation organisationnelle. Plus précisément, nous avons :

- réorganisé toute l'entreprise autour du client en regroupant toutes les fonctions liées à l'expérience client en une équipe de 9 000 employés dirigée par notre chef de la direction de l'Expérience client qui relève directement du chef de la direction. Ce poste a été nouvellement créé pour s'assurer que notre service à la clientèle progresse sous une direction unifiée;
- rationalisé l'entreprise pour nous permettre d'être plus agiles et pour que la haute direction soit plus près des clients et des employés de première ligne;
- mis sur pied une équipe d'amélioration des processus qui veille à simplifier nos processus et politiques liés à la clientèle;
- rapproché nos groupes des opérations sur le terrain et du soutien technique pour mieux filtrer les problèmes techniques des clients, éliminer les visites non nécessaires et abaisser de 3 à 2 heures le temps d'attente des visites d'entretien;
- éliminé les obstacles à la collaboration et à la coopération à l'échelle de l'entreprise, par exemple en misant davantage sur des équipes interfonctionnelles afin que nous fonctionnions comme une seule Rogers dans l'intérêt de nos clients;
- augmenté notre investissement dans la formation et le perfectionnement afin que nos employés de première ligne puissent offrir constamment des expériences positives;
- veillé à ce que nos équipes de Mise en marché planifient et travaillent en collaboration constamment avec les parties prenantes internes de l'entreprise afin que nous soyons en mesure d'établir et de mettre en œuvre nos stratégies de mise en marché comme une seule Rogers. Ces changements nous permettent d'offrir une expérience transparente et de communiquer efficacement avec nos clients.

Voilà certaines des mesures que nous avons prises. Remanier la façon dont nous offrons le service à la clientèle ne se fera pas du jour au lendemain. Il ne s'agit pas simplement d'embaucher plus de personnel dans les centres d'appel. C'est une refonte fondamentale, d'un point de vue axé sur le client, de tous nos processus, politiques, plans et systèmes en place. Nous savons que nous faisons face à de sérieux obstacles et que nous avons beaucoup à faire. Ces changements vont nécessiter du temps et des efforts pour qu'ils se transforment en une amélioration du rendement. Mais nous sommes en train de jeter les bonnes assises; nous avons apporté beaucoup de changements dans le passé et avons encore beaucoup de travail à faire. Il s'agit d'un processus qui durera plusieurs années afin que notre rendement en matière de service atteigne un niveau hors pair.

# Service à la clientèle et transparence

## Suite



Kim Walker,  
Ombudsman

### Résolution de problèmes

Le Bureau de l'ombudsman de Rogers, qui représente le plus haut niveau de soutien quant aux recours hiérarchiques des clients, a reçu 4 013 dossiers de clients en 2014, une hausse par rapport aux 3 370 dossiers en 2013. L'augmentation du nombre de dossiers survenue en 2014 a entraîné la baisse du taux de résolution en 60 jours ou moins de 97 % en 2013 à 90 % en 2014. Pour aider à traiter les dossiers qui se sont ajoutés, nous avons embauché du personnel supplémentaire au sein du Bureau de l'ombudsman.

Malgré la hausse des plaintes signalées à notre ombudsman, en 2014 nous avons réduit le nombre de plaintes annuelles de clients auprès du [Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications](#) par plus de 30 % par rapport à l'année précédente pour Rogers et de presque 10 % pour Fido.

Alors que réduire le nombre de plaintes représente notre but ultime, nous travaillons aussi à améliorer la façon dont nous traitons les plaintes, dans le cadre de notre engagement à remanier l'expérience client. En 2014, nous avons simplifié notre processus lié aux plaintes en ligne. Nous avons lancé un nouveau formulaire convivial qui élimine les démarches complexes et simplifie l'expérience de l'utilisateur. Aussi, les clients peuvent maintenant décider si nous communiquons avec eux par téléphone ou par courriel, ce qui leur offre encore plus de souplesse en matière de service, et nous avons réduit notre délai de réponse à une journée, comparativement à notre précédente promesse de trois jours de notre ancien processus.



Plus d'info

+ [Rapport annuel 2014 du Bureau de l'ombudsman](#)

### Les cinq principales plaintes soumises à l'ombudsman de Rogers

- Changements liés à la facturation ou aux services
- Rehaussements d'équipement/réparations
- Promotions
- Soutien technique
- Annulation



# Service à la clientèle et transparence

## Suite



Plus d'info

+ [L'Essentiel TECHNO](#)

### Communications et marketing responsables

Nous sommes déterminés à nous assurer que nos clients trouvent nos forfaits simples et faciles à comprendre, et que nos interfaces de produits sont intuitives et conviviales. Un objectif clé, inclus dans le [Code de déontologie de Rogers](#), est « de préconiser la communication en temps opportun d'une information juste, complète, exacte et compréhensible », afin de permettre à nos clients de prendre des décisions judicieuses dans un marché concurrentiel.

- Tous nos employés du Service à la clientèle sont formés pour fournir des explications claires sur les caractéristiques des produits, les garanties, les tarifs de Rogers et sur tous les frais additionnels, le cas échéant.
- De nombreuses ressources, dont des outils libre-service et des applications en ligne, aident les clients à comprendre leurs produits et services de Rogers et à en tirer le maximum.
- En 2014, nous avons lancé une nouvelle version de l'application **Mon Compte** qui s'appelle **Mon Rogers** afin que les clients puissent gérer leur compte de services sans-fil, Internet et du câble à partir d'un même endroit, d'effectuer des paiements, de vérifier l'utilisation des données et du temps d'antenne et d'échanger des points *Récompenses Fidélité Rogers*.
- Nous avons également créé de nombreuses façons pour les clients de dialoguer avec nous de façon productive, comme les forums communautaires en ligne, ce qui aide à améliorer la transparence.

Notre matériel publicitaire, nos dépliants de vente et les instructions d'utilisation de nos produits sont élaborés et réévalués conformément aux exigences prévues par la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*, la *Loi sur la concurrence* et les autres lois applicables.

Nous appuyons pleinement le [Code sur les services sans fil du CRTC](#) qui est entré en vigueur en décembre 2013. Ce code a établi des normes nationales uniformes pour les contrats de service sans-fil, dont les forfaits de deux ans et un plafond sur certains frais, et une protection égale pour les clients, peu importe où ils habitent. En fait, nous avons joué un rôle déterminant en réclamant l'adoption d'un tel code afin que les clients sachent à quoi s'attendre de leurs fournisseurs de services sans-fil.

### Changer l'expérience client

**Que se passe-t-il lorsqu'un client laisse un commentaire loin d'être positif dans l'un de nos sondages dans la satisfaction de la clientèle? Faire le suivi des commentaires de nos clients constitue l'un des moyens que nous utilisons pour transformer l'expérience client.**

Le cas est attribué à un conseiller de l'équipe d'intervention post-sondage, comme Sasha Edwards, qui travaille à résoudre les préoccupations du client afin de transformer son expérience négative en expérience positive. Sasha a communiqué avec une cliente de longue date du service sans-fil qui avait affirmé que sa dernière expérience au téléphone avec Rogers avait été décevante et frustrante. La cliente avait « fait le tour de la file d'attente » et était mécontente d'apprendre qu'elle devait modifier son forfait sans-fil pour profiter d'un rabais sur son rehaussement d'équipement. Elle a trouvé que l'expérience était plus compliquée que prévu.

Sasha a fait preuve d'empathie. Elle a expliqué à la cliente pourquoi elle devait changer son forfait, puis lui a offert un nouveau forfait qui répondait mieux à ses besoins en plus d'être plus avantageux. La cliente était satisfaite de la façon dont Sasha a abordé sa réaction, a réglé ses préoccupations et a transformé l'expérience de façon positive.



« Elle a pris le temps de m'écouter et était très sympathique... J'espère que si je dois rappeler, je ferai affaire avec une conseillère comme Sasha Edwards. »

# Leadership en matière de réseau et innovation

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

**Aujourd'hui, les clients consomment de plus en plus de contenu sur leurs appareils sans fil et leurs tablettes. L'innovation suit un rythme effréné alors que les téléphones intelligents, les tablettes et les téléviseurs deviennent de plus en plus rapides, intelligents et puissants.**

**Dans un tel environnement, nos clients s'attendent à ce que nous poursuivions l'innovation de nos produits et services, tout en maintenant des réseaux sans-fil et à large bande de classe mondiale.**

## Approche à la gestion

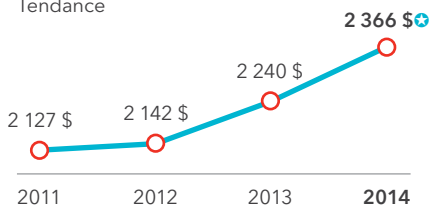
L'innovation a toujours fait partie de notre identité. Que ce soit en proposant de nouveaux produits ou les dernières technologies en matière de réseau, Rogers a souvent été à la tête de « premières ». Se concentrer sur l'innovation et le leadership en matière de réseau continue d'être une priorité clé dans le plan d'affaires Rogers 3.0.

Nous sommes fiers de la couverture, de la fiabilité, de la stabilité et de la vitesse de notre réseau. Nous investissons continuellement afin d'offrir à nos clients des services sans-fil, d'Internet et du câble les meilleures vitesses et le meilleur service possible. Chaque année, nous investissons dans la mise à niveau et l'entretien de nos réseaux, en vue d'offrir une vaste couverture dans les régions urbaines et rurales et de mieux servir notre base croissante d'utilisateurs de téléphones intelligents utilisant de plus en plus de données sans-fil.

Notre équipe de réseau rend compte à notre chef de la direction de la technologie, qui relève directement de notre chef de la direction.

## Dépenses en immobilisations (en millions de dollars)

Tendance



## Nos tendances en matière de rendement

	2014	2013	2012	2011
Dépenses en immobilisations (en millions de dollars)	2 366 \$	2 240 \$	2 142 \$	2 127 \$
Proportion approximative de la population canadienne ayant accès au réseau LTE de Rogers	84 %	73 %	60 %	32 % <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Notre réseau LTE a été lancé en 2011.

☉ Certifié de façon indépendante en 2014.

## Couverture du réseau et investissements

En 2014, nous avons continué à investir dans nos réseaux sans-fil et par câble ainsi que dans de nouveaux produits novateurs tirant profit de ces réseaux afin de répondre à la demande grandissante en matière de données, et ce, avec la plus haute qualité de service.

- Nous avons élargi notre réseau LTE pour desservir environ 84 % de la population canadienne en date du 31 décembre 2014, une hausse de 73 % par rapport à l'année précédente.
- Nous nous sommes procuré le nec plus ultra en matière de spectre, soit deux blocs contigus appariés de 12 MHz du spectre de bande basse de 700 MHz dont peut profiter la vaste majorité de la population canadienne. Notre investissement de 3,3 milliards de dollars nous a permis de déployer ce spectre dans des zones rurales et urbaines en Ontario, en Colombie-Britannique, en Alberta, au Québec, au Nouveau-Brunswick, en Nouvelle-Écosse et à l'Île-du-Prince-Édouard, offrant une expérience vidéo sans-fil de pointe aux clients de Rogers, tout en procurant un signal sans-fil dans les sous-sols, les ascenseurs et les bâtiments aux murs de béton.
- Rogers a été le premier fournisseur canadien à déployer la LTE évoluée, maintenant offerte dans diverses collectivités partout au pays. Cette nouvelle évolution de la technologie sans fil LTE combine deux spectres, un spectre de 700 MHz et un spectre réservé aux services sans-fil évolués, pour créer un canal de transmission de données encore plus grand qu'avant. Les clients peuvent maintenant télécharger des fichiers et regarder des vidéos en continu de grande qualité sur leurs appareils sans fil et tablettes en profitant de vitesses plus élevées et à partir de plus d'endroits. Les vitesses Internet sont plus importantes que jamais, le Canadien moyen passant plus de 40 heures en ligne chaque mois.

## Leadership en matière de réseau et innovation

### Suite



À la suite de ces mesures, PCMag.com a reconnu, en septembre 2014, le réseau LTE de Rogers comme étant le réseau sans fil le plus rapide pour la deuxième année consécutive et Rogers comme étant le fournisseur du service Internet à large bande le plus rapide du Canada. Nous sommes fiers de cette reconnaissance.

Pour tester notre service Internet, nous avons fait affaire avec SamKnows qui a déterminé que les clients de Rogers obtiennent en moyenne 100 % ou plus des vitesses de transmissions annoncées.

#### La fiabilité du réseau

Afin de nous assurer que nos clients profitent d'un service sans-fil rapide et fiable, nous procédons régulièrement à l'évaluation, à la mise à l'essai et à la mise à niveau de nos réseaux et de nos systèmes auxiliaires pour en améliorer la fiabilité et le rendement. Rogers se fait fort d'assurer la disponibilité des services et de les rétablir en cas d'urgence ou d'événement imprévu. Nos plans de poursuite des activités et de reprise en cas de sinistre définissent un processus afin de communiquer avec nos clients et de rétablir le service - ou d'offrir du soutien additionnel - lorsque des incidents majeurs, comme ceux causés par des conditions météorologiques exceptionnelles, touchent les collectivités où nous faisons des affaires.

#### Innovation en matière de produits

En 2014, Rogers a procédé au lancement d'un programme d'innovation à grande échelle qui encourage les entreprises à nous proposer des produits et services prêts à être commercialisés. Ce programme nous permet de ratisser large à l'échelle mondiale et d'attirer les meilleures innovations. Le programme recherche des entreprises dont les produits, les services ou les solutions sont déjà commercialisés. Les meilleures occasions seront celles qui nous donneront la possibilité de nous démarquer et d'augmenter nos actifs de communications et de médias ainsi que d'offrir à nos clients de nouveaux produits novateurs.

Au cours de la dernière année, nous avons déployé beaucoup d'efforts relativement à notre propre innovation de produits pour proposer aux clients de nouvelles expériences et simplifier leur vie. Par exemple :

- [Partout chez vous](#) est une façon simple et abordable pour les clients abonnés à un forfait *Partagez tout* d'utiliser Internet, de faire des appels et d'envoyer des messages texte et des courriels lorsqu'ils sont aux États-Unis. Ils profitent de leur forfait sans-fil canadien quand ils sont aux États-Unis pour seulement 5 \$ par jour.
- Les clients peuvent maintenant se servir de l'EVP Partout chez vous à partir d'un terminal unique, ce qui leur permet de visionner du contenu enregistré sur plusieurs écrans à la maison par la mise en réseau des multiples terminaux numériques. Ils peuvent contrôler les guides de chaînes à partir de leur téléphone intelligent et regarder des vidéos en direct sur demande ou du contenu de l'EVP depuis n'importe quel appareil sans-fil dans leur domicile.
- Nous avons lancé l'application [GameCentre LIVE de la LNH par Rogers](#) avec MatchPlus, offrant du contenu de la LNH original pour que les clients puissent regarder leur match de hockey à partir de différents angles de caméra, obtenir des statistiques détaillées et accéder aux entrevues d'après-match.
- [shomi](#), notre nouveau service de vidéo en continu, a été lancé et permet aux clients d'accéder à du contenu depuis leurs ordinateurs, appareils sans-fil et terminaux numériques. shomi est une coentreprise détenue à parts égales par Rogers et Shaw Communications Inc.
- Le portefeuille [suretap](#), une nouvelle application évoluée de commerce mobile, permet aux clients d'utiliser leur téléphone intelligent pour stocker en toute sécurité des cartes de paiement admissibles et effectuer des paiements auprès de dizaines de milliers de détaillants partout au pays.
- Rogers s'est associée à VICE Media dans le cadre d'une entente conjointe afin d'offrir une programmation toute canadienne axée sur les actualités et le divertissement au moyen des plateformes que sont le sans-fil, Internet et la télévision.



**shomi**<sup>TM</sup>



### Emplacement de tours

Nous déployons tous les efforts pour construire nos tours cellulaires dans des zones où l'incidence sur le voisinage est réduite au minimum, tout en permettant d'offrir un service sans-fil fiable aux clients. Nous envisageons toujours la possibilité de placer nos antennes sur des tours existantes ou d'installer notre équipement sur une structure déjà construite ou sur le toit d'un immeuble avant de proposer la construction d'une structure indépendante.

En vertu de notre licence de spectre octroyée par Industrie Canada, nous devons respecter les normes sur l'emplacement des antennes d'Industrie Canada, qui se trouvent dans le document de ce ministère intitulé CPC-2-0-03 – Systèmes d'antennes de radiocommunications et de radiodiffusion. Ce document, mis à jour en juin 2014, explique le processus que nous devons suivre pour installer une nouvelle infrastructure de communications sans fil au sein d'une collectivité, indiquant notamment quand nous devons consulter la municipalité et ses habitants. En raison de la politique révisée d'Industrie Canada, Rogers consulte les municipalités pour toutes les installations de tours autonomes proposées, peu importe la hauteur de la structure suggérée.

Nous tenons compte également des préférences des municipalités à proximité quant à l'emplacement des tours. Elles sont généralement exprimées dans des protocoles municipaux qui comprennent le type de consultation publique nécessaire, l'emplacement privilégié où les tours peuvent être érigées et la marche à suivre recommandée pour qu'elles se marient harmonieusement à l'environnement.

L'ACTS et la Fédération canadienne des municipalités (FCM) ont un protocole conjoint des meilleures pratiques pour le choix d'emplacement des tours qui propose un processus de consultation municipale et publique plus rigoureux. Ce protocole conjoint résout les conflits et calme les inquiétudes exprimées par les municipalités, les résidents et les politiciens au sujet des pratiques d'implantation des tours, comme les tours « surprises » installées sans la participation des municipalités et sans qu'on leur fournisse un avis. Grâce au protocole conjoint de l'ACTS et du FCM, nous faisons participer les collectivités et travaillons en étroite collaboration avec elles, recherchons leurs avis sur nos sites proposés et tentons de régler les problèmes qui surviennent



# Responsabilité liée aux produits

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

**Les clients et les collectivités s'attendent à ce que nous proposons des produits et services sûrs, accessibles et de haute qualité, ayant peu d'impacts environnementaux.**

## Approche à la gestion

En tant que chef de file des communications et des médias, Rogers met en place des stratégies et des programmes pour s'assurer que ses produits et services sont sûrs, de grande qualité et inclusifs.

- Nous nous conformons à toutes les réglementations et à tous les codes pertinents concernant la santé et la sécurité des clients.
- Nous nous efforçons de rendre la technologie et le contenu plus accessibles pour tous les Canadiens, dont ceux ayant des capacités variables et les populations mal desservies ou désavantagées.
- Nous tenons compte des questions environnementales et cherchons des moyens d'éliminer ou de réduire au minimum tout effet négatif que pourraient entraîner nos produits et services.

Nous avons divers groupes, comme un comité de travail sur l'accessibilité et un comité directeur en matière de responsabilité environnementale, qui gèrent différents programmes de responsabilité relative aux produits. Le texte ci-dessous comprend plus de détails.

**25 %**

**Augmentation du nombre de téléphones recueillis à des fins de réutilisation et de recyclage**

### Nos tendances en matière de rendement

Appareils recueillis et traités à des fins de réutilisation et de recyclage

2014	2013	2012	2011
72 568*	57 663	154 054	75 806

\* Certifié de façon indépendante en 2014.

### Santé et sécurité des clients

Au Canada, tous les appareils sans fil et toutes les antennes doivent se situer sous les limites d'exposition aux radiofréquences qui sont fixées dans le document de Santé Canada, le Code de sécurité 6. Le Canada a été parmi les premiers pays industrialisés à élaborer des lignes directrices sur l'exposition aux radiofréquences : le Code de sécurité 6 (1979). Selon Santé Canada, les limites fixées dans le Code de sécurité 6 englobent des marges de sécurité importantes pour fournir un niveau considérable de protection aux Canadiens de tous âges, y compris les enfants, sur une base continue (24 heures sur 24, sept jours par semaine).

Santé Canada a révisé le Code de sécurité 6 en mars 2015 et les nouvelles limites sont plus strictes que dans la version antérieure. Cette version révisée fait des limites du Canada les limites fondées sur la science les plus rigoureuses dans le monde. Comme toujours, Rogers va continuer à s'assurer que ses activités se conforment pleinement aux nouvelles limites du Code de sécurité 6.

# Responsabilité liée aux produits

## Suite



### Promouvoir le multiculturalisme

En 2014, la *Canadian Ethnic Media Association* a remis à Phil Lind, vice-président du conseil d'administration de Rogers, un prix pour l'ensemble de ses réalisations relativement à la promotion du multiculturalisme et de son expression à la télévision.

### Projets sur l'accessibilité

Nous proposons un vaste éventail de services et de produits d'accessibilité qui sont présentés en détail dans la section [Services d'accessibilité](#) de notre site web pour aider les personnes vivant avec un handicap à tirer le maximum de leurs services de téléphonie et de câble. Nous avons aussi un centre des services d'accessibilité de Rogers, groupe bilingue chargé de répondre aux besoins des clients en matière d'accessibilité. Au cours de la dernière année, nous avons continué à miser sur nos projets :

- Nous avons lancé un rabais pour les personnes malentendantes ou sourdes ou qui ont des troubles de la parole.
- Nous avons amélioré notre service à la clientèle pour les personnes ayant un handicap grâce à 47 conseillers téléphoniques et à 113 conseillers de clavardage en direct se spécialisant dans les produits et services d'accessibilité de Rogers.
- Nous avons mis sur pied un groupe de travail interne sur l'accessibilité, comprenant des employés ayant un handicap qui se sont déclarés comme tels et qui se sont portés volontaires pour participer à ce groupe. Ce groupe de travail a donné de la rétroaction sur les nouveaux produits, les améliorations au site web et les problèmes des clients.
- Rogers Média a participé au Groupe de travail sur le sous-titrage de langue anglaise pour travailler avec les autres entreprises à l'amélioration de la qualité du sous-titrage offert au Canada. Le groupe a remis un rapport au CRTC portant sur des propositions visant à améliorer le sous-titrage.

### Service auprès de communautés hétérogènes

En 2014, nous avons produit et diffusé une programmation multiculturelle dans au moins 40 langues par l'entremise de notre réseau de stations de télévision et de radio.

[OMNI Television](#) est toujours le plus important diffuseur multilingue par voie hertzienne en Amérique du Nord, diffusant du contenu dans de nombreuses langues, dont le mandarin, le cantonais, le punjabi, le tamoul, l'hindi, le japonais, le coréen, l'urdu, le vietnamien et le farsi. De plus, 60 % de la programmation mensuelle de chacune de nos stations OMNI et 50 % de la programmation en soirée de chacune des stations sont multiculturelles.

En 2014, nous avons rétabli les conseils consultatifs d'OMNI en Colombie-Britannique, en Alberta et en Ontario. Ces conseils aideront les communautés ethniques qui veulent collaborer avec OMNI et s'assureront que Rogers offre une programmation qui tient compte des données démographiques dans les marchés où ces stations exercent ses activités. Nos stations OMNI tiennent régulièrement des réunions avec divers groupes communautaires et passent en revue périodiquement les commentaires des téléspectateurs pour améliorer notre programmation.

En plus d'avoir des conseillers parlant cantonais et mandarin dans ses centres d'appel, Fido vient de mettre en place de nouveaux systèmes de réponse vocale interactive (RVI) dans ces langues pour veiller à ce que nos clients obtiennent un excellent service dans la langue de leur choix. Désormais, notre clientèle d'expression cantonaise ou mandarine peut profiter des nombreuses fonctions pratiques de la RVI telles que la vérification de solde, le versement de paiements et la gestion d'options comme la messagerie vocale et la messagerie texte dans la langue de leur choix. Fido est le premier opérateur de télécommunications d'Amérique du Nord à offrir un tel service.

# Responsabilité liée aux produits

Suite




Project 97 : Une conversation sur les agressions sexuelles, l'abus et le harcèlement

**Saviez-vous que 97 % des agressions sexuelles au Canada ne font pas l'objet d'enquête policière, encore moins de poursuites et de sanctions? Une personne qui commet une agression sexuelle a ainsi plus de 97 % des chances de s'en tirer impunément. Ces chiffres stupéfiants doivent changer et c'est pour cette raison que nous avons mené pendant un an une campagne de sensibilisation publique appelée Project 97 [www.projet97.ca](http://www.projet97.ca)**

Lancé en décembre 2014, il s'agit du projet de journalisme le plus ambitieux jamais entrepris par Rogers Média. Pendant 12 mois, Rogers Média, grâce à ses réseaux de publication et de diffusion comme Chatelaine, Maclean's, Canadian Business, Flare, Today's Parent, Châtelaine, L'actualité et CityNews, explore les questions des agressions sexuelles, de l'abus et du harcèlement qui touchent les femmes et les hommes et invite les Canadiens à raconter leurs histoires et à faire des recommandations.

Nos lecteurs, téléspectateurs et employés considèrent la violence sexuelle comme un enjeu sérieux et par l'entremise de la plateforme de Rogers Média, nous pouvons participer aux discussions. Nous voulons faire la lumière sur cette épidémie et susciter une nouvelle discussion sur ce qui doit être fait pour que la balance penche du côté de la justice. Nous devons changer cette culture selon laquelle les victimes devraient avoir honte et se taire, comme le soulignent les récents cas impliquant des personnalités publiques ayant commis des agressions sexuelles pendant de nombreuses années.

## Reprise de produits

En 2014, nous avons recueilli et traité 72 568  appareils pour les recycler ou les remettre à neuf, une hausse par rapport à 2013 (57 663 appareils) grâce à nos trois programmes de récupération :

- Le programme [Échange max de Rogers](#) permet aux clients d'échanger leur ancien appareil contre un crédit sur une nouvelle ligne téléphonique ou un rehaussement. Les appareils qui n'ont aucune valeur de revente sont envoyés à notre installation de recyclage certifiée, où ils sont éliminés. Les autres appareils sont vendus sur les marchés extérieurs internationaux.
- Le programme Cellu-Bouffe permet aux clients de déposer leurs appareils sans fil et leurs accessoires dans un magasin Rogers ou Fido, ou encore de les envoyer par la poste directement et sans frais à notre recycleur. Ce programme réduit le volume de déchets envoyés aux sites d'enfouissement et aide à éradiquer la faim en amassant des fonds pour les banques alimentaires régionales.
- Le programme [FidoTROC](#) permet aux clients d'apporter leur ancien appareil et de recevoir un crédit en magasin équivalant à la valeur de l'appareil, le cas échéant. Quand un client apporte un appareil qui a perdu de sa valeur avec le temps et qui n'a aucune valeur d'échange, un arbre est planté en son nom.

## Protéger les enfants

Nous soutenons depuis longtemps des initiatives qui encouragent le bien-être et la sécurité des enfants, notamment la Coalition canadienne contre l'exploitation des enfants sur Internet. Nous travaillons avec la police, conservant l'information jusqu'à l'obtention d'un mandat, afin d'aider les responsables de l'application de la loi à combattre l'exploitation en ligne des enfants.

Comme les enfants sont de plus en plus connectés grâce aux téléphones sans fil et aux réseaux sociaux, nous avons mis l'accent sur une sensibilisation accrue à l'utilisation plus sûre des sans-fil et d'Internet. Sur notre site web [L'Essentiel TECHNO](#), par exemple, nous avons consacré une section Conseils pour les parents qui donne des suggestions pour aider les enfants à utiliser les technologies de communications en toute sécurité. Parmi les sujets se trouvent des conseils pour repérer la cyberintimidation et y mettre fin, aborder les responsabilités liées à la possession d'un téléphone sans fil et rendre le web plus sûr pour les jeunes. Nous continuons à participer au mois national de la sensibilisation à la cybersécurité et avons publié un blogue spécial sur les façons de rester en sécurité en se servant du « nuage ».



Plus d'info

- + [Services d'accessibilité](#)
- + [L'Essentiel TECHNO – Conseils pour les parents](#)

# Vie privée des clients

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

**Rogers gère une quantité importante de données de clients et de données numériques. Il est donc essentiel que nous inspirions confiance dans notre capacité à les protéger et à les traiter de façon responsable.**

**Les risques liés à la cybersécurité constituent une menace croissante affectant tous les secteurs et les produits, dont les téléphones intelligents et les appareils compatibles avec Bluetooth, qui peuvent toucher sérieusement les activités et les clients.**

## Approche à la gestion

Rogers attache une grande importance à la sécurité, à l'intégrité et au caractère sensible des renseignements privés de ses clients. Nous respectons toutes les lois pertinentes sur la protection de la vie privée. Nous soutenons aussi des pratiques de confidentialité et de sécurité strictes pour protéger les renseignements personnels de nos clients, qu'ils utilisent nos services et produits Internet, de la télé par câble ou du service sans fil.

Notre chef de la direction de la protection des renseignements personnels supervise le respect des lois applicables et de la Politique de la vie privée de Rogers. Tous les employés de Rogers suivent une formation obligatoire sur la confidentialité, et ils doivent se conformer aux pratiques en matière de confidentialité de Rogers comme condition d'emploi.

### Nos tendances en matière de rendement

Plaintes concernant la protection de la vie privée jugées légitimes par le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada

2014 2013 2012 2011

0 0 0 0

### Confidentialité et sécurité des données

En 2014, encore une fois, nous n'avons reçu aucune plainte concernant la protection de la vie privée jugée légitime par le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada. Nous avons entrepris plusieurs projets pour continuer à renforcer nos pratiques se rapportant à la confidentialité afin de répondre aux questions et aux tendances émergentes. Par exemple :

- Rogers s'est jointe au programme Choix de pub, un projet de l'Alliance de la publicité numérique du Canada (DAAC). Dans le cadre de ce programme, nous avons ajouté l'icône Choix de pub au bas de page de nos sites web, indiquant que nous adhérons à l'autoréglementation pour la publicité comportementale en ligne. En cliquant sur l'icône, les consommateurs peuvent en apprendre davantage et se désinscrire des publicités comportementales en ligne.
- Nous avons créé un centre de préférence qui permet aux gens d'affaires de passer en revue les bulletins d'information qui sont envoyés de Rogers à leur adresse professionnelle et les bulletins auxquels ils se sont désinscrits.
- Nous répondons aux demandes des clients sur le modèle de Citizen Lab concernant la façon dont les entreprises gèrent les renseignements personnels. Rogers a répondu à chaque demande et a respecté le délai de réponse de 30 jours défini dans la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques dans la mesure du possible, demandant une prolongation du délai seulement lorsque nécessaire.

Les pratiques en matière de confidentialité de toutes les entreprises de télécommunications ont été passées sous la loupe en 2014, à la suite de nouvelles selon lesquelles des agences gouvernementales comme l'Agence des services frontaliers du Canada ont soumis des milliers de demandes d'accès à des renseignements sur des abonnés aux services Internet et de télécommunications. Nous savons que certains clients ont des préoccupations concernant



# Vie privée des clients

## Suite

les agences gouvernementales et les organismes d'application de la loi qui accèdent à leur information. Nous examinons attentivement toutes les requêtes pour nous assurer de leur validité juridique et veiller à ce que leur portée ne soit pas trop vaste. Nous recevons un mandat et ensuite, notre personnel transmet l'information en toute sécurité afin que seuls les organismes d'application de la loi ou les agences gouvernementales qui en ont fait la demande y aient accès. Nous ne donnons pas d'accès direct aux bases de données sur les clients.

Pour nous assurer que les renseignements des clients sont entre bonnes mains, en 2014, nous avons publié notre premier rapport sur la transparence en utilisant les données de 2013. Il permet à nos clients de connaître le nombre et le type de requêtes que nous avons reçues l'an dernier des agences gouvernementales et des organismes d'application de la loi, la façon dont nous avons traité ces requêtes et l'information que nous avons fournie. Voici certains faits saillants du [rapport sur la transparence de 2014](#) (publié en mars 2015) :

# 2 278

Nombre de requêtes refusées  
- aucune information sur le  
client transmise

Requêtes d'organismes d'application de la loi	2014	2013
Mandat/ordonnance du tribunal	71 501	74 415
Lettre d'ordonnance gouvernementale	2 315	2 556
Requêtes d'aide d'urgence des services policiers	10 016	9 339
Demandes de l'étranger	1	40
Vérification du nom et de l'adresse d'un client (arrêtée en juin 2014, sauf avec un mandat ou une ordonnance du tribunal ou en cas d'urgence)	29 438	87 856
Requêtes liées à des cas d'exploitation sexuelle d'enfants (arrêtées en juin 2014, sauf avec un mandat ou une ordonnance du tribunal ou en cas d'urgence)	384	711
<b>Total</b>	<b>113 655</b>	<b>174 917</b>

Requêtes des intervenants d'urgence	2014	2013
Requêtes d'aide d'urgence du 9-1-1	50 439	55 900

Au cours de la dernière année, nous avons continué à investir pour combattre le problème grandissant du vol d'appareils sans-fil au Canada et avons sensibilisé la population à l'importance de la protection des renseignements personnels. De concert avec l'Association canadienne des télécommunications sans fil (ACTS), nous avons appuyé de nombreux projets à l'échelle de l'industrie, notamment :

- Une campagne nationale de sensibilisation;
- Le projet et le site web [Protégez vos données. Protégez-vous](#);
- Une liste noire des appareils signalés comme étant perdus ou volés;
- Un outil de recherche d'appareils, que les Canadiens ont utilisé plus de 400 000 fois au cours de la dernière année pour vérifier l'état d'un appareil usagé.



### Plus d'info

- + [Protection de la vie privée, CPRST et CRTC](#)
- + [Rapport sur la transparence de Rogers](#)
- + [Protégez vos données. Protégez-vous](#)

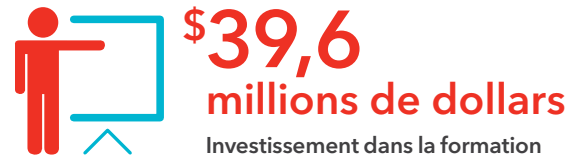
# Expérience employé



# Expérience employé

Un élément clé de notre stratégie s'articule autour de notre main-d'œuvre, soit investir dans nos employés et les former. Nous reconnaissons qu'avoir des employés motivés, habilités et agiles et attirer les personnes les plus talentueuses est essentiel au succès de notre entreprise.

## Faits saillants de 2014



## Aperçu de nos progrès

✓ Atteint ✗ Non Atteint

DESCRIPTION	2014	PROGRÈS	RÉSULTATS ET COMMENTAIRES	2015
	OBJECTIFS			OBJECTIFS
<b>Question importante : Gestion des talents</b>				
Note d'engagement des employés	Maintenir un résultat au-dessus de la moyenne nord-américaine (59 %) et devenir le meilleur de sa catégorie (77 %)	✗	72 %	Maintenir un résultat au-dessus de la moyenne nord-américaine et devenir le meilleur de sa catégorie
Taux de participation au sondage sur l'engagement des employés	Dépasser 75 %	✓	80 %	Dépasser 75 %
Taux de roulement volontaire	Amélioration de 10 % par rapport au taux de 13,7 % de 2013	✗	14,7 %	Amélioration de 10 % par rapport au taux de 2014
Investissement dans la formation	41,8 millions \$	✗	39,6 millions \$, une hausse par rapport aux 37,4 millions \$ en 2013	Hausse de 30 %
Investissement dans la formation par employé, selon le nombre moyen d'employés	1 400 \$ par employé	✗	1 122 \$	Hausse de 30 %
<b>Question importante : Diversité et inclusion</b>				
Proportion de femmes chez nos employés <sup>1</sup>	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail (47,6 %) de 1 %	✗	39,7 %	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail de 1 %
Proportion de membres de minorités visibles chez nos employés <sup>1</sup>	Atteindre ou dépasser la disponibilité sur le marché du travail (25,8 %)	✓	31,8 %	Atteindre ou dépasser la disponibilité sur le marché du travail.
Proportion d'Autochtones chez nos employés <sup>1</sup>	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail (1,7 %) de 0,1 %	✗	0,9 %	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail de 0,1 %.
Proportion de personnes handicapées chez nos employés <sup>1</sup>	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail (4,9 %) de 0,1 %	✗	1,1 %	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail de 0,1 %


<sup>1</sup> Ces données proviennent d'un sondage rempli sur une base volontaire, elles ne représentent donc pas nécessairement le véritable pourcentage de notre main-d'œuvre.

<sup>2</sup> L'indicateur a été divulgué pour la première fois en 2014.

Certifié de façon indépendante en 2014.


## Aperçu de nos progrès suite

✓ Atteint ✗ Non Atteint

DESCRIPTION	2014		2015	
	OBJECTIFS	PROGRÈS	RÉSULTATS ET COMMENTAIRES	OBJECTIFS
<b>Question importante : Santé, sécurité et bien-être des employés</b>				
Nombre de comités de santé et de sécurité au travail	S'assurer qu'un comité est formé dans tous les milieux de travail comptant au moins 20 employés	✓	63	S'assurer que tous les employés dans les principaux lieux sont appuyés par des comités de santé et de sécurité au travail
Nombre d'ambassadeurs du programme Bien-être dans tout le Canada	Maintenir le nombre d'ambassadeurs du programme Bien-être	✓	65  ambassadeurs du programme Bien-être en activité, une hausse par rapport à 2013 où il y en avait 62.	Accroître la participation à l'extérieur de la région du Grand Toronto
Taux d'incidents entraînant une perte de temps (par 200 000 heures travaillées)	s.o. <sup>2</sup>	s.o. <sup>2</sup>	0,39	Favoriser les comportements liés au leadership pour améliorer nos résultats

<sup>1</sup> Ces données proviennent d'un sondage rempli sur une base volontaire, elles ne représentent donc pas nécessairement le véritable pourcentage de notre main-d'œuvre.

<sup>2</sup> L'indicateur a été divulgué pour la première fois en 2014.

 Certifié de façon indépendante en 2014.



# Gestion des talents

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

**Le rendement et la durée à long terme de notre entreprise dépendent de notre capacité à perfectionner nos employés les plus compétents, à les retenir et à les motiver.**

**La recherche démontre la présence d'un lien puissant entre le niveau d'engagement des employés, l'efficacité du leadership et le succès de l'entreprise.**

## Approche à la gestion

Nos employés sont au cœur de notre entreprise. Voilà pourquoi la gestion des talents est une stratégie d'affaires importante qui fait partie de notre avantage concurrentiel. En 2014, nous avons mis en œuvre le plan d'affaires Rogers 3.0 dont l'un des sept piliers est « investir dans nos employés et les former ». Nous savons que si nos employés sont bien formés, enthousiastes par rapport à leur emploi et aiment travailler pour Rogers, ils serviront mieux nos clients.

Notre but consiste à attirer, à retenir et à motiver les meilleurs éléments ainsi qu'à réduire le taux de roulement volontaire quand c'est possible en offrant une formation et un perfectionnement efficaces, des possibilités de carrière et des ressources liées à la gestion de carrière. Notre première vice-présidente, Développement organisationnel et Formation en entreprise, supervise la gestion des talents, sous la direction de notre chef de la direction des Ressources humaines. Le Comité des Ressources humaines aide le Conseil d'administration à contrôler, à examiner et à approuver les politiques et pratiques de rémunération globale (salaire et avantages).

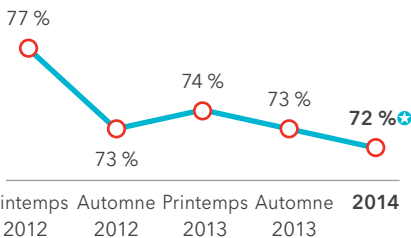
Nous nous servons des critères de rendements clés suivants pour évaluer et améliorer nos pratiques de gestion des talents :

- Résultats liés à l'engagement des employés
- Taux de roulement volontaire
- Investissement dans la formation
- Proportion des employés participant à nos divers régimes d'avantages sociaux

## Engagement des employés

### Note d'engagement des employés

Tendance



Nos tendances en matière de rendement	2014 <sup>1</sup>	Automne 2013	Printemps 2013	Automne 2012	Printemps 2012
Note d'engagement des employés	72 %*	73 %	74 %	73 %	77 %
Taux de participation de nos employés au sondage sur l'engagement des employés	80 %*	78 %	78 %	83 %	80 %

<sup>1</sup> Un seul sondage sur l'engagement des employés a été mené en 2014.  
\* Certifié de façon indépendante en 2014.

Nous encourageons les gestionnaires de personnel de Rogers à promouvoir l'engagement auprès de leurs équipes. Notre sondage sur l'engagement des employés permet aux gestionnaires de personnel d'accéder à des commentaires constructifs qui leur permettent d'améliorer leurs compétences en leadership tout en fournissant à toute l'entreprise une rétroaction sur nos points forts et sur ceux que nous pouvons améliorer. De plus, nous fournissons des outils de gestion en ligne visant à assurer le perfectionnement et la motivation des employés. Nos programmes de développement du leadership aident les gestionnaires à bâtir des équipes engagées au rendement élevé. À l'aide de divers canaux, nous favorisons le dialogue et la circulation des idées entre les employés et les équipes de gestion de chaque échelon de l'entreprise (consulter à ce sujet la section [Engagement des parties prenantes](#) pour obtenir de plus amples renseignements).

En 2014, nous avons évalué l'engagement des employés à l'aide de notre sondage R10. Ce dernier comprenait 20 questions sur plusieurs aspects de l'expérience des employés, et les résultats donnent une perspective de ce qui importe le plus aux employés et servent d'outil de gestion visant à favoriser l'engagement des employés et à responsabiliser les dirigeants. Malgré l'ampleur du changement organisationnel de la dernière année, nos résultats en matière d'engagement sont toujours élevés (72 %<sup>+</sup>), bien au-delà de la moyenne nord-américaine qui est de 59 %, ce qui démontre le degré d'engagement de nos employés. Nous poursuivons l'objectif ambitieux d'atteindre 76 %, soit l'indice d'excellence externe de l'industrie établi par Kenexa/IBM, chef de file en conception et en réalisation de sondages sur l'engagement des employés.

**Les forces établies par les employés comprennent :**

- L'efficacité de la direction, grâce à un résultat supérieur à l'échelon « meilleur de sa catégorie » avec 80 %
- La capacité de discuter de questions de diversité au travail et de former des équipes solides qui encouragent le dialogue ouvert.

**Les éléments pouvant être améliorés comprennent :**

- Davantage de formation et de perfectionnement, dont de la formation permettant de travailler efficacement tous les jours et de la formation sur le développement du leadership.
- Plus de possibilités de collaboration et de liens sociaux pour aider les employés à travailler plus efficacement.

Dans le passé, nous menions deux sondages R10 par année, soit en avril et en octobre. En 2014, nous n'avons effectué que le sondage d'avril et remplacé celui d'octobre par un sondage spécial sur l'opinion des employés à propos de R10 et de son efficacité. Ainsi, nous avons pu examiner plus en profondeur ce que nous demandons et la façon dont nous le faisons, avec comme objectif de modifier le sondage afin de mieux incarner Rogers 3.0 et la culture en milieu de travail que nous tentons de bâtir. Le nouveau sondage sur l'engagement des employés, lancé en avril 2015, repose sur les commentaires émis par les employés en réponse au sondage R10 et nous permettra de mieux comprendre ce qui favorise l'engagement chez les employés.

# Gestion des talents

## Suite

### Formation et perfectionnement

Nos tendances en matière de rendement	2014	2013	2012	2011
Investissement dans la formation (en millions de dollars)	39,6 \$	37,4 \$	41,3 \$	49,3 \$
Investissement dans la formation par employé	1 122 \$	1 229 \$	1 186 \$	1 365 \$

En 2014, nous avons investi 39,6 millions de dollars, ou 1 122 \$ par employé, dans la formation et le perfectionnement de nos effectifs. Nous cherchons à augmenter nos dépenses globales de 30 % en 2015, en mettant l'accent sur les employés de première ligne dans la vente au détail, les ventes du segment des affaires ainsi que sur la direction. Pendant la tournée d'écoute de notre chef de la direction en 2014, les employés nous ont dit haut et fort qu'ils apprécient la formation et le perfectionnement et qu'ils souhaitent que l'entreprise augmente ses investissements. Alors que nos employés sont essentiels à notre succès, nous n'avons pas investi suffisamment dans les outils que nous leur fournissons et nous n'avons pas offert suffisamment de formation et de perfectionnement à bon nombre d'entre eux, particulièrement à notre personnel de première ligne.

Par conséquent, nous accélérons l'investissement dans nos employés, autant dans la façon dont nous les formons que dans les systèmes et les environnements de travail que nous leur fournissons. L'an dernier, nous avons consacré beaucoup de temps à concevoir de nouveaux programmes pour une mise en œuvre en 2015 grâce au lancement des premières étapes de notre nouvelle Université Rogers. Ces nouveaux programmes incluent :

- **Programme d'accueil** : Tous les nouveaux employés suivront un nouveau programme d'accueil de trois jours comprenant une formation sur l'histoire de l'entreprise, notre culture, notre façon d'exercer nos activités et le comportement que nous recherchons. Ainsi, nous nous assurons que les nouveaux employés sont prêts à réussir au sein des équipes et à connaître du succès auprès de la clientèle dès leur première journée. Les gestionnaires de personnel nouvellement embauchés recevront aussi davantage de formation d'accueil pour les préparer à gérer des équipes chez Rogers.
- **Académie de la vente au détail** : Il s'agit d'une série de programmes de formation pour divers rôles au sein de nos équipes des activités de vente au détail qui se concentrent à donner aux employés la formation et les outils pour offrir une expérience client harmonieuse et exceptionnelle. En 2015, nous allons mettre l'accent sur les gérants de magasin, car il s'agit du rôle qui influence le plus l'ensemble de l'expérience.
- **Académie du leadership** : Nous allons lancer de nouveaux programmes améliorés de formation en leadership pour les cadres, les directeurs et les gestionnaires, ainsi que des programmes de formation accélérée pour les personnes les plus performantes.
- **Académie des ventes pour entreprise** : Cette académie est conçue pour perfectionner nos représentants en vente interentreprises et leur donner des outils afin qu'ils progressent de représentants en vente à gestionnaires de compte.

Nous continuons aussi à offrir nos programmes de formation de base afin de former et d'inspirer nos employés :

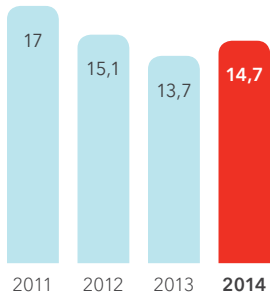
- Nos programmes de formation en leadership internes, comme Nouveaux leaders (pour les nouveaux gestionnaires), Diriger pour gagner (pour les chefs de personnel) et Diriger des équipes gagnantes (pour les directeurs), servent à peaufiner les compétences en leadership et à partager les meilleures pratiques de perfectionnement et d'engagement des membres d'équipe.
- Les gestionnaires ont accès à Harvard ManageMentor, un outil de perfectionnement de premier ordre servant à développer les aptitudes techniques et le savoir-faire en matière de gestion de personnel.
- Quant à la formation pour les employés de première ligne, elle comprend Service spectaculaire et Changez de mode, programmes conçus pour aider à bâtir d'excellentes aptitudes et équipes liées au service à la clientèle. De plus, nous donnons à nos employés de première ligne les moyens de prendre en charge l'avancement de leur carrière grâce à La Voie, un programme de développement de carrière qui comprend des séances de clavardage, des webinaires, le perfectionnement de compétences professionnelles ainsi que des cours et des stages pour le cheminement choisi.
- Tous les employés ont accès à notre réseau d'apprentissage en ligne offrant plus de 3 000 cours dans de nombreuses disciplines, des communications jusqu'à la gestion de projet.



Plus d'info

+ [Gestion des talents](#)

### Taux de roulement volontaire (%)



### Rétention des employés et mobilité interne

Nos tendances en matière de rendement	2014	2013	2012	2011
Taux de roulement volontaire	14,7 % <sup>✱</sup>	13,7 %	15,1 %	17,0 %
Nombre total d'employés (approximation)	27 000	28 000	27 000 <sup>1</sup>	29 000 <sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ce nombre a été révisé en 2013 afin de respecter la méthodologie actuelle.

<sup>✱</sup> Certifié de façon indépendante en 2014.

En 2014, il y a eu une augmentation du taux de roulement volontaire du personnel, qui est passé de 13,7 % l'année précédente à 14,7 %<sup>✱</sup>. Le taux de roulement reste le plus important chez les employés de la génération Y, ce qui correspond à ce que l'on constate dans les autres milieux de travail. Grâce à davantage d'investissements dans la formation et à un accent accru sur la mobilité interne, nous visons à diminuer ces résultats en 2015.

Nous avons aussi connu une diminution du nombre total d'employés en 2014, en raison de la restructuration de l'entreprise et de la mise en œuvre de Rogers 3.0. Il y a eu une baisse de 15 % du nombre d'employés à l'échelon de la direction et plusieurs centaines de postes ont été éliminés à l'échelon des cadres intermédiaires. Ces décisions n'ont pas été faciles à prendre et comme dans tous les cas de pertes d'emploi, les employés touchés ont reçu des indemnités de départ allant au-delà des exigences réglementaires, et nous avons offert un accès à des services de transition de carrière afin d'aider les employés à trouver des postes convenables à l'extérieur de Rogers.

Rogers a lancé un processus d'entrevue de fin d'emploi à l'échelle de l'entreprise en 2014 afin d'établir un processus standard pour nous aider à comprendre les raisons pour lesquelles les employés talentueux quittent l'entreprise volontairement en recueillant des commentaires pertinents et utiles auprès d'eux. L'information est regroupée afin d'aborder les taux de rétention et de cerner les occasions d'amélioration.

Nous nous concentrons également sur la mobilité interne, en tentant d'affecter des employés actuels à de nouveaux postes. À cet égard, nous avons constaté une tendance positive au sein de certains de nos indicateurs de rétention, dont un taux de placement interne de 27,1 %, soit une augmentation de 9,5 % par rapport à 2013. Nous avons aussi défini clairement les responsabilités de chaque employé dans l'entreprise afin qu'ils puissent travailler efficacement comme Une seule Rogers en visant une stratégie et des objectifs communs.



Pour la cinquième année consécutive, Rogers a été reconnue comme un choix incontournable pour les diplômés des collèges et universités qui cherchent un merveilleux endroit où commencer leur carrière.



Cette compétition annuelle souligne le mérite des employeurs de la région du Grand Toronto qui font figure de meneurs dans leur secteur respectif en offrant un environnement de travail exceptionnel. La publication de cette liste des meilleurs employeurs, qui en est à sa neuvième année, est commanditée par les éditeurs du palmarès des 100 meilleurs employeurs au pays.

### Rémunération globale

Nos tendances en matière de rendement	2014	2013	2012	2011
Salaires et avantages sociaux des employés (en millions de dollars)	1 940 <sup>+</sup> \$	1 940 \$	1 813 \$	1 753 \$
Pourcentage des employés admissibles participant au régime de retraite à prestations déterminées de Rogers <sup>1</sup>	44 %	37 %	35 %	33 %
Pourcentage des employés admissibles participant au régime d'actionnariat des employés de Rogers <sup>1</sup>	62 %	55 %	51 %	46 %
Pourcentages des employés admissibles participant au régime enregistré d'épargne-retraite collectif <sup>1</sup>	25 %	23 %	23 %	22 %
Pourcentages des employés admissibles participant au CÉLI collectif <sup>1</sup>	6 %	s.o. <sup>2</sup>	s.o. <sup>2</sup>	s.o. <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Les employés admissibles sont les employés à temps plein et les employés à temps partiel ayant accumulé plus de trois mois de service.

<sup>2</sup> L'indicateur a été divulgué pour la première fois en 2014.

<sup>+</sup> Certifié de façon indépendante en 2014.

Le montant total des salaires et des avantages sociaux des employés à temps plein et à temps partiel s'est établi à environ 1 940 millions de dollars<sup>+</sup>, ce qui est le même montant qu'en 2013. Il y a eu une diminution du nombre d'employés, une diminution des charges de retraite en raison des frais d'intérêts nets moins élevés et une baisse de la rémunération à base d'actions, qui ont été contrebalancées par la hausse des salaires versés aux joueurs de baseball et des coûts des avantages sociaux. Nous avons connu une augmentation de la participation à nos divers régimes d'avantages sociaux.

Notre programme Rémunération globale est conçu pour récompenser et promouvoir le rendement des employés. Il comprend un régime de soins de santé complet, des rabais généreux pour les employés et un des meilleurs programmes d'accumulation de capital qui soient. Celui-ci consiste en un régime de retraite à prestations déterminées, un régime d'actionnariat des employés, un compte d'épargne libre d'impôt et un REER collectif.

En 2014, nous avons présenté un relevé de la Rémunération globale en ligne qui indique la valeur totale de la contribution de Rogers dans le cadre du programme Rémunération globale de Rogers. Ce relevé indique la rémunération et les avantages actuels d'un employé ainsi que les secteurs dans lesquels l'employé pourrait tirer un meilleur parti de la rémunération offerte par Rogers. En outre, nous avons fait appel à un fournisseur de services tiers pour gérer nos programmes d'accumulation de capital, offrant à nos employés un nouvel éventail de fonds, des capacités en ligne élargies et des conseils gratuits d'un conseiller en finances. À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2014, nous avons procédé à une majoration de l'année de référence pour notre régime de retraite à prestations déterminées de Rogers, augmentant le montant que les employés participants recevront une fois à la retraite.

Nous soutenons une main-d'œuvre vieillissante au moyen de programmes offerts aux employés qui entament les dernières années de leur carrière. Par exemple, en 2014, nous avons tenu de nouvelles séances de planification de retraite pour nos employés ainsi que des webinaires trimestriels pour promouvoir nos programmes d'accumulation de capital et nous avons envoyé des rappels réguliers à nos employés ne participant pas encore aux programmes.



# Diversité et inclusion



## Les meilleurs employeurs pour la diversité au Canada

Les efforts de Rogers pour créer un environnement de travail sous le signe de la diversité, pour le bien de ses employés, de ses clients et de la collectivité ont été reconnus.

### Pourquoi il s'agit d'une question importante

Chez Rogers, un milieu de travail inclusif à l'image des diverses collectivités que nous servons stimule un rendement accru pour nos employés, nos clients et notre entreprise.

Nous comprenons le lien qui existe entre l'expérience employé et l'expérience client et nous nous engageons à créer un lieu de travail inclusif.

### Approche à la gestion

Chez Rogers, la diversité et l'inclusion sont une pierre angulaire de nos efforts en matière de RSE. Il s'agit de favoriser un milieu de travail diversifié et inclusif qui augmente l'engagement des employés et stimule le rendement de l'entreprise de façon socialement responsable. Nos objectifs consistent à :

- tenir compte de notre marché diversifié et à nous assurer que tous les employés réalisent leur plein potentiel;
- favoriser une culture inclusive où tous les employés se sentent acceptés et motivés;
- bâtir la marque Rogers de sorte que les clients et les personnes talentueuses de tous les horizons choisissent Rogers.

Établi en janvier 2013, le conseil de leadership en matière de diversité supervise l'élaboration et la mise en œuvre de notre stratégie de diversité et d'inclusion. Ce comité est présidé par un membre de l'équipe de haute direction et est composé de dirigeants d'affaires de toute l'entreprise qui représentent un échantillon de la diversité (sexe, âge, race, ethnicité et capacité).

Nous évaluons notre approche relative à la diversité et à l'inclusion de nombreuses façons, notamment :

- la représentation de divers groupes de notre main-d'œuvre;
- les résultats de notre indice de diversité qui mesure les perceptions des employés;
- la reconnaissance et les comparaisons externes, dont la disponibilité sur le marché du travail.

### Nos tendances en matière de rendement

Groupe	Poste	Disponibilité sur le marché du travail <sup>1</sup>	Pourcentage chez Rogers			
			2014	2013	2012	2011
Femmes	Chefs principaux	27,4 %	28,9 %	27,2 %	28,1 %	28,0 %
	Dans l'ensemble	47,6 %	39,7 %	40,1 %	40,6 %	41,3 %
Minorités visibles	Chefs principaux	10,1 %	10,0 %	7,8 %	8,1 %	8,1 %
	Dans l'ensemble	25,8 %	31,8 %	31,7 %	31,8 %	31,6 %
Autochtones	Chefs principaux	2,9 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
	Dans l'ensemble	1,7 %	0,9 %	0,9 %	0,9 %	0,9 %
Personnes handicapées	Gestionnaires	4,3 %	0,8 %	0,8 %	0,5 %	0,5 %
	Dans l'ensemble	4,9 %	1,1 %	1,2 %	1,1 %	1,2 %

<sup>1</sup> Disponibilité sur le marché du travail selon les données du recensement de 2011. (données de comparaison utilisées pour 2014).

☼ Certifié de façon indépendante en 2014.

# Diversité et inclusion

## Suite

### Stratégie en matière de diversité et d'inclusion

Une main-d'œuvre diversifiée et inclusive fait partie intégrante du plan de Rogers lié au personnel. Une nouvelle équipe responsable de la diversité a été formée en 2014 pour élaborer et exécuter des plans d'action ciblés et stimuler le recrutement, le perfectionnement et le maintien de femmes, de minorités visibles, de personnes ayant un handicap, d'Autochtones, de personnes lesbiennes, gaies, bisexuelles et transgenres/transsexuelles et de personnes de toutes les générations.

Tablant sur une solide base de pratiques équitables liées aux ressources humaines et sur une culture axée sur le rendement, et grâce à des équipes et à une stratégie en matière de diversité et d'inclusions bien en place, Rogers est dans une bonne position pour hausser sa représentation de femmes, de minorités visibles, de personnes ayant un handicap et d'Autochtones. Outre ces efforts, nous continuons à développer une culture inclusive et à élargir notre portée afin de joindre la communauté LGBT et les employés de toutes les générations.



Des membres de notre conseil de leadership en matière de diversité reçoivent le prix des meilleurs employeurs pour la diversité de Mediacorp.

### Rendement en 2014

En 2014, nous avons augmenté ou maintenu la représentation globale des femmes, des minorités visibles, des Autochtones et des personnes ayant un handicap par rapport à 2013.

- La représentation des femmes demeure forte chez Rogers. En 2014, des projets de développement ciblés ont continué à consolider la représentation des femmes à l'échelle de l'entreprise, dont le programme de mentorat du Réseau des femmes de Rogers, qui apparie des dirigeantes avec des employées occupant différents postes dans diverses unités fonctionnelles. Des résultats de sondage positifs indiquent que 52 % des protégées sont d'accord et 35 % sont tout à fait d'accord sur le fait que le programme a constitué une occasion de développement bénéfique. De même, 60 % des mentors affirment qu'elles feraient du bénévolat en tant que mentor à l'avenir.
- Il y a une bonne représentation des minorités visibles partout dans l'entreprise. Le conseil de leadership en matière de diversité et les équipes responsables de la diversité et de l'inclusion, en collaboration avec les dirigeants d'affaires, ont lancé une initiative ciblée pour augmenter la représentation.
- En harmonie avec ses impératifs commerciaux et ses objectifs en matière de talent, Rogers s'engage à augmenter la représentation des personnes ayant un handicap et des Autochtones. Nous avons un plan pour chacun de ces groupes qui met l'accent sur la visibilité du leadership, la sensibilisation, le recrutement régional et de meilleurs accommodements. En raison de l'augmentation de la population dans les bassins de travailleurs respectifs, nous reconnaissons l'occasion économique que représentent les talents uniques chez les personnes ayant un handicap et les Autochtones. Aussi, nous avons rédigé un questionnaire d'auto-identification plus inclusif et mis en œuvre une stratégie de communication faisant la promotion de l'inclusion.

Grâce à nos efforts, en 2014, nous avons de nouveau été sélectionnés parmi les meilleurs employeurs pour la diversité au Canada.

### Projets clés en 2014

- Nous avons ouvert une section à Brampton du Réseau des femmes de Rogers pour accroître sa présence à l'extérieur du siège social. Le Réseau des femmes de Rogers soutient les femmes qui veulent acquérir les compétences et liens professionnels dont elles ont besoin pour faire avancer leur carrière. Nous avons également lancé de nouveau le programme de mentorat du Réseau des femmes de Rogers afin d'accroître le nombre de femmes qui accèdent à des postes de direction.
- Nous avons lancé FiertéRogers, un groupe de soutien virtuel pour les personnes lesbiennes, gaies, bisexuelles et transgenres/transsexuelles et les groupes apparentés chez Rogers qui leur permet de tisser des liens et d'échanger. Cette initiative interne a été mise sur pied par des employés membres de Fierté au travail Canada, un organisme national et partenaire de Rogers dont la mission consiste à améliorer l'inclusion au sein du milieu de travail des employés de la communauté LGBT.
- Nous avons créé notre tout premier indice de diversité, qui a été intégré à notre sondage sur l'engagement des employés en avril 2014 (R10) et qui mesure la perception des employés envers nos efforts de diversité. Les résultats de Rogers se sont rapprochés de ce qui se fait de mieux dans l'industrie.
- Nous avons conçu et offert de la formation sur le recrutement dans un contexte de diversité pour les recruteurs de Rogers partout au pays.

En 2015, nous allons rehausser notre plan de diversité et d'inclusion en intégrant la diversité dans tout le processus de gestion des talents, en fixant des responsabilités et des objectifs ambitieux, en renforçant l'engagement et les responsabilités des employés et en faisant évoluer les groupes de ressources pour les employés.



#### Plus d'info

- + [Les droits de la personne](#)
- + [Réseau des femmes Rogers](#)

# Santé, sécurité et bien-être des employés

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

**Le succès de notre entreprise est directement lié à la sécurité et au bien-être de nos employés.**

## Approche à la gestion

Nous avons un programme exhaustif et intégré en matière de milieu de travail sain. Notre objectif consiste à protéger les personnes en prévenant les blessures, et nous investissons des millions de dollars et des millions d'heures en formation sur la sécurité toutes les années. Nous avons mis en place des programmes et des pratiques solides pour cerner les risques potentiels et les réduire, et nous examinons continuellement ces pratiques, nos sites et notre travail afin d'assurer la sécurité de nos employés. Nos employés, de ceux de première ligne aux membres de la direction, s'efforcent d'améliorer constamment ces processus et nos pratiques de sécurité afin d'atteindre notre objectif de « zéro blessure ».

Nous nous concentrons aussi à renforcer la santé physique et mentale de nos employés. Ces efforts vont au-delà des régimes de soins médicaux afin d'aider nos employés à adopter un mode de vie sain au travail, à la maison et au sein de leur collectivité.



**Nombre d'ambassadeurs du programme Bien-être dans tout le Canada**

Nos tendances en matière de rendement	2014	2013	2012	2011
Blessures liées au travail :				
Taux d'incidents entraînant une perte de temps <sup>1</sup>	<b>0,39</b>	s.o. <sup>2</sup>	s.o. <sup>2</sup>	s.o. <sup>2</sup>
Décès	<b>0</b>	1	0	0
Nombre de comités de santé et de sécurité au travail dans tout le Canada	<b>63</b>	66	s.o. <sup>3</sup>	s.o. <sup>3</sup>
Nombre d'ambassadeurs du programme Bien-être dans tout le Canada	<b>65</b>	62	s.o. <sup>3</sup>	s.o. <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Par 200 000 heures travaillées

<sup>2</sup> L'indicateur a été divulgué pour la première fois en 2014.

<sup>3</sup> L'indicateur a été divulgué pour la première fois en 2013.

Certifié de façon indépendante en 2014.

## Santé et sécurité au travail

Cette année, notre capacité de fournir des statistiques sur les incidents s'est améliorée grâce à la mise en œuvre en 2013 de la Zone santé et sécurité, système de signalement d'incidents en ligne. La Zone santé et sécurité nous permet de repérer les tendances en matière d'incidents et de discuter des mesures de prévention appropriées. Pour la première fois, nous avons recueilli des données pour une année complète, grâce auxquelles nous avons eu un examen approfondi et complet des causes principales de nos risques.

En 2014, notre taux d'incidents entraînant une perte de temps a été de 0,39 par 200 000 heures travaillées. Même si nous n'avons pas fixé d'objectif pour 2014, ces résultats se comparent favorablement à la moyenne de l'industrie américaine des télécommunications qui est de 1,1 accident entraînant une perte de temps par 200 000 heures travaillées.

Grâce à notre Comité national d'orientation sur la santé et la sécurité, à nos 63 comités mixtes cadres-salariés sur la santé et la sécurité au travail, qui représentent nos plus importants lieux de travail, et à une multitude de représentants en santé et sécurité dans nos lieux de travail moins importants, presque tout notre personnel est représenté, et les programmes et leur application en milieu de travail sont suivis de près, des recommandations étant formulées au besoin. Chaque mois, tous les sites sont inspectés par les comités locaux, et les employés participent à ce processus en inspectant quotidiennement leur équipement de protection individuel ainsi que les véhicules de la société.

# Santé, sécurité et bien-être des employés

## Suite



# 28 633

visites sur le site web de Bien-être pour accéder à des renseignements et à des outils sur le bien-être

# 41 %

Augmentation des participants au défi de santé en ligne considérés comme étant « très actifs » (faisant de l'exercice de 5 à 7 fois par semaine)



# 60 %

Pourcentage des répondants à l'évaluation des risques pour la santé en ligne qui sont d'accord pour dire que Rogers reconnaît l'importance de la santé et du bien-être des employés



Plus d'info

+ [Site web Bien-être](#)

Tous les nouveaux employés participent à des séances d'orientation durant lesquelles ils prennent connaissance du programme de santé et sécurité de Rogers et pendant leurs premiers mois de travail chez Rogers, ils effectuent une orientation complète en santé et sécurité de façon autonome et avec leurs gestionnaires. De la formation additionnelle est offerte selon les postes, organisée par les gestionnaires d'employés avant le début du travail et sur une base continue.

### Projets clés en 2014 :

- La mise en œuvre d'un système de préqualification en matière de santé et de sécurité pour les sous-traitants nous a permis de franchir une étape importante dans la gestion de la sécurité.
- Nous avons mené un examen à grande échelle de l'ensemble du programme de santé et sécurité de Rogers et nous allons transmettre les enseignements retenus et agir en fonction d'eux en 2015.
- Nos quatre comités directeurs de gouvernance se sont réunis une fois par trimestre afin de discuter du rendement de l'entreprise en matière de santé et sécurité ainsi que des stratégies et des enjeux liés à ce domaine dans leur secteur d'activité respectif. En outre, un comité de gouvernance pour l'ensemble de l'entreprise a été formé. Ses membres comprennent certains de nos plus hauts dirigeants, dont des membres de l'équipe de la haute direction.
- Notre campagne promotionnelle pour la Semaine de la santé, de la sécurité et du bien-être en mai 2014 a été plus substantielle et plus visible que les années précédentes et comprenait des communications de responsables de la haute direction abordant l'importance de la santé et sécurité.

En 2015, nous allons diriger nos efforts sur les dangers les plus importants, dont la sécurité des sous-traitants, le travail en hauteur et l'entrée en espace clos. Nous allons également améliorer la formation sur la sécurité pour tous les employés, en nous concentrant sur les gestionnaires, alors que nous continuons à stimuler l'engagement en matière de sécurité partout dans l'entreprise.

### Bien-être des employés

Nous avons un réseau grandissant d'ambassadeurs bénévoles du programme Bien-être dans des bureaux de Rogers partout au pays qui font la promotion du bien-être et aident leurs collègues à mener des vies plus saines, ainsi qu'à mettre en œuvre des projets locaux pour encourager la participation et l'apprentissage. À la fin de 2014, il y avait 65 ambassadeurs de bien-être en activité, une hausse par rapport à l'année précédente où il y en avait 62.

En 2014, des milliers d'employés ont participé aux diverses initiatives du programme Bien-être, notamment les défis santé, les évaluations en ligne des risques pour la santé et les cliniques de santé ponctuelles offrant gratuitement des vaccins contre la grippe. Le programme Bien-être a été lancé en 2009 pour faire la promotion d'habitudes saines pour la santé. Ce programme est en constante évolution grâce à de nouvelles initiatives, dont l'élaboration d'une stratégie qui se fonde sur la norme de santé et sécurité psychologiques en milieu de travail de la Commission de la santé mentale du Canada.

En 2014, Rogers a obtenu une attestation de niveau 2 d'Excellence Canada en matière de milieu de travail sain, en adhérant à des critères stricts pour favoriser une culture en matière de milieu de travail sain. Nous avons aussi reçu un Certificat d'excellence d'Hypertension Canada qui a souligné le fait que le programme Bien-être a mis en place une variété de programmes pour employés les sensibilisant à l'hypertension et les encourageant à vérifier leur tension artérielle.

### Accommodements

Afin de favoriser un milieu de travail sain, nous offrons des accommodements pour aider tous les employés à effectuer leurs tâches du mieux qu'ils le peuvent. Par exemple, en 2014 :

- 445 employés de tous les groupes désignés ont profité d'évaluations et de modifications de leur poste de travail afin d'en améliorer l'ergonomie.
- Les programmes de retour au travail ont facilité le retour de 2 680 employés qui étaient absents à cause d'une blessure ou d'une maladie.
- Les horaires de travail ont été modifiés pour 57 femmes enceintes, qui ont aussi profité de chaises ergonomiques et d'autres accommodements.



Contenu

# Responsabilité environnementale





# Responsabilité environnementale

C'est en grande partie grâce à une solide gérance environnementale que nous réussissons à demeurer une entreprise durable tout en contribuant de façon positive à la santé de nos collectivités et à l'économie. Pour réduire l'empreinte environnementale de nos activités commerciales, nous mettons l'accent sur la réduction des trois éléments qui ont le plus d'impact : l'énergie, le papier et les déchets.

## Faits saillants de 2014



**RACE TO  
REDUCE**  
THE SMART ENERGY OFFICE CHALLENGE

Notre siège social a gagné le prix Building Performance Award pour la plus faible consommation dans sa catégorie de dimension d'immeuble

Réduction de

**4,7 %**

des émissions de GES par rapport à 2013.



## Aperçu de nos progrès

✓ Atteint ✗ Non Atteint

DESCRIPTION	2014	PROGRÈS	RÉSULTATS ET COMMENTAIRES	2015
	OBJECTIFS			OBJECTIFS
<b>Question importante : consommation d'énergie et changements climatiques</b>				
Utilisation de l'énergie (gigajoules)	Réaliser des progrès graduels vers nos cibles de 2025.	✗	La consommation d'électricité a augmenté de 5,2 % par rapport à 2013.	Réaliser des progrès graduels vers nos objectifs de 2025.
Émissions de gaz à effet de serre (tonnes de CO2 émis)	Réaliser des progrès graduels vers nos cibles de 2025.	✓	Les émissions de gaz à effet de serre de portée 1 et 2 ont diminué de 2,8 % depuis 2013.	Réaliser des progrès graduels vers nos objectifs de 2025.
<b>Question importante : réduction de la consommation de papier</b>				
Consommation de papier (tonnes)	Réduire la consommation de papier à l'interne.	✓	La consommation de papier à l'interne a diminué de presque 2 %.	Réduire la consommation de papier à l'interne.
Clients recevant des factures électroniques	Accroître ce pourcentage à 61 %.	✗	60 %	Accroître ce pourcentage à 65 %.
<b>Question importante : déchets et recyclage</b>				
Total des déchets recyclés (en tonnes)	Mettre l'accent sur l'engagement et la sensibilisation des employés en ce qui a trait aux meilleures pratiques de recyclage.	✓	Expansion du programme de recyclage Pousse vert! visant à réduire les déchets provenant des bureaux.	Accroître le volume de matériaux à recycler et promouvoir les meilleures pratiques.
Pourcentage de la totalité des déchets détournés des sites d'enfouissement	Accroître la proportion des déchets détournés des sites d'enfouissement.	✗	La proportion de déchets détournés des sites est passée de 63 % en 2013 à 55 % l'année suivante.	Accroître le volume de matériaux à recycler et promouvoir les meilleures pratiques.

# Consommation d'énergie et changements climatiques

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

Les changements climatiques constituent une question importante pour nous tous, et il est essentiel que nous déployions des efforts pour réduire notre empreinte. Chez Rogers, nous courons des risques liés aux changements climatiques provenant des sources suivantes :

- des coûts en énergie accrus en raison de nouveaux règlements liés aux changements climatiques;
- les risques financiers, opérationnels et physiques pour notre infrastructure de télécommunications entraînés par les événements météorologiques extrêmes qui sont associés aux changements climatiques.

## Approche à la gestion

Rogers exploite des milliers d'installations : des immeubles dont l'entreprise est propriétaire ou locataire, des stations de transmission cellulaires, des stations d'alimentation en électricité, des magasins, un grand parc automobile, etc. Nous attachons donc beaucoup d'importance à la réduction de nos émissions de gaz à effet de serre et de notre consommation énergétique.

Nous comptons un Comité directeur en matière de responsabilité environnementale qui définit notre stratégie, nos pratiques et nos progrès sur le plan de l'environnement, ce qui comprend des mesures visant à atténuer les risques liés aux changements climatiques et à saisir les occasions qui se présentent dans ce domaine. Dirigé par le vice-président, Services immobiliers d'entreprise, et sous la direction du Comité de gouvernance de la RSE, ce comité se compose de près de 40 représentants de tous les segments d'affaires. Cinq sous-comités assistent le Comité directeur en matière de responsabilité environnementale en ce qui a trait à la mise en œuvre de la stratégie environnementale.

Notre politique environnementale décrit nos normes, notre approche et notre gestion en matière d'environnement, et nous avons défini des cibles claires de réduction en matière d'émissions de gaz à effet de serre et de consommation énergétique.

L'évaluation des risques et des occasions d'amélioration que présentent les changements climatiques est réalisée aux multiples échelons de Rogers, entre autres par le Comité de gouvernance de la RSE, le Comité directeur en matière de responsabilité environnementale et l'équipe spécialisée en environnement, dans le cadre de l'évaluation annuelle de notre empreinte carbone. Chaque année, nous participons au Carbon Disclosure Project (CDP) (projet de déclaration en matière d'émissions de dioxyde de carbone), en vertu duquel nous divulguons les impacts des changements climatiques sur Rogers et les mesures que nous prenons pour les combattre.

## Consommation d'énergie

Nos tendances en matière de rendement	2014	2013	2012	2011
Consommation totale d'énergie en fonction du revenu (en gigajoules par million de dollars de revenu)				
Consommation énergétique directe	657 415	635 008	586 954	654 504
Consommation énergétique indirecte	3 599 503	3 412 252	3 203 957	3 106 891
<b>Consommation énergétique totale</b>	<b>4 256 918*</b>	4 047 260	3 790 911	3 761 395
Consommation énergétique totale (en gigajoules) en fonction du revenu (millions de dollars)				
	331	319	304	305

Les données des années précédentes ont été révisées afin d'inclure les données énergétiques associées au parc de véhicules  
\* Certifié de façon indépendante en 2014.

Nous faisons le suivi de la consommation totale d'énergie à l'échelle de l'entreprise, ce qui comprend les immeubles de bureaux dont l'entreprise est propriétaire ou locataire, les stations de transmission cellulaires, les stations d'alimentation en électricité, les magasins et le parc automobile. En 2014, notre consommation totale d'énergie a augmenté de 5,2 % par rapport à 2013. Par rapport à la croissance de l'entreprise (en fonction du revenu), la consommation d'énergie s'est accrue de 4 % comparativement à 2013. Notre entreprise poursuit sa croissance, et il est plus difficile de réduire la consommation énergétique. Nous attribuons l'augmentation de la consommation d'énergie cette année au nombre accru de tours de transmission sans-fil et du service de câble, servant à l'exploitation de notre réseau, et à l'utilisation accrue de nos stations d'alimentation en électricité et de nos immeubles. Même si la consommation d'énergie de nos tours s'est accrue, l'intensité énergétique par station a diminué. De plus, la consommation énergétique de notre parc automobile a diminué de 3 % au cours de la dernière année.



Pour obtenir plus de renseignements en ligne :

- + [Stratégie environnementale](#)
- + [Système de gestion environnementale](#)
- + [Des valeurs environnementales inhérentes à notre culture](#)
- + [Gouvernance environnementale](#)
- + [Conception écologique](#)

# Consommation d'énergie et changements climatiques

Suite

## Initiatives de réduction de la consommation d'énergie en 2014

La réduction de notre consommation d'énergie et des émissions de carbone qui y sont associées continue à poser des difficultés en raison de l'utilisation croissante par les consommateurs de nos réseaux sans-fil et à large bande. Pour remédier à cette situation, nous continuons d'améliorer l'efficacité énergétique de nos activités commerciales, d'investir dans des technologies liées à l'environnement et de favoriser les changements de comportement au sein de l'entreprise.

Au cours des deux dernières années, l'un de nos principaux objectifs a été d'améliorer l'efficacité énergétique de chaque système. Par conséquent, nous continuons d'investir dans des systèmes de climatisation efficaces et écologiques pour compenser l'augmentation de la consommation d'énergie attribuable à la croissance de notre entreprise.

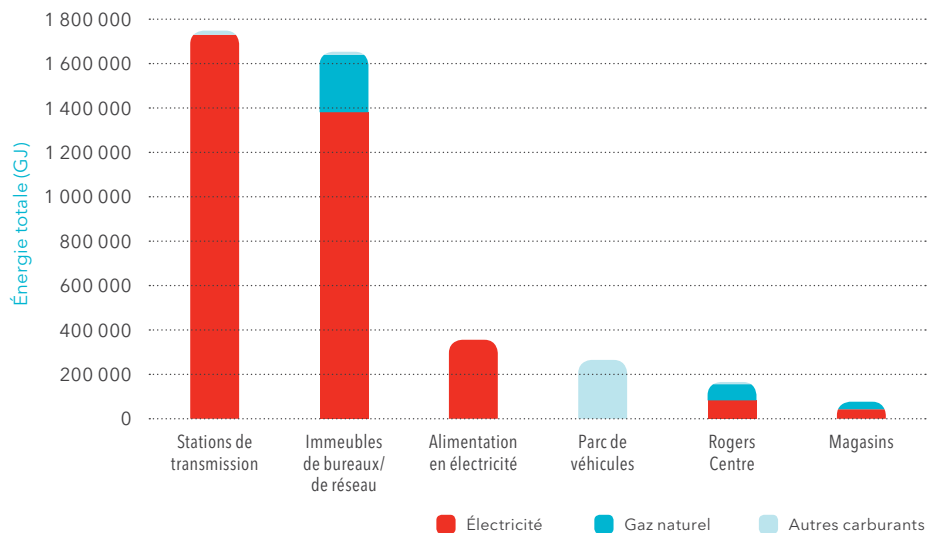
### Voici les faits saillants de la dernière année :

- Nous avons modernisé l'éclairage de quatre immeubles, ce qui a permis une réduction de la consommation de 800 000 kWh. Depuis 2011, nous avons modernisé 15 immeubles, ce qui nous a permis de réduire notre consommation d'électricité d'environ 4,5 millions de kWh, soit assez d'énergie pour alimenter 550 foyers canadiens pendant un an. Cette initiative a rendu possible une réduction des émissions de GES de l'ordre de 1 500 tonnes.
- Nous avons mis en œuvre des stratégies de commande des systèmes CVCA à notre siège social, ce qui a permis de réduire la consommation d'énergie d'environ 200 000 kWh.
- Nous avons mené des études rétroactives dans nos immeubles et nous avons mis en œuvre des mesures permettant d'améliorer l'efficacité opérationnelle comme des horaires d'éclairage optimisés.
- Dans plus de 7 000 stations cellulaires sans-fil à l'échelle nationale, nous continuons à remplacer l'éclairage à incandescence par l'éclairage à DEL afin de réduire la consommation énergétique et les coûts de maintenance de l'infrastructure d'éclairage. En 2014, nous avons installé des systèmes d'éclairage DEL dans 88 stations cellulaires, ce qui mènera à une réduction de consommation énergétique de 96 %.
- Nous continuerons à investir dans la conception intelligente afin d'augmenter la capacité des têtes de réseaux de télévision par câble (équipement principal de réception des signaux de télévision aux fins de traitement et de distribution). En 2014, nous avons installé des systèmes efficaces de climatisation des salles d'ordinateurs dans deux de nos plus grandes installations, ce qui a permis de réduire la consommation énergétique d'environ 450 000 kWh; nous avons aussi formé environ 90 employés du service technique sur la gestion de la climatisation et de la circulation d'air et mis au point de nouvelles normes de conception de l'équipement de climatisation.



+ Découvrez comment l'énergie est utilisée dans un immeuble de Rogers

### Profil énergétique 2014 (GJ)

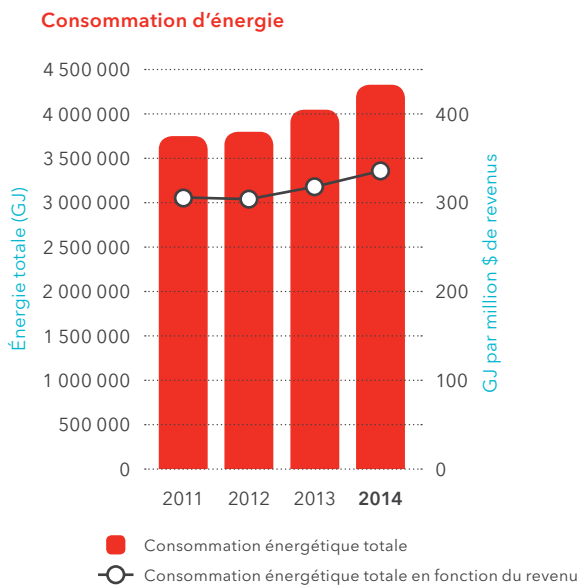


RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

# Consommation d'énergie et changements climatiques

## Suite

- Au [Rogers Centre](#), nous continuons à remplacer les soupapes de commande pour le gaz naturel dans les bureaux, de façon à obtenir une température uniforme et une efficacité énergétique grandement améliorée à la fin du projet en 2015. Nous avons également installé des compteurs divisionnaires additionnels qui améliorent notre capacité de surveiller et de contrôler la consommation d'électricité, et nous avons passé en revue les profils de charge afin de déterminer les possibilités de réduction de consommation d'électricité.

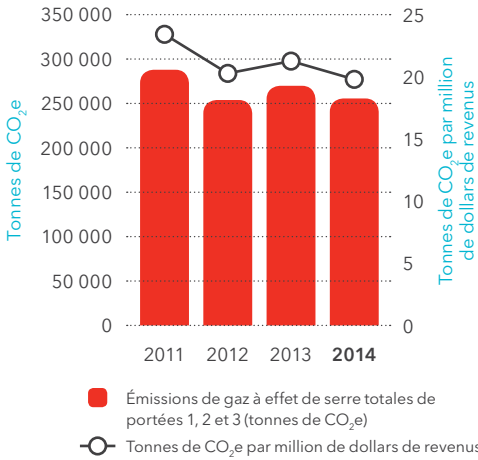


Nous avons également poursuivi l'investissement dans les technologies d'efficacité énergétique à nos centres de données, notamment :

- Utilisation de dispositifs d'alimentation sans coupure (UPS) offrant une efficacité énergétique de 95 % ou supérieure.
- Utilisation de technologies de climatisation surveillant et optimisant la température pour réduire les exigences en matière d'énergie.
- Installation de nouvelles armoires écoénergétiques offrant deux fois plus de capacité ainsi que d'un système novateur de climatisation intégré dans l'armoire dont l'indicateur d'efficacité énergétique est de 1,12.
- Retrait d'équipement utilisant environ 200 kW et transfert et regroupement de tout l'équipement qui n'est pas destiné à la production dans des installations de données centralisées, ce qui permet de réduire la charge électrique globale et de fournir une plus grande capacité pour les charges critiques.
- Certification LEED Argent dans deux de nos centres de données.

Rogers participe activement au programme *Race to Reduce* de l'organisme CivicAction. Il s'agit d'un programme qui encourage les propriétaires d'immeubles commerciaux, les gestionnaires d'installations et les locataires partout dans la région du Grand Toronto à économiser l'énergie, en les mettant au défi de réduire leur consommation totale de 10 % sur une période de quatre ans. Rogers fait participer trois immeubles à ce défi, dont notre siège social au 1, chemin Mount Pleasant, qui a gagné le prix *Building Performance Award* du programme *Race to Reduce* pour la plus faible consommation dans sa catégorie de dimension. Il a obtenu une note impressionnante de 98 sur 100, soit 38 points de plus que la moyenne nationale pour des immeubles de bureaux.

## Émissions de GES

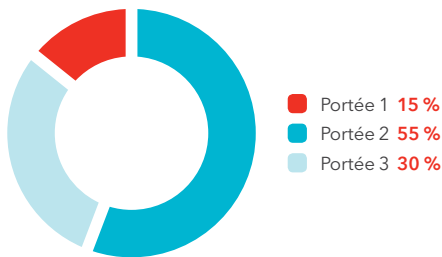


## Notre empreinte carbone

Tendance du rendement	2014	2013	2012	2011
<b>Émissions de GES (tonnes de CO<sub>2</sub> émis)</b>				
Portée 1 (exemple : combustion fixe, carburant mobile et émissions fugitives)	38 197	36 885	34 945	37 559
Portée 2 (achats d'électricité)	140 928	147 383	133 677	159 889
<b>Total partiel des portées 1 et 2</b>	<b>179 125</b>	184 268	168 622	197 448
Portée 3 (exemple : voyages d'affaires, séjours à l'hôtel, déplacements des employés, déchets de bureau)	78 723	86 361	85 268	91 127
<b>Émissions de gaz à effet de serre totales</b>	<b>257 848</b>	270 629	253 890	288 575
<b>Total des GES (tonnes de CO<sub>2</sub>e) en fonction du revenu (en millions)</b>	<b>20</b>	21	20	23

Certifié de façon indépendante en 2014.

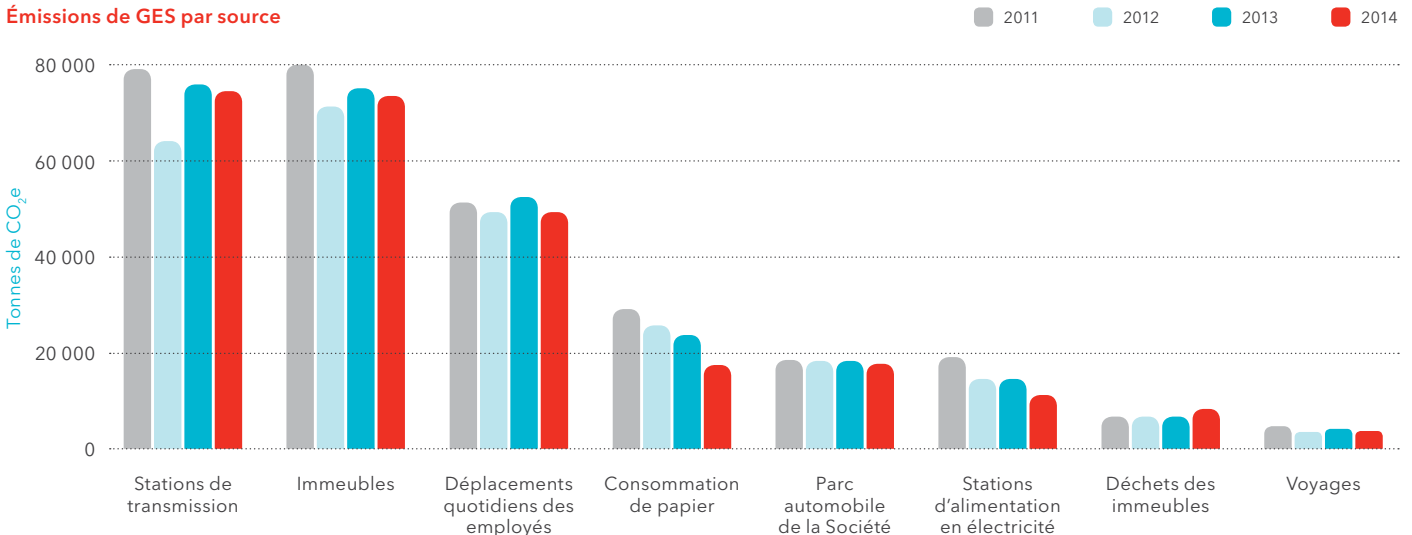
## Émissions de GES par portée



Les émissions de gaz à effet de serre (GES) de portée 1, 2 et 3 totalisaient 257 848 tonnes de dioxyde de carbone émis (CO<sub>2</sub>e), ce qui représente une baisse de 4,72 % par rapport à l'année précédente. Compte tenu de la croissance des activités commerciales, nos émissions de GES en fonction du revenu ont augmenté de 5,79 % par rapport à 2013. Nous attribuons la réduction aux changements favorables apportés aux coefficients d'émissions de gaz à effet de serre provinciaux publiés par Environnement Canada cette année.

Notre portefeuille de biens immobiliers, qui comprend nos magasins et le Rogers Centre, est responsable de la plus grande part de nos émissions totales (29,1 %), puis des sites de transmission (29 %), des déplacements quotidiens de nos employés (19,3 %) et, enfin, du parc automobile de la Société (7 %).

## Émissions de GES par source





# Consommation d'énergie et changements climatiques

Suite

## Parc automobile et déplacements

La gestion responsable de notre parc de 1 938 véhicules commerciaux et des déplacements de nos employés constitue un autre moyen que nous avons mis en œuvre pour réduire notre consommation d'énergie et notre empreinte de carbone. Les activités touchées comprennent les appels de service effectués au moyen d'un véhicule provenant de notre parc, les voyages d'affaires des employés (y compris ceux des Blue Jays de Toronto et leur hébergement à l'hôtel) et les déplacements quotidiens des employés.

Les émissions de gaz à effet de serre totales provenant de notre parc de véhicules, des voyages d'affaires et des déplacements des employés ont atteint 71 473 tonnes de CO<sub>2</sub>e, soit une réduction de 3,9 % par rapport à 2013. Cela comprend 49 703 tonnes de CO<sub>2</sub>e attribuables aux déplacements des employés, 18 082 tonnes attribuables au parc automobile et 3 688 tonnes attribuables aux voyages d'affaires.

En 2010, les gestionnaires du parc automobile de Rogers ont mis sur pied une initiative concernant les véhicules écoénergétiques comportant deux volets : l'examen annuel des nouvelles technologies automobiles et la sélection de véhicules qui présentent des gains sur le plan de l'efficacité. Lorsque les fonctions professionnelles le permettent, les nouveaux véhicules dotés de petits moteurs économes en carburant sont privilégiés et remplacent les véhicules équipés de gros moteurs. Au cours de l'année 2014, cette initiative a permis de remplacer 75 véhicules par des véhicules plus économes en carburant ainsi que de réduire la consommation annuelle de carburant de 67 637 litres et les émissions de CO<sub>2</sub> de plus de 155 tonnes.

Nous utilisons la télématique dans nos véhicules de service de câble et de sans-fil pour faire le suivi des véhicules et consigner le rendement de leur moteur, ce qui nous permet de mieux gérer notre consommation de carburant et nos émissions de CO<sub>2</sub>, et de les réduire. Actuellement, 1 895 de nos véhicules sont dotés de cette technologie. Nous appliquons une politique interdisant la marche au ralenti pour tous les véhicules de Rogers afin de réduire les émissions et les frais de carburant. De plus, 1 246 véhicules de service sont équipés de systèmes de convertisseur continu-alternatif à alimentation de réserve, qui permettent à nos chauffeurs de se servir de leurs outils et de tester l'équipement sur place sans avoir à faire tourner leur moteur, ce qui réduit les émissions de CO<sub>2</sub> de plus de 1 100 tonnes annuellement.

Pour réduire les besoins en matière de déplacements pour affaires, nous fournissons aux employés des salles de téléprésence à nos bureaux partout au Canada. La téléprésence est une fonction de vidéoconférence haute définition permettant de voir les différents bureaux participant à une réunion sur un ou plusieurs téléviseurs grand format. En 2014, Rogers a regroupé ses anciens systèmes de vidéoconférence en un réseau IP haute vitesse offrant une expérience utilisateur fiable et de qualité élevée. D'autres salles de téléprésence seront créées dans tout le pays en 2015 et dans les années à venir pour répondre à la demande. Les employés utilisent également un certain nombre de plateformes numériques pour communiquer entre eux face à face, dont Skype, Microsoft Lync et Adobe Connect.

Pour aider les employés à produire moins d'émissions de GES pendant leurs déplacements entre leur lieu de travail et leur résidence, nous encourageons les modes de transport écologiques en installant des supports à bicyclette sûrs à plusieurs de nos bureaux et en permettant à nos employés de Toronto de profiter d'un rabais d'entreprise sur les titres de transport de la Toronto Transit Commission. En 2014, 10 431 employés ont profité de ces titres de transport, soit 431 de plus que l'année précédente.

## Objectifs de l'entreprise en matière d'environnement

D'ici 2025 :

\* relatives aux portées 1 et 2

Réduire notre consommation d'énergie\* à 10 % de moins que les niveaux de 2011

Réduire nos émissions de gaz à effet de serre\* à 25 % de moins que les niveaux de 2011

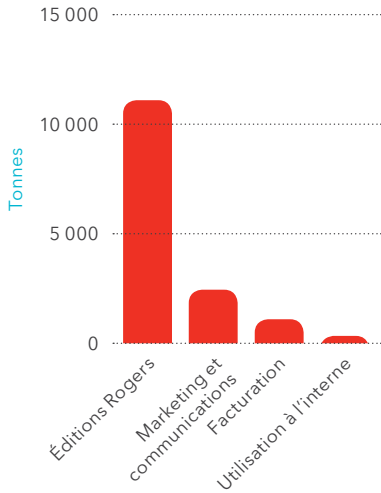
Nous continuons à définir ces objectifs stratégiques dans l'optique d'une application à long terme. Nous reconnaissons les défis que pose la réalisation de ces objectifs, et les résultats dépendront de notre investissement dans l'efficacité énergétique, des avancées sur le plan des sources d'énergie propres dans le réseau, des progrès technologiques ainsi que de l'orientation future de la politique canadienne sur les changements climatiques. La définition de nos objectifs stratégiques nous aide à sensibiliser nos employés aux impacts environnementaux de notre entreprise et à améliorer leur compréhension à cet égard.

En 2014, nous nous sommes rapprochés de notre objectif relatif aux émissions de GES pour les portées 1 et 2. En effet, ces émissions ont connu une réduction de 2,79 % par rapport à 2013 et de 9,28 % par rapport à 2011. Nous attribuons la réduction du rendement aux changements favorables apportés aux coefficients d'émissions de gaz à effet de serre provinciaux publiés par Environnement Canada cette année. Par contre, l'atteinte de notre objectif de réduction de consommation d'énergie demeure un défi de taille, car notre consommation a augmenté de 5,2 % par rapport à 2013 et de 13,17 % par rapport à 2011 en raison de la croissance constante de notre entreprise.

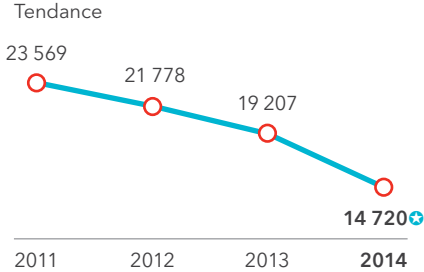


# Réduction de la consommation de papier

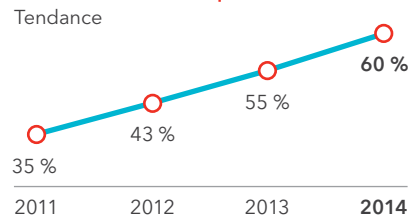
## Utilisation totale de papier par Rogers



## Courbe de tendance de consommation totale de papier



## Proportion de clients ayant reçu des factures électroniques



### Pourquoi il s'agit d'une question importante

Comme nous sommes le premier éditeur du Canada, comptant de nombreux processus administratifs, de communication et de communication avec la clientèle, l'utilisation du papier fait partie de nos activités commerciales.

### Approche à la gestion

Nous attachons beaucoup d'importance à la réduction de l'empreinte environnementale que laisse notre utilisation du papier. Notre sous-comité de réduction du papier et d'approvisionnement s'assure de l'efficacité de notre rendement et met sur pied des initiatives de réduction de la consommation et d'approvisionnement socialement responsable. La promesse de la politique d'approvisionnement en papier des Éditions Rogers détermine nos décisions d'achat quant au papier utilisé pour ses publications.

Nous travaillons de concert avec les fournisseurs pour nous assurer que leurs pratiques d'approvisionnement, de production et de recyclage sont responsables et nous encourageons nos employés à réduire leur consommation de papier. De plus, nous promovons les avantages de notre facture électronique auprès de nos clients, ce qui nous aide à réduire notre consommation de papier et d'énergie.

### Nos tendances en matière de rendement

(En tonnes métriques, sauf les données en pourcentage)

	2014	2013	2012	2011
Consommation de papier totale	14 720*	19 654	21 778	23 569
Éditions Rogers	11 098	14 051	15 642	17 121
Marketing et communications	2 362	4 084	4 264	4 333
Facturation	937	1 190	1 563	1 753
Administration dans les bureaux	323	329	309	362
Proportion de clients ayant reçu des factures électroniques <sup>1</sup>	60 %*	55 %	43 %	35 %

<sup>1</sup> Nombre total de factures électroniques envoyées divisé par le nombre total de factures envoyées.  
\* Certifié de façon indépendante en 2014.

En 2014, nous avons réduit notre consommation totale de papier de 25 % par rapport à 2013. Voici les mesures que nous avons prises pour y parvenir :

- Nous utilisons une quantité moindre de papier dans le cadre de nos activités professionnelles dans les bureaux et aux fins de marketing et de communication. En mettant en œuvre notre stratégie de gestion des impressions à l'interne l'an dernier, nous avons réduit l'impression de documents sur papier de 2 % et nous avons retiré plus de 70 imprimantes du campus principal à Toronto et à Brampton Park en 2014. Ces mesures nous ont permis de sauver environ 360 arbres.
- Nous avons également réduit la quantité de papier utilisée dans le cadre de nos activités de marketing et de communications de 42 % par rapport à l'année précédente.
- Nous avons fait la promotion de la facture électronique auprès de notre clientèle. Par conséquent, 60 % de nos clients l'utilisent, par rapport à 55 % l'année précédente. De plus, pour les clients qui reçoivent des relevés imprimés, nous avons poursuivi la pratique qui consiste à leur offrir, plutôt qu'une facture détaillée, une facture résumée sur l'utilisation de leur appareil sans fil. Cette facture contient uniquement les détails concernant les appels associés à des frais dépassant ceux qui étaient compris dans leur forfait. Grâce à cette initiative, la quantité globale de pages imprimées a diminué.
- La distribution numérique de magazines par les Éditions Rogers, la plus importante société d'édition de magazines au Canada, s'est accrue grâce au service d'abonnement à des magazines numériques Next Issue Canada. Ce service a permis de réduire de 21 % en 2014 la quantité de papier utilisé dans la production et l'impression de magazines classiques.

En plus de nos efforts de réduction, plus de 98 % du papier que nous avons acheté (aux fins de marketing, d'utilisation à l'interne, de facturation et d'impression de magazines) était certifié par le Forest Stewardship Council (FSC). La certification FSC constitue une garantie pour les clients que la fabrication de notre papier a été gérée selon des conditions strictes qui assurent la protection des forêts, des cours d'eau, des réserves fauniques et des espèces de grande valeur pour la conservation.

# Déchets et recyclage

## PROGRAMME POUSSE VERT!

Nous avons étendu notre programme de recyclage pour les employés intitulé **Pousse vert!** en centralisant la collecte de matériaux grâce à de nouveaux centres de tri dans dix immeubles.

Pourquoi il s'agit d'une question importante

La gestion responsable des matériaux que nous utilisons et des déchets que nous produisons importe autant pour l'efficacité opérationnelle de Rogers que pour l'environnement.

Approche à la gestion

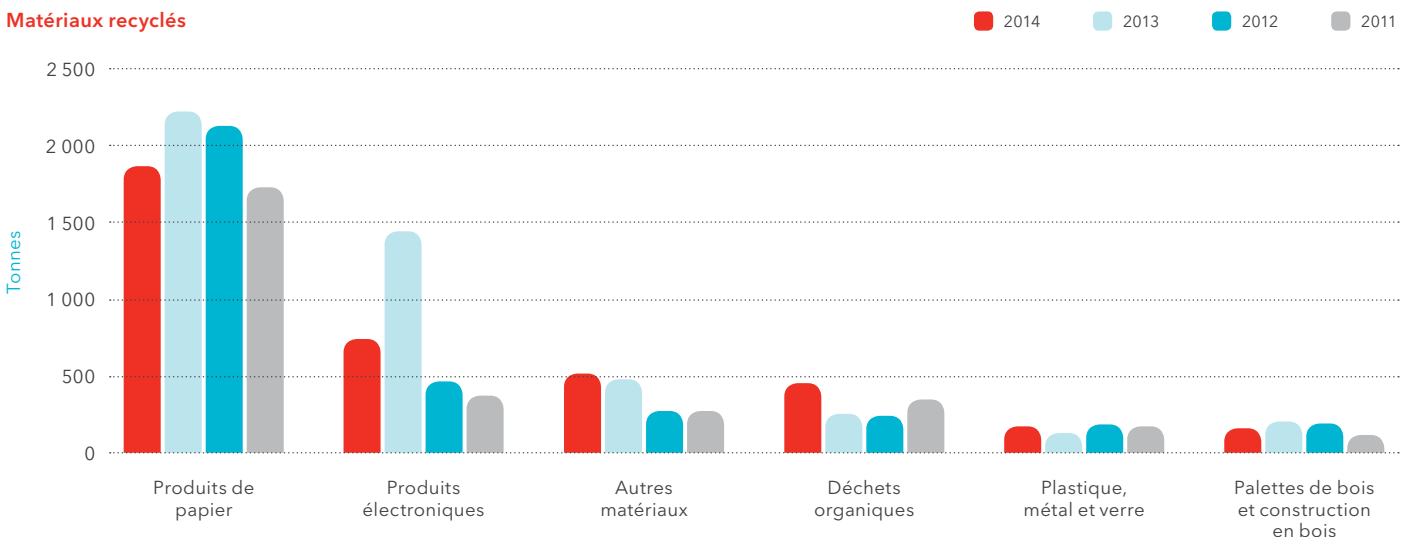
La diminution de la quantité de déchets que nous produisons constitue un autre moyen important de réduire notre empreinte environnementale. Notre sous-comité de gestion des déchets et de recyclage assure l'efficacité de notre rendement et de nos initiatives de réacheminement de déchets.

Afin d'assurer la gestion responsable des déchets que nous produisons et d'en réduire la quantité, nous cherchons des occasions d'éviter la génération de déchets, exécutons des programmes de recyclage et de réutilisation des matières et nous appliquons à promouvoir les comportements de recyclage auprès de nos employés. Nous surveillons la génération de déchets ainsi que le rendement en matière de recyclage dans toutes les propriétés, que ce soient les bureaux, les magasins ou le Rogers Centre, par l'intermédiaire de nos trois fournisseurs de gestion des déchets nationale ainsi que des autres fournisseurs chargés de la gestion de nos produits de télécommunication/TI et du papier utilisé.

Nos tendances en matière de rendement	2014	2013	2012	2011
En tonnes, à l'exception du pourcentage de la totalité des déchets détournés				
Total des déchets produits	7 276	7 550	6 564	6 212
Total des déchets recyclés	4 019	4 739	3 502	3 034
Pourcentage de la totalité des déchets détournés des sites d'enfouissement	55,2 %	62,8 %	53,4 %	48,8 %

En 2014, nous avons produit 7 276 tonnes de déchets, ce qui représente une réduction de 3,6 % par rapport à 2013. Nous avons recyclé 4 019 tonnes de ces matériaux, une baisse de 15,2 % par rapport à 2013, qui peut être attribuée à une quantité moindre de déchets électroniques recueillie. La plus grande partie des matériaux recyclés prenait la forme de produits du papier (25,8 %), suivis des déchets électroniques (10,2 %). Par conséquent, nous avons réalisé un taux de réacheminement des déchets de 55,2 % à l'échelle de la Société.

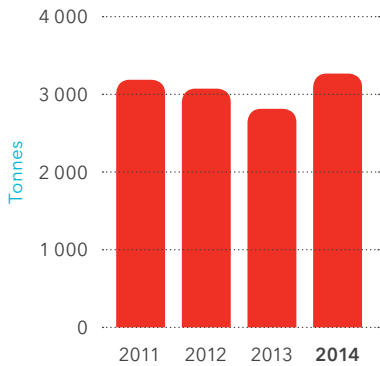
### Matériaux recyclés



# Déchets et recyclage

Suite

## Déchets destinés aux sites d'enfouissement



## Élimination des matériaux par catégorie



- Déchets destinés aux sites d'enfouissement **44,8 %**
- Produits de papier **25,8 %**
- Produits électroniques **10,2 %**
- Autres matériaux **7,1 %**
- Déchets organiques **6,3 %**
- Plastique, métal et verre **2,4 %**
- Palettes de bois et construction en bois **2,3 %**
- Énergie produite à partir de déchets **1,2 %**

## Mobilisation des employés

À la suite d'un projet pilote réussi en 2013, nous avons étendu l'an dernier notre programme de recyclage à l'intention des employés, Pousse vert! : nous avons remplacé les poubelles et les bacs de recyclage à tous les postes de travail par des stations de tri centralisées. Dans le but d'améliorer les efforts de recyclage et d'atteindre un taux de réacheminement des déchets de 70 %, les nouvelles stations de tri affichent des indications sur la séparation de matériaux. Jusqu'à maintenant, nous avons installé environ 500 stations de tri dans 10 immeubles et nous étendons le programme à d'autres emplacements au cours de 2015.

Nous avons apporté plusieurs améliorations au programme en 2014. En effet, nous avons revu la conception, nous avons placé des affiches aux stations de tri pour en faciliter l'usage et favoriser la participation et nous avons élargi la collecte de matières organiques dans les immeubles.

Nous avons également déployé des efforts supplémentaires pour informer et mobiliser les employés en ce qui a trait aux meilleures pratiques de réduction des déchets et de recyclage. Par exemple :

- Nous avons accru le nombre de nos communications et tendu la main à nos équipes vertes, à nos employés et à nos gestionnaires dans le but d'accroître la sensibilisation.
- Nous avons participé à la Semaine canadienne de réduction des déchets, qui a donné lieu à notre première collecte de fournitures de bureau par les employés des bureaux des campus de Toronto et de Brampton. Avec l'aide des équipes vertes, nous avons recueilli plus de 700 classeurs et des centaines d'articles de papeterie qui ont été donnés aux Clubs Garçons et Filles du Canada.
- Nous avons animé nos foires écologiques annuelles au cours desquelles nous avons recueilli des déchets électroniques et enjoint aux fournisseurs d'informer leurs employés au sujet de la réduction de déchets.
- Nous avons offert des formations sur le réacheminement de déchets à certains emplacements dans le but de réduire la quantité de déchets en les réacheminant autant que possible vers les bacs de recyclage et de compostage et en réduisant la quantité de matériel non recyclable utilisé de 50 %.

## Autres programmes de réduction de déchets

Nous avons mis en œuvre en 2014 d'autres programmes de réduction des déchets liés à nos activités d'exploitation et à notre chaîne d'approvisionnement. En voici quelques-uns :

- Nos centres de données à Markham, à London, à Ottawa, à Edmonton et à Calgary ont recueilli des déchets électroniques dans le cadre des célébrations du Jour de la Terre. Depuis 2012, ils en ont recueilli environ 53 tonnes.
- Nous avons installé 3 167 mètres carrés de tapis durable, ne contenant polychlorure de vinyle ni composés organiques volatils.
- Nous avons ajouté 10 000 boîtes réutilisables pour la distribution de produits du câble à nos entrepôts et à nos magasins, pour un total de 39 000. Nous estimons avoir pu ainsi réduire notre utilisation de carton ondulé de plus de 265 tonnes métriques en 2014.
- Nous avons remplacé les contenants en mousse de polystyrène par d'autres récipients en matériaux biodégradables.
- Nous avons réduit la quantité de résidus de cuisine de 25 % grâce à la mise en place d'un processus standard de réduction et de suivi des restes de nourriture.

Une de nos priorités est que 25 % de tous les aliments utilisés dans les cafétérias de Rogers, y compris au Rogers Centre, proviennent de sources locales et durables d'ici la fin de 2015. En collaboration avec « 100km Foods Inc. », nous nous approvisionnons auprès des producteurs de petite taille et de taille moyenne, dans la région de la Ceinture de verdure, qui font pousser des aliments de grande qualité et qui produisent des grains, des produits laitiers, des huiles, des vinaigres, des confitures et d'autres articles d'épicerie en petites quantités. De plus, nous intégrons à la planification des menus davantage de recettes saisonnières afin de maximiser

# Déchets et recyclage

## Suite

l'achat local au cours de l'année. Non seulement cette initiative d'approvisionnement en aliments locaux permet-elle d'améliorer l'économie locale et de nouer de meilleures relations entre les cultivateurs, les exploitants et les clients, mais elle réduit également les émissions de gaz à effet de serre qu'entraînent les modes de production et de transport classiques.

### Déversements et rejets

En 2014, Rogers n'a enregistré aucun rejet d'hydrocarbures halogénés de niveau 3. Les rejets de niveau 3 sont ceux qui doivent être signalés à Environnement Canada dans un délai de 24 heures et dont le poids est supérieur à 100 kilogrammes. Nous avons connu un certain nombre de déversements de moindre importance, y compris 49 déversements de niveau 2 devant être signalés, soit de 10 à 100 kg, et 234 déversements de niveau 1, de moins de 10 kg, qui ne doivent pas être signalés à Environnement Canada. Nous avons aussi connu trois déversements de carburant de moins de 100 litres qui ont été contenus immédiatement.

Afin d'atténuer les risques et de gérer les déversements et les rejets, nous avons des procédures de gestion des hydrocarbures halogénés, de gestion des réservoirs de stockage et de gestion et d'intervention liées aux déversements au moyen de notre système de gestion environnementale, en plus d'offrir des formations aux employés responsables de la gestion de ces programmes.



# Investissement communautaire



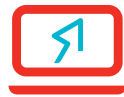
# Investissement communautaire

En collaboration avec nos organismes de bienfaisance partenaires, nous nous engageons à bâtir de solides collectivités et à aborder les questions qui importent le plus aux Canadiens aujourd'hui, comme l'éducation des jeunes et l'inclusion numérique.

## Faits saillants de 2014

**70,8 millions \$**

Montant donné afin de contribuer à la croissance de collectivités fortes et dynamiques



**4 204**

Nombre de ménages abonnés à Branché sur le succès, une solution Internet abordable pour les familles et les jeunes à faible revenu



Près de

**149 535**

Nombre de jeunes Canadiens qui ont profité de programmes éducatifs financés par le Fonds pour la jeunesse Rogers

## Aperçu de nos progrès

✓ Atteint ✗ Non Atteint

DESCRIPTION	2014	PROGRÈS	RÉSULTATS ET COMMENTAIRES	2015
	OBJECTIFS			OBJECTIFS
<b>Question importante : Bienfaisance communautaire</b>				
Dons d'entreprise	Donner 1 % du bénéfice avant impôts à des organismes qui enrichissent nos collectivités	✓	Nous avons donné 4 %* de notre bénéfice avant impôts	Donner plus de 1 % du bénéfice avant impôts à des organismes qui enrichissent nos collectivités
Employés qui ont effectué des activités de bénévolat par l'intermédiaire du Programme des employés bénévoles de Rogers	1 350	✗	1 263*	1 350
<b>Question importante : Inclusion numérique</b>				
Inscriptions à Branché sur le succès, solution Internet abordable de Rogers	Hausser le nombre d'abonnés	✓	4 204 ménages à faible revenu se sont inscrits, une augmentation par rapport aux 1 925 foyers de l'année précédente	1 200 abonnés additionnels

\* Certifié de façon indépendante en 2014.

# Bienfaisance communautaire



Visite d'un centre de technologie  
Visez la réussite Rogers



Visite d'un centre de technologie  
Visez la réussite Rogers



Défilé du père Noël de Rogers à Vancouver

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

Une de nos priorités est d'être une entreprise canadienne à forte croissance, et nous ne pouvons y parvenir sans avoir de solides collectivités.

Aider nos collectivités et établir de solides partenariats améliorent notre économie, profitent aux Canadiens et contribuent à l'engagement et à la satisfaction de la main-d'œuvre.

## Approche à la gestion

Notre but est d'avoir une incidence économique et sociale positive par l'entremise de nos investissements communautaires. Pour y arriver :

- Nous suivons les normes d'investissement communautaire établies par Imagine Canada en nous engageant à donner annuellement au moins 1 % de nos bénéfices nets avant impôt à des organismes de bienfaisance et à des organismes à but non lucratif.
- Notre comité directeur d'investissement communautaire, composé de cadres supérieurs de divers services, établit et surveille l'orientation stratégique relative aux dons afin de veiller à ce qu'ils soient bien ciblés, qu'ils aient des répercussions positives et que les causes auxquelles ils sont destinés reflètent notre marque et notre culture.
- Nous avons une politique en matière de dons d'entreprise pour veiller à ce que ces derniers concordent tous avec notre stratégie de dons à des organismes de bienfaisance, à ce qu'ils soient approuvés correctement et fassent l'objet d'un suivi dans le but d'avoir une incidence plus grande dans nos collectivités.
- Nous faisons également participer nos employés au moyen du Programme des employés bénévoles de Rogers, un élément important de notre stratégie d'engagement des employés et d'investissement communautaire. Notre politique de bénévolat détermine comment et où les employés peuvent faire du bénévolat pendant les heures de travail, une journée par année.

## Dons d'entreprise

Nos tendances en matière de rendement	2014	2013	2012	2011
<i>(en millions de dollars)</i>				
Donns en espèces <sup>1</sup>	10,4 \$	10,5 \$	11,6 \$	5,2 \$
Investissement communautaire réglementé dons en espèces	2,6 \$	2,7 \$	2,8 \$	3,2 \$
Total des dons en espèces	13,0 \$	13,2 \$	14,4 \$	8,4 \$
Investissement communautaire - dons en nature <sup>2</sup>	24,6 \$	21,5 \$	16,3 \$	17,2 \$
Investissement communautaire réglementé dons en nature <sup>3</sup>	33,2 \$	36,4 \$	37,4 \$	37,7 \$
Total des dons en nature	57,8 \$	57,9 \$	53,7 \$	54,9 \$
Total de l'investissement communautaire	70,8 \$	71,1 \$	68,1 \$	63,3 \$
Pourcentage de bénéfice avant impôts remis à des organismes de bienfaisance et à des organismes à but non lucratif.	4 %	3 %	3 %	3 %

<sup>1</sup> Le montant des dons en espèces versés de 2011 à 2013 ont été revus de façon à mieux refléter nos critères de reconnaissance des dons en espèces comme il est décrit dans notre glossaire. Cette révision a entraîné une baisse des dons en espèces à 2,3 millions de dollars en 2013, à 1,9 million de dollars en 2012 et à 1,4 million de dollars en 2011.

<sup>2</sup> En raison de modifications apportées à la méthodologie et aux processus de collecte de données, le résultat de la catégorie Total de l'investissement communautaire - dons en nature n'a pas été calculé de la même façon qu'en 2012. Ces changements ont eu une incidence négligeable pour les années précédentes.

<sup>3</sup> Il s'agit de la valeur de l'exploitation de nos stations communautaires de TV Rogers, qui diffusent une programmation faisant la promotion d'événement et d'œuvres de bienfaisance locaux. Il s'agit d'une condition d'obtention d'une licence pour entités de radiodiffusion et par conséquent, elle est considérée comme étant un investissement communautaire réglementé.

☑ Certifié de façon indépendante en 2014.





## Fonds pour la jeunesse ROGERS



« Grâce au soutien et au financement de la Jays Care Foundation, le club a été en mesure non seulement d'investir directement dans nos programmes, mais aussi d'offrir des programmes et de l'espace pour les membres de notre club de l'est de Kingston. »

Harold Parsons, directeur du Club Garçons et Filles de Kingston

En 2014, Rogers a remis 70,8 millions de dollars en dons en espèces et en nature à des œuvres de bienfaisance et à des organismes à but non lucratif. Ces dons représentaient 4 % de nos revenus avant impôts, une hausse par rapport à 2013 (3 %), et dépassent encore une fois l'objectif de 1 % établi par [Imagine Canada](#).

Notre principal programme communautaire, le [Fonds pour la jeunesse Rogers](#), a permis d'aider 149 535 jeunes Canadiens en 2014. Le Fonds soutient des programmes éducatifs, dont l'aide aux devoirs après l'école, des cours particuliers et des formes d'enseignement non traditionnelles, offerts par 16 partenaires communautaires à l'échelle du Canada, aidant les jeunes à exceller à l'intérieur comme à l'extérieur de la salle de classe. Programme unique du Fonds pour la jeunesse Rogers, Visez la réussite Rogers<sup>MC</sup> est offert dans les Clubs Garçons et Filles partout au Canada. Ce programme parascolaire interactif comprend ce qui suit :

- **Mentorat** - Des jeunes sont jumelés à des mentors et à des tuteurs qui les aident à faire leur devoir, à découvrir leurs champs d'intérêt et à planifier leurs études postsecondaires.
- **Centres de technologie** - Rogers a doté chaque Club Garçons et Filles d'un centre de technologie de pointe équipé des ordinateurs et des ressources électroniques les plus récents. En 2014, nous avons construit cinq nouveaux centres pour permettre à davantage de Clubs Garçons et Filles d'offrir le programme Visez la réussite à Ponoka, en Alberta, à Hamilton, en Ontario, à Cornwall, en Ontario, à Riverview, au Nouveau-Brunswick et à Victoria, en Colombie-Britannique.
- **Apprentissage en ligne** - Un segment d'apprentissage en ligne comprenant des vidéos, des outils pour les devoirs et des activités afin de stimuler l'intérêt envers les sciences, la technologie, le génie et les mathématiques.



Notre [Jays Care Foundation](#) a recueilli une somme de 3 millions de dollars pour des programmes destinés aux jeunes Canadiens qui encouragent l'activité physique, l'éducation et l'acquisition de connaissances pratiques. Par exemple, le Club Garçons et Filles de Kingston, en Ontario, a ouvert un nouveau centre communautaire pour enfants à la fin de 2014, en partie grâce à un don de 150 000 \$ de la Jays Care Foundation. L'installation de 5 100 m<sup>2</sup> comprend un gymnase pleine grandeur, une piscine de 25 m, un studio de danse, un laboratoire de technologie, un studio pour le bricolage et plus encore, et offrira des espaces sécuritaires pour des programmes destinés à plus de 200 membres du club offerts tous les jours.

Rogers a aussi apporté son soutien à d'autres causes en 2014, dont les arts et la culture, les services sociaux et la diversité communautaire. Par exemple, nous avons remis 125 000 \$ à la Presentation House Gallery de Vancouver pour créer la Philip B. Lind Emerging Artist Commission. Cette galerie est la seule dans l'Ouest du Canada qui se consacre à la photographie, plus particulièrement aux œuvres contemporaines canadiennes.

Rogers Sportsnet a annoncé un don de 750 000 \$ dans le cadre d'un nouveau programme de médias sportifs à l'Université Ryerson, le premier du genre au Canada, qui comprendra un centre de diffusion à la fine pointe de la technologie. Ce don comprend le financement pour des bourses étudiantes, une formation en média numérique et des séries télévisuelles produites par des étudiants mettant en vedette les sports universitaires de tout le pays, avec quelques heures de temps d'antenne sur Sportsnet 360 chaque année. Il s'agit d'un exemple de notre investissement communautaire réglementé, alors que les dons découlent des bénéfices d'acquisition de l'achat de The Score par Rogers.

## Aider les jeunes à surmonter les épreuves

MH est une jeune fille de 17 ans qui va à l'école secondaire Hugh Boyd à Richmond, en Colombie-Britannique. Elle accusait un retard dans la plupart des cours, et on ne s'attendait pas à ce qu'elle obtienne son diplôme d'études secondaires, jusqu'à ce qu'elle reçoive du soutien du programme Rogers Connections de l'agence des services à la jeunesse de Richmond, un partenaire du Fonds pour la jeunesse Rogers.

Marcella, une bénévole de l'agence, a offert à MH de l'aide et des conseils. Résultat : ses notes et son attitude envers l'école se sont considérablement améliorées. Elle a même recommandé le programme à ses amis afin qu'ils puissent faire leurs devoirs ensemble.

Depuis, MH a été acceptée au Douglas College, dans le programme de psychologie. Elle espère poursuivre une carrière en tant qu'agente de probation, ou un rôle similaire, ainsi que travailler avec des jeunes à risque et donner des conférences de motivation pour les ados à problème.

Promoting Education and Community Health (PEACH), partenaire du Fonds pour la jeunesse Rogers depuis 2011, aide les personnes marginalisées de la collectivité Jane and Finch de Toronto à avoir une meilleure vie, en intégrant l'enseignement en classe, le mentorat pour les jeunes et des programmes sociaux pour famille dans un environnement de soutien.

Grâce au soutien du Fonds pour la jeunesse Rogers, en 2014, PEACH a dévoilé un nouvel espace pour ses programmes à la collectivité : une installation de 4 300 pi<sup>2</sup> qui a permis d'embaucher trois professeurs, un aide-éducateur, deux intervenants auprès des enfants et des jeunes, un psychologue scolaire et un travailleur social.

Grâce au Fonds pour la jeunesse Rogers, PEACH a aussi offert le programme *School Away from School* (SAS) qui s'adresse aux jeunes susceptibles de quitter le système scolaire. Ce programme a connu des résultats impressionnants :

- Plus de 75 % des élèves de PEACH ont réussi à retourner à leurs écoles respectives pour passer les examens officiels du secondaire.
- Les taux de participation à PEACH améliorent de 30 % en moyenne le taux de participation par rapport au taux de participation des programmes traditionnels.

## Des employés de Moncton participent à la journée d'entraide de Centraide



**Stacey Schram,**  
chef principale, réparation pour le service Câble

**Qu'aimez-vous le plus de votre participation?**

*Donner en retour à la collectivité! Donner est mieux que recevoir, tout comme savoir que vous contribuez à améliorer la vie des autres. J'aurais aimé commencer à participer plus tôt. Toute l'année, j'ai hâte à cette journée très spéciale.*

Les employés de notre centre d'appel de Moncton ont participé à une journée d'entraide grâce à Centraide pour la région du Grand Moncton et du Sud-Ouest du Nouveau-Brunswick. Près de 100 employés de Rogers ont participé dans divers organismes soutenus par Centraide. Les projets variaient selon l'organisme et ont compris les activités suivantes :

- Peindre et faire de l'aménagement paysager au Club Garçons et Filles de Moncton et aider au centre de technologie Visez la réussite de Rogers.
- Cuisiner avant et après les programmes scolaires au Club Garçons et Filles de Riverview.
- Peinturer, faire du ménage et installer de nouveaux planchers à la PEDVAC Foundation.
- Faire le tri des dons de vêtements et de nourriture au St. Joseph's Vestiaire.
- Aider à l'entretien du sentier Dobson.





**Centraide**



Des employés de Rogers font du bénévolat



Des employés de Rogers font du bénévolat



Des employés Rogers participent à l'événement Bouger pour l'espoir, qui vise à soutenir la Fondation canadienne des femmes



Plus d'info

- + [Fonds pour la jeunesse Rogers](#)
- + [Jays Care Foundation](#)  
(en anglais seulement)

## Bienfaisance communautaire

Suite

### Activités de bienfaisance et bénévolat des employés

Nos tendances en matière de rendement	2014 <sup>1</sup>	2013	2012 <sup>2</sup>
(en millions de dollars)			
Employés qui ont effectué des activités de bénévolat par l'intermédiaire du Programme des employés bénévoles de Rogers	1 263*	1 386	5 121
Heures de bénévolat investies par les employés de Rogers	8 210*	9 009	3 328

<sup>1</sup> En 2014, nous avons amélioré le suivi de cet indicateur, en plus d'accroître la portée de ce qui est pris en compte dans le calcul des chiffres figurant dans le présent rapport. Veuillez consulter le glossaire pour obtenir des détails.

<sup>2</sup> Le programme a été mis en place en septembre 2012.

\* Certifié de façon indépendante en 2014.

Nous appuyons activement les activités des collectivités des employés, par l'intermédiaire du Programme des employés bénévoles de Rogers. Les employés peuvent faire une journée de bénévolat payée par année auprès du Fonds pour la jeunesse Rogers, d'un de nos organismes de bienfaisance partenaires ou d'un autre organisme qui leur tient à cœur. Sur notre portail de bénévolat en ligne, les employés peuvent voir et choisir les options de bénévolat qui les intéressent.

L'an dernier, nos gens ont continué à jouer un rôle important, alors que 1 263\* employés ont indiqué avoir fait du bénévolat par l'entremise du portail électronique de notre Programme des employés bénévoles de Rogers, représentant 8 210\* heures de bénévolat. Ces résultats sont plus bas que l'année précédente, et nous croyons que ce déclin ne traduit pas le comportement réel des employés, mais plutôt le fait que les employés ne connaissent pas et n'utilisent pas notre portail de bénévolat, que nous utilisons pour faire le suivi des expériences de bénévolat. En 2015, nous allons rendre l'outil plus convivial et en ferons une meilleure promotion auprès des employés et des gestionnaires, ce qui devrait se traduire par des données plus complètes sur le bénévolat.

### Exemples de dons et de bénévolat par les employés en 2014 :

- Les employés de Rogers ont encore une fois mené avec succès une campagne Centraide, recueillant plus de 1,16 million de dollars pour Centraide à l'échelle du Canada, ce qui nous a permis de recevoir le prix « Un million de mercis ». Lors du banquet de célébration de Centraide Toronto, Rogers a reçu un prix Leadership Spirit pour la meilleure campagne dans la ville, tandis qu'à Moncton, nous avons été nommés parmi les dix plus importants donateurs par Centraide pour la région du Grand Moncton et du Sud-Ouest du Nouveau-Brunswick. Toujours à Moncton, notre présidente de campagne régionale Jennifer Wilson a obtenu la mention d'honneur Larry Hutchinson qui souligne un rendement supérieur ou un engagement soutenu en tant que bénévole dans le cadre de la campagne annuelle.
- Le Réseau des femmes de Rogers a été l'équipe qui a recueilli le plus de fonds à Toronto pour la campagne Bouger pour l'espoir de la Fondation canadienne des femmes, grâce à une contribution de 18 000 \$ qui serviront à lutter contre la violence à l'égard des femmes et des enfants.

Nous proposons aussi des occasions de bénévolat au public par l'intermédiaire de notre chaîne communautaire, [TV Rogers](#). En 2014, nous avons travaillé avec 2 606 bénévoles à qui nous avons fourni l'occasion d'acquérir des compétences pratiques dans un contexte de production réel. Nous formons des bénévoles qui collaborent avec des producteurs de télévision professionnels et notre programme de reconnaissance récompense les membres des collectivités qui font du bénévolat à une station depuis 5, 10, 20 et même 30 ans.

# Inclusion numérique

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

L'accès à Internet est un outil incontournable dans le contexte économique actuel, pourtant de nombreux Canadiens n'ont pas les moyens d'avoir accès à Internet ou n'ont pas les compétences ni la confiance pour tirer parti du web.

## Approche à la gestion

Nous avons travaillé fort afin de mettre au point les meilleurs réseaux pour nos clients, leur offrant un accès aux possibilités novatrices qui viennent avec le fait d'être connecté. Mais nous sommes aussi au courant de notre responsabilité qui consiste à aider les personnes qui n'ont pas accès à la technologie qui est essentielle pour apprendre, vivre et réussir dans le contexte économique actuel.

L'inclusion numérique est une priorité de Rogers et l'une des meilleures façons pour nous de contribuer à la société. Même si la responsabilité de l'inclusion numérique incombe à de nombreuses équipes au sein de l'entreprise, notre comité directeur d'investissement communautaire supervise notre principal programme : Branché sur le succès.

## Branché sur le succès<sup>MC</sup>

### Nos tendances en matière de rendement

2014 2013

(en millions de dollars)

Nombre de personnes additionnelles abonnées à Branché sur le succès, une solution Internet abordable pour les familles et les jeunes à faible revenu	4 204	1 925 <sup>1</sup>
--	-------	--------------------

<sup>1</sup> Le programme a été mis en place en juin 2013.



### L'Essentiel TECHNO



Plus d'info

+ Branché sur le succès

+ L'Essentiel TECHNO

### Accès Internet abordable

Nous voulons combler l'écart concernant l'inclusion numérique grâce au programme [BRANCHÉ SUR LE SUCCÈS<sup>MC</sup>](#). Au cours de la dernière année, 4 204 ménages à faible revenu de Toronto se sont inscrits au programme, soit un total de 6 129 abonnés. Le programme, qui a vu le jour en 2013, offre un accès Internet à large bande subventionné aux familles à faible revenu résidant dans les logements de la Société de logement communautaire de Toronto. En 2014, nous avons augmenté la vitesse de téléchargement, de 3 Mbps à 10 Mbps, pour améliorer l'expérience client. Par l'entremise du programme, nous avons aussi travaillé avec nos partenaires afin d'offrir la possibilité d'acheter un ordinateur subventionné pour 150 \$, ou un ordinateur portable pour 199 \$, équipé de logiciels gratuits de Microsoft.

L'accès à la technologie joue également un rôle essentiel en reliant de nombreuses collectivités éloignées, rurales et peu densément peuplées, là où la fracture numérique est la plus importante. Pour obtenir de plus amples renseignements sur l'expansion de notre réseau, veuillez consulter la section [Clients](#) du présent rapport.

### Digital Literacy

En plus d'améliorer l'accès physique à Internet, nous travaillons aussi à augmenter les connaissances des Canadiens en matière de technologies numériques, afin de les aider à en profiter au maximum :

- Notre projet l'Essentiel TECHNO en collaboration avec le *Centre canadien de protection de l'enfance* comporte un programme éducatif et un site web. Gagnant d'un prix « Parent tested, parent approved » (testé et approuvé par les parents), ce projet fournit des renseignements variés qui aident à faire des choix judicieux en matière de technologie numérique et d'utilisation des données, ainsi que des conseils et des ressources destinés aux parents qui veulent surveiller les activités en ligne de leurs enfants. Le programme comprend également une série « Demandez à un expert » en ligne et en magasin.
- Par l'entremise du Fonds pour la jeunesse Rogers, nous avons investi dans les centres de technologie dans les locaux de 41 clubs Garçons et Filles au Canada, qui permettent aux jeunes Canadiens d'accroître leurs compétences en informatique et de se préparer pour l'économie moderne.

# Économie et société



ROGERS™

ROGERS



# Économie et société

Nous sommes déterminés à être une entreprise canadienne à forte croissance et à avoir une incidence positive sur nos économies locales et la société canadienne.

## Faits saillants de 2014

<b>942 millions \$</b>	<b>8,2 milliards \$</b>	<b>1,1 milliard \$</b>	<b>2,2 milliards \$</b>
remis à nos actionnaires sous forme de dividendes	dépensés en biens et en services	en taxes, en impôts et autres paiements au gouvernement	en taxes de vente et en impôts sur les salaires recueillis au nom des gouvernements

## Aperçu de nos progrès

✓ Atteint ✗ Non Atteint

DESCRIPTION	2014	PROGRÈS	RÉSULTATS ET COMMENTAIRES	2015
	OBJECTIFS			OBJECTIFS
<b>Question importante : Rendement économique</b>				
Contribution économique totale	Contribuer de façon importante à l'économie canadienne en augmentant notre contribution économique totale.	✓	Nous avons augmenté notre contribution économique totale de 4 %, elle s'élève à 12,4 milliards \$✚	Continuer de contribuer de façon importante à l'économie canadienne en augmentant notre contribution économique totale.
<b>Question importante : Gestion de la chaîne d'approvisionnement</b>				
Pourcentage des processus d'offre concurrente où le fournisseur a accepté notre Code de déontologie des fournisseurs et notre Code de déontologie	100 %	✓	100 %	100 %
<b>Question importante : Politique publique</b>				
Contributions à des partis politiques	Dévoiler en toute transparence nos dons à des organisations politiques	✓	142 350 \$✚	Dévoiler en toute transparence nos dons à des organisations politiques

✚ Certifié de façon indépendante en 2014.

# Rendement économique

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

**En tant que grande entreprise au Canada, notre rendement influence les économies locales, la société et le bien-être de nos collectivités.**

**Contribuer à un marché sain et aux économies locales favorise notre succès à long terme.**

## Approche à la gestion

Une croissance rentable et de solides résultats financiers nous permettent de proposer des solutions novatrices à nos clients, de créer divers emplois bien payés, de soutenir les petites entreprises, de payer notre juste part de taxes et de verser d'importants dividendes à nos actionnaires. Au-delà de ces répercussions économiques considérables, notre rendement est aussi lié à des avantages économiques indirects, comme des dons à des organismes de bienfaisance et des produits et services acquis localement.

Par toutes ces façons, nous créons de la valeur pour nos parties prenantes. Le conseil d'administration de Rogers supervise le rendement économique global de l'entreprise. Le comité des finances passe en revue les questions se rapportant aux stratégies d'investissement de l'entreprise et à sa structure générale des capitaux propres et d'emprunt.

## Revenus d'exploitation par segment en 2014



- Sans-fil **56 %**
- Câble **27 %**
- Média **14 %**
- Solutions d'affaires **3 %**

Nos tendances en matière de rendement	2014	2013 <sup>2</sup>	2012 <sup>2</sup>	2011 <sup>2</sup>
<i>En date du 31 décembre (en millions de dollars)</i>				
Salaires et avantages sociaux des employés	1 940 \$ <sup>⊕</sup>	1 940 \$	1 813 \$	1 753 \$
Opérations portant sur les capitaux propres et dividendes	942 \$ <sup>⊕</sup>	917 \$	917 \$	976 \$
Intérêt sur dette à long terme et autres frais d'intérêts	817 \$ <sup>⊕</sup>	742 \$	664 \$	738 \$
Dépenses en impôt sur le résultat <sup>1</sup>	506 \$ <sup>⊕</sup>	596 \$	610 \$	535 \$
Investissement communautaire - Dons en espèces	13 \$ <sup>⊕</sup>	13 \$	14 \$	8 \$
Dépenses auprès des fournisseurs	8 210 \$ <sup>⊕</sup>	7 752 \$	7 920 \$	7 756 \$
<b>Contribution économique totale</b>	<b>12 428 \$<sup>⊕</sup></b>	<b>11 961 \$</b>	<b>11 938 \$</b>	<b>11 766 \$</b>

<sup>1</sup> Les montants déboursés en impôts ont été de 460 millions \$<sup>⊕</sup>, de 496 millions \$, de 380 millions \$ et de 99 millions \$ respectivement pour les exercices se terminant en 2014, 2013, 2012 et 2011. Les dépenses liées aux impôts sur le résultat sont différentes du montant payé en impôts sur le résultat en raison du moment où les déductions d'impôts sont calculées.

<sup>2</sup> Certains chiffres correspondants ont été revus afin de rendre compte des changements relatifs aux dons en espèces.

Consultez la note de bas de page 1 à la page 60 pour obtenir plus de détails.

<sup>⊕</sup> Certifié de façon indépendante en 2014.

## Distribution de la contribution économique

En 2014, notre contribution économique totale s'est élevée à 12,4 milliards de dollars<sup>⊕</sup>, une augmentation par rapport aux 12 milliards de dollars de l'année précédente. Éléments importants :

- En raison de notre solide rendement, Rogers a offert de bons résultats aux actionnaires en 2014. Nos revenus ont connu une croissance pour atteindre 12,9 milliards de dollars et notre dividende annualisé par action a augmenté de 5 % par rapport à l'année précédente, à 1,92 \$ par action avec droit de vote de Catégorie A et par action sans droit de vote de Catégorie B.
- Nous avons versé 1,94 milliard de dollars<sup>⊕</sup> en salaires et en avantages sociaux en 2014, en plus des autres avantages économiques que représentent les régimes d'épargne, les régimes de retraite et les rabais.



## Taxes



- Impôt sur le résultat **40 %**
- Cotisations sociales **12 %**
- Frais de diffusion, droits de licence de spectre et autres droits réglementaires **43 %**
- Impôt foncier et taxes professionnelles, taxes de vente non recouvrables et droits de douane **5 %**

## Impôts sur le résultat et autres paiements au gouvernement

Nous gérons de façon proactive nos questions de fiscalité pour optimiser notre flux de trésorerie après impôt disponibles afin d'investir dans l'entreprise et d'augmenter les profits pour les actionnaires. Nous avons des politiques et des procédures pour nous assurer de respecter toutes les lois fiscales et les exigences en matière de déclaration et toutes nos déclarations d'impôt sur les bénéfices et de taxes de vente ainsi que les paiements connexes se font en temps opportun. Dans le cadre de ce processus, nous maintenons des relations ouvertes et de coopération avec l'administration fiscale afin de réduire les efforts à déployer en cas de vérification et pour diminuer l'incertitude sur le plan fiscal, tout en communiquant avec des décideurs afin de discuter de questions fiscales qui influencent notre industrie, nos actionnaires, nos employés, nos clients et d'autres intervenants.

En plus de payer l'impôt sur nos bénéfices, nous contribuons de façon importante à la vie des Canadiens en payant ce qui suit aux gouvernements fédéral, provinciaux et municipaux :

- divers impôts sur les salaires que nous versons à environ 27 000 employés;
- impôt foncier et taxes professionnelles;
- droits de douane et taxes de vente non recouvrables; et
- frais de diffusion, droits de licence de spectre et autres droits réglementaires.

Tel qu'il est souligné dans le tableau ci-dessous, le montant total de ces versements en 2014 s'est élevé à environ 1,140 millions de dollars. En outre, nous avons recueilli pour le compte des gouvernements environ 1,667 millions de dollars en taxes sur les ventes sur produits et services et 545 millions \$ en cotisations sociales des employés.

### Impôts sur le résultat et autres paiements au gouvernement

(en millions \$)	Impôt sur le résultat	Taxes sur les ventes payées	Cotisations sociales	Droits réglementaires et de licence de spectre <sup>1</sup>	Impôt foncier et taxes professionnelles	Total
Gouvernement fédéral canadien	265,5 \$	-	78,6 \$	496,1 \$	2,8 \$	843,0 \$
Colombie-Britannique	14,3	3,6	1,5	-	3,6	23,0
Alberta	5,4	-	0,2	-	4,4	10,0
Saskatchewan	7,8	0,1	-	-	0,3	8,2
Manitoba	3,1	0,4	0,2	-	0,6	4,3
Ontario	141,7	3,8	35,2	-	21,5	202,2
Québec	13,2	0,5	15,2	-	7,4	36,3
Provinces maritimes	9,0	-	0,6	-	3,4	13,0
<b>Total</b>	<b>460,0 \$*</b>	<b>8,4 \$</b>	<b>131,5 \$</b>	<b>496,1 \$</b>	<b>44,0 \$</b>	<b>1 140,0 \$</b>

<sup>1</sup> Comprend une allocation de 264,5 millions \$ associée aux montants de 1 milliard \$ et de 3,3 milliards \$ que nous avons versés pour l'acquisition de spectre en 2008 et en 2014, respectivement.  
 \* Certifié de façon indépendante en 2014.

« Au-delà de l'investissement financier, l'expérience de Rogers aidera les entreprises à mieux rivaliser avec leurs homologues internationaux, à stimuler la création d'emplois et à revigorer la communauté des technologies à l'échelle du pays ».

James Maynard,  
président et chef de la direction  
de Wavefront

#### Alimenter les entreprises canadiennes de technologie

En 2014, nous avons pris l'engagement de verser 4 millions \$ à Wavefront, un centre d'excellence canadien en commercialisation et en recherche, en vue de favoriser la croissance des entreprises canadiennes dans le domaine de la communication machine à machine, de l'Internet des objets (IdO) et des applications sans fil. Au cours des six dernières années, l'incubation et l'accélération d'entreprises de technologies par Wavefront ont débouché sur la création de milliers d'emplois au Canada et sur l'ajout de centaines de millions de dollars au PIB du Canada.

Au cours des cinq prochaines années, Rogers va :

- offrir des ressources financières, des outils technologiques ainsi que des programmes de formation et d'encadrement aux centaines d'entrepreneurs œuvrant dans le domaine des technologies qui franchissent les portes de Wavefront;
- commanditer la création de programmes, dont un programme national d'accélération et un programme de soutien à la commercialisation.

Rogers a aussi soutenu les jeunes entrepreneurs, notamment en s'engageant à verser 500 000 \$ à la zone des médias numériques de l'Université Ryerson. Cette zone est l'un des plus grands incubateurs d'entreprises et l'un des plus importants espaces de travail collaboratif au Canada pour les entrepreneurs.

En 2014, nous avons lancé les Conférences Rogers, une série d'événements gratuits pour les petites entreprises en lien avec le Mois de la petite entreprise. Des spécialistes des réseaux sociaux, du marketing et de la vente étaient sur place pour discuter de la façon dont la technologie peut aider les propriétaires de petite entreprise à prospérer.

# Gestion de la chaîne d'approvisionnement

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

**La gestion efficace de notre chaîne d'approvisionnement est nécessaire si nous voulons être une entreprise durable.**

**Les parties prenantes s'attendent à ce que nous exerçons notre influence en tant qu'important acheteur de façon à encourager des pratiques sociales responsables tout au long de la chaîne d'approvisionnement.**

## Approche à la gestion

Le rôle des fournisseurs est un facteur déterminant de notre succès et c'est pour cette raison que nous nous assurons d'avoir un processus de sélection et de gestion de fournisseurs efficace, et de faire affaire avec des entreprises responsables du point de vue social et environnemental qui partagent nos valeurs. Notre Code de déontologie des fournisseurs définit des normes élevées pour le rendement des fournisseurs en ce qui concerne l'éthique, les droits des travailleurs, la santé et sécurité, l'environnement et les systèmes de gestion. Nous exigeons aussi que les fournisseurs demandent à leurs propres sous-traitants de respecter le Code.

La supervision de nos pratiques concernant la chaîne d'approvisionnement est la responsabilité de notre premier vice-président, Approvisionnement et gestion des fournisseurs, qui siège au Comité de gouvernance de la RSE de Rogers.

Nos tendances en matière de rendement	2014	2013	2012	2011
Total des fournisseurs <sup>1</sup>	15 623 \$	16 479 \$	17 481 \$	s.o. <sup>2</sup>
Dépenses totales liées aux fournisseurs (en millions de dollars)	8 210 \$*	7 753 \$	\$7 920 \$	7 756 \$
Pourcentage des processus d'offre concurrente où le fournisseur a accepté notre Code de déontologie des fournisseurs et notre Code de déontologie	100 %	100 %	100 %	100 %
Proportion des factures reçues en ligne	70 %	77 %	29 %	s.o. <sup>3</sup>
Proportion des bons de commande envoyés en ligne	100 %	100 %	100 %	s.o. <sup>3</sup>

<sup>1</sup> En 2014, nous avons réévalué notre base de fournisseurs et simplifié la catégorisation des fournisseurs. Par conséquent, les données de 2011, 2012 et 2013 ont été révisées pour s'harmoniser à notre nouvelle méthodologie, qui exclut maintenant les consultants à la pige et les employés de Rogers comme fournisseurs officiels.

<sup>2</sup> Données non disponibles en 2011.

<sup>3</sup> IRC mis en œuvre en 2012.

\* Certifié de façon indépendante en 2014.

# Gestion de la chaîne d'approvisionnement

## Suite

### Gestion de la chaîne d'approvisionnement

En 2014, Rogers a dépensé 8,2 milliards de dollars\*, une hausse par rapport à 7,7 milliards de dollars en 2013, pour l'approvisionnement d'un vaste éventail de biens et de services. Nous avons travaillé avec 15 623 fournisseurs partout au Canada et à l'étranger. Comme nos activités fondamentales n'ont pas changé en 2014, il n'y a pas eu de changement important à la structure de notre chaîne d'approvisionnement ni à la localisation de nos fournisseurs. Toutefois, nous avons simplifié la façon dont nous définissons et catégorisons nos fournisseurs, ce qui explique nos résultats moins élevés à communiquer cette année.

Dans l'évaluation de notre chaîne d'approvisionnement, il est important de noter que Rogers n'est pas un fabricant. Nous achetons des biens et des services pour mener nos activités efficacement et pour servir nos clients. Les types de produits que nous achetons pour nos activités comprennent les éléments suivants :

#### Pour nos activités liées aux communications

- Services et équipement pour l'infrastructure de réseau et des TI
- Équipement pour le câble, Internet et le service sans-fil pour nos clients
- Logiciels et services de soutien pour toutes les activités de nos centres d'appel

#### Pour nos activités média

- Équipement de diffusion
- Papier aux fins de publication de magazines grand public/d'affaires

#### Pour nos activités internes et d'entreprise

- Services de marketing
- Services de ressources humaines et d'administration des avantages sociaux
- Services professionnels

Rogers n'est pas mandatée pour faire affaire avec des fournisseurs canadiens, mais nous essayons de le faire dans la mesure du possible. Environ 78 % de nos 230 grands fournisseurs ont leur siège social au Canada ou mènent des activités importantes au Canada.

Notre équipe de l'approvisionnement et de gestion des fournisseurs suit les pratiques acceptées dans l'industrie pour sélectionner des fournisseurs et tenir un processus de soumission concurrentiel équitable et transparent, dont :

- demande de devis;
- demande de proposition;
- soumission, meilleure offre finale;
- enchère inversée;
- demande de renseignements, que nous utilisons dans certains cas pour mieux repérer les fournisseurs appropriés.

Nous avons en place un processus de plainte officiel qui permet à nos fournisseurs potentiels de contester une décision d'octroi de contrats s'ils pensent que notre processus n'a pas été effectué de façon juste et transparente, conformément à notre Code de déontologie des fournisseurs et au Code de déontologie de Rogers. Notre portail du fournisseur décrit comment présenter une plainte à Rogers.

# Gestion de la chaîne d'approvisionnement

## Suite

### Pratiques d'approvisionnement éthique

Tous nos fournisseurs qui entreprennent un processus de soumission concurrentiel doivent adhérer à notre Code de déontologie des fournisseurs qui définit les valeurs et la conformité sociale, environnementale, en matière de travail et de droits de la personne que nous attendons d'eux. Dans le processus de soumission, nous demandons à toutes les entreprises si, dans les deux dernières années, elles ont enfreint le code et si elles ont surpassé les exigences du code. En 2014, 100 % de nos fournisseurs participant au processus de soumission concurrentiel ont accepté notre Code de déontologie des fournisseurs et aucun fournisseur actuel ou nouveau n'a enfreint le code au cours du dernier exercice financier.

Nous avons toujours maintenu de solides processus de gestion de la chaîne d'approvisionnement. En 2014, nous avons élaboré une stratégie de pratiques d'approvisionnement éthique qui est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2015. Elle vise à intégrer davantage la durabilité dans notre chaîne d'approvisionnement grâce à des tactiques et à des objectifs rigoureux relativement à l'approvisionnement éthique. Par exemple :

- Il est maintenant obligatoire pour tous les fournisseurs de répondre à notre nouveau sondage sur les pratiques d'approvisionnement éthique, lancé au début de 2015, en plus de lire et d'accepter les modalités de notre Code de déontologie et du Code de déontologie des fournisseurs. Dans ce sondage, nous demandons aux fournisseurs de répondre à une série de questions sur nos comportements ainsi que sur nos politiques sociales, environnementales et relatives au droit du travail, à la santé et sécurité et à l'éthique pour nous assurer qu'ils partagent les mêmes valeurs que nous.
- Nous avons mis à jour des portions de notre Code des fournisseurs pour définir notre surveillance et notre évaluation renforcée des activités des fournisseurs afin de nous assurer de leur conformité au code ainsi qu'aux normes de l'industrie liées aux pratiques éthiques et durables.
- Tous les employés de l'entreprise qui participent aux achats doivent suivre une formation pour s'assurer de comprendre le Code des fournisseurs, notre nouvelle stratégie de pratiques d'approvisionnement éthique et la façon de tenir compte de la RSE dans leurs décisions de tous les jours.

Même si nous ne fabriquons pas de produits de télécommunications, les minéraux provenant de zones de conflit constituent un sujet préoccupant parmi nos parties prenantes des entreprises de télécommunications et des fabricants. Parmi nos 200 fournisseurs d'importance, 91 % des entreprises auprès desquelles nous achetons soit des appareils, soit de l'équipement de TI ou de réseau, ont formulé des politiques ou des prises de position publiquement accessibles relativement aux minéraux provenant de zones de conflit. Tous nos fournisseurs d'appareils sont également membres d'organismes comme la Conflict-Free Sourcing Initiative et ont présenté des rapports à la U.S. Securities and Exchange Commission (SEC), conformément à la Frank-Dodd Act.

Notre Code de déontologie des fournisseurs contient une section sur les minéraux provenant de zones de conflit, qui exige que tous les fournisseurs déterminent l'origine ou la source de leurs matériaux afin de s'assurer qu'ils ne proviennent pas d'une zone de conflit. Si un fournisseur découvre que des minéraux provenant de zones de conflit sont utilisés dans ses matériaux, il doit nous en informer et prendre les mesures nécessaires pour créer et mettre en place des contrôles visant à ne plus utiliser ce type de matériaux.

### Gestion de la chaîne d'approvisionnement

En tant que fournisseur de services de communications qui font partie intégrante de la vie des gens, il est important que Rogers ait en place des plans et des procédures pour atténuer les interruptions des services et des activités. Par conséquent, nous nous efforçons de choisir des fournisseurs fiables qui peuvent travailler avec nous pour offrir à nos clients le niveau de service auquel ils s'attendent.

Nous avons intégré l'évaluation de risques à notre processus d'approvisionnement afin de rechercher un équilibre entre les coûts, les risques, la souplesse et le rendement. De la sorte, nous nous assurons que les fournisseurs qui ne correspondent pas à notre profil de risque sont éliminés pendant le processus de sélection. Nous utilisons aussi les outils et les mesures de contrôle suivants pour gérer les risques liés aux fournisseurs de services tiers :

- exigences contractuelles pour adhérer au Code de déontologie des fournisseurs de Rogers;
- vérification et suivi des certifications de tierce partie;
- mise en œuvre de solides structures de gouvernance et d'indicateurs de rendement clés;
- un processus d'intégration selon lequel les tierces parties doivent suivre les processus de sécurité de Rogers concernant l'accès physique et virtuel aux ressources de Rogers.



#### Plus d'info

+ [Code de déontologie des fournisseurs](#)

+ [Gestion de la chaîne d'approvisionnement](#)



# Politique publique

## Pourquoi il s'agit d'une question importante

Puisque Rogers exerce ses activités dans une industrie extrêmement réglementée, la politique publique et la conformité aux lois sont des questions cruciales pour notre entreprise.

## Approche à la gestion

Nous participons activement aux discussions sur la politique publique en lien avec notre exploitation et faisons preuve de transparence à propos de nos positions et de nos activités. Nous sommes engagés de façon très active auprès des gouvernements et des organismes de réglementation fédéraux, par l'entremise de notre service et de nos équipes qui s'occupent de nos relations avec eux, à Toronto et à Ottawa. La majorité de nos interactions se déroulent avec deux groupes qui réglementent nos activités : i) le CRTC et ii) Industrie Canada.

Toutes les discussions avec les élus et les employés gouvernementaux sont régies par le Code de déontologie de Rogers. Celles-ci définissent les activités de lobbying appropriées. À l'occasion, Rogers fait des contributions aux partis politiques du Canada. Elles respectent toutes les lois applicables et le Code de déontologie de Rogers et doivent être approuvées par notre vice-président, Relations gouvernementales, conformément à notre politique en matière de dons.

Nos équipes de la réglementation, des politiques publiques et des relations gouvernementales sont supervisées par notre chef de la direction des Affaires d'entreprise et relèvent directement de notre chef de la direction.

# 30,9 millions \$

investis par le groupe de Fonds Rogers pour stimuler l'industrie canadienne de productions télévisuelles et cinématographiques

### Nos tendances en matière de rendement

	2014	2013	2012	2011
Contributions à des partis politiques	142 350 \$*	s.o. <sup>1</sup>	s.o. <sup>1</sup>	s.o. <sup>1</sup>
Financement accordé afin de soutenir la production de films et d'émissions télévisées au Canada grâce au groupe de Fonds Rogers (en millions de dollars)	30,9 \$	27,6 \$	25,8 \$	31,2 \$

<sup>1</sup> L'indicateur a été divulgué pour la première fois en 2014.

\* Certifié de façon indépendante en 2014.

Les secteurs des télécommunications et de la diffusion évoluent très rapidement. Rogers doit affronter des défis posés par la concurrence, non seulement des opérateurs assujettis à la réglementation en vigueur à l'échelle nationale, mais aussi des principaux fournisseurs de services qui n'observent pas la réglementation en place. Nous croyons que les besoins en matière de réglementation et de politique publique doivent suivre le rythme des changements technologiques ainsi que des attentes des clients.

En tant que l'un des plus importants bâtisseurs de réseau de télécommunications, Rogers préconise une concurrence fondée sur les infrastructures pour les services de communications qui favorise la concurrence et l'innovation en matière de technologies. Les Canadiens sont parmi les plus grands utilisateurs de services de communication au monde et ils s'attendent à recevoir un service de calibre mondial. Nous croyons que cela est possible grâce à des innovations et à des investissements continuellement renouvelés. En outre, nous appuyons les politiques du gouvernement du Canada pour s'appuyer au maximum sur les forces du marché et pour augmenter les mesures incitatives autant que possible.

Dans le secteur de la diffusion, tout comme celui des télécommunications, nous croyons que la priorité doit être donnée aux Canadiens. Les habitudes télévisuelles de ces derniers changent rapidement. Les Canadiens souhaitent profiter de plus de souplesse et de choix. Ils utilisent aussi de plus en plus de services en ligne, par l'entremise des principaux fournisseurs de contenu vidéo en continu. Un environnement équitable permettra de s'assurer que les Canadiens profitent du meilleur choix qui soit en matière de contenu télévisuel, aujourd'hui et à l'avenir.

Toutes nos activités de lobbying auprès du gouvernement fédéral sont déclarées au Commissariat au lobbying du Canada. Dans notre rapport annuel de 2014, les pages 73-77 (« Réglementation de notre secteur ») contiennent un exposé complet au sujet des réglementations gouvernementales et des changements de réglementation qui ont touché Rogers l'an dernier.

En 2014, Rogers a versé 142 350 \$ à des candidats, à des campagnes et à des partis politiques au Canada. Nous ne faisons pas de contribution politique à l'extérieur du Canada. De plus amples renseignements sur nos contributions sont accessibles sur le site web de l'agence du revenu de chaque province.

#### Soutenir le contenu canadien

Nous appuyons l'objectif principal du CRTC qui vise à favoriser un système canadien de radiodiffusion grâce à d'importantes contributions financières pour la création d'émissions canadiennes. Un pourcentage de nos revenus sert à soutenir les producteurs indépendants canadiens grâce à notre groupe de trois fonds : Téléfonds Rogers, le Rogers Cable Network Fund et le Fonds de financement Rogers pour le cinéma documentaire, collectivement le [groupe de Fonds Rogers](#).

Depuis 34 années, le groupe de Fonds Rogers aide les producteurs à connaître des succès tant commerciaux qu'auprès du public, en leur fournissant non seulement de l'argent, mais aussi des connaissances approfondies sur les domaines cinématographique et télévisuel. En 2014, il a soutenu 102 productions en anglais et en français, investissant 30,9 millions de dollars, une hausse comparativement à l'année précédente (27,6 millions de dollars), pour encourager la création de contenu canadien innovateur et créatif pour le cinéma et la télévision.

De plus, nous appuyons aussi les commandites individuelles dans le domaine des arts et de la culture. Par exemple, nous continuons à commanditer le Prix Rogers du meilleur film canadien, l'un des prix en argent les plus élevés au pays, et en 2014, Sixth Wave Productions a remporté le prix de 100 000 \$ pour sa production *Watermark*.

+ de  
**445**  
millions \$

pour appuyer l'industrie  
canadienne de productions  
télévisuelles et cinématographiques  
et y investir, fournis par le groupe  
de Fonds Rogers depuis 1980

# Communiquer avec nous

Faites-nous part de vos commentaires et de vos questions au sujet du présent rapport. Envoyez-les à [csr@rci.rogers.com](mailto:csr@rci.rogers.com)

Pour en savoir davantage sur nos normes de responsabilité sociale d'entreprise :

 [www.rogers.com/rse](http://www.rogers.com/rse)

Communiquez avec nous à l'aide des médias sociaux



La présente publication n'est offerte qu'en format électronique PDF.

Design : Interbrand

Rédaction : RJF Communications

© 2015 Rogers Communications Inc.