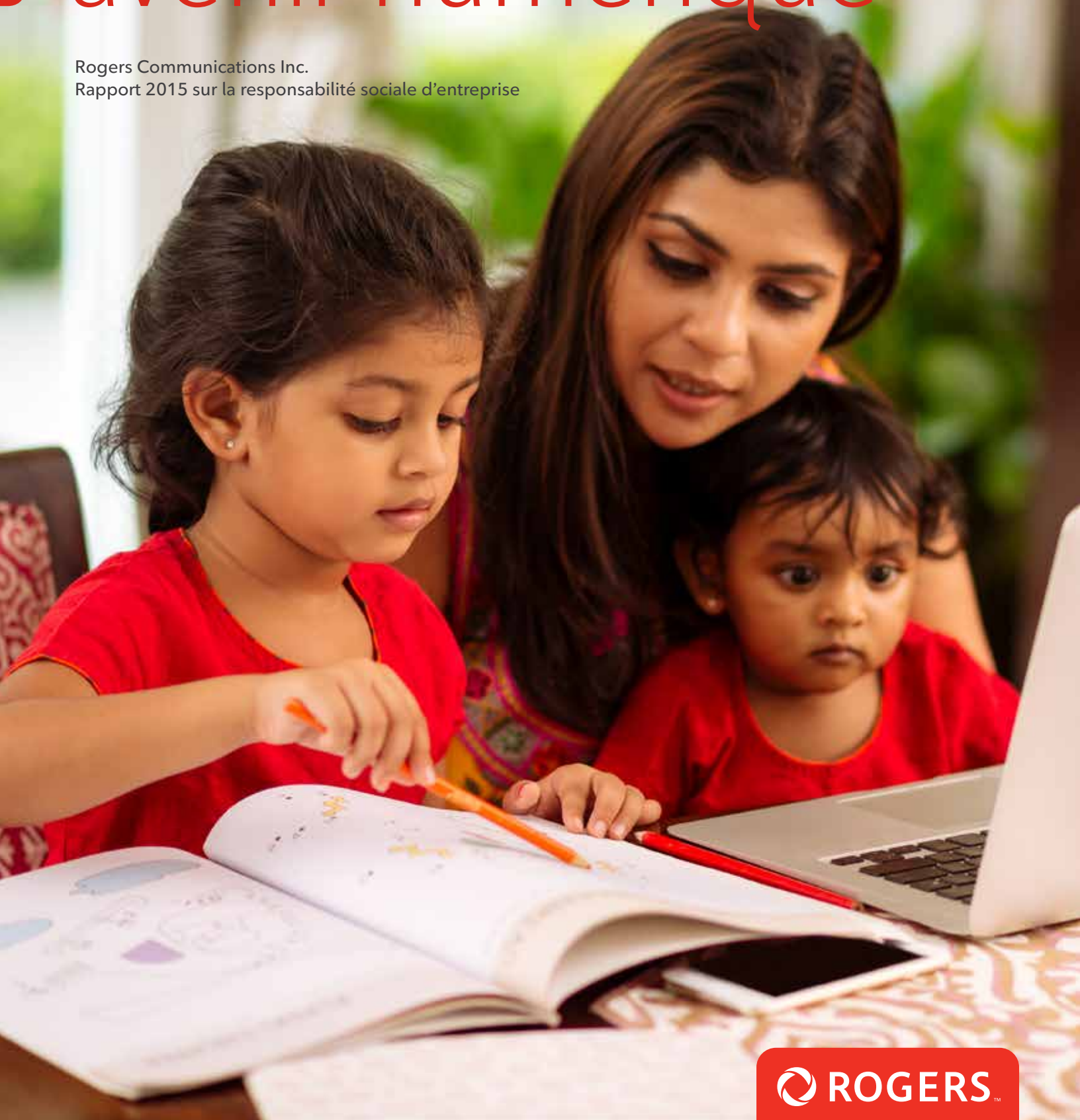


Offrir un brillant avenir numérique

Rogers Communications Inc.
Rapport 2015 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
- 5 Énoncé sur l'assurance externe
- 10 Message du chef de la direction
- 12 La RSE chez Rogers**
 - 14 Vision et valeurs
 - 15 Stratégie d'entreprise et RSE
 - 15 Engagement des parties prenantes
 - 17 Nos questions importantes
 - 19 Nos progrès et nos objectifs
- 21 Bonne gouvernance**
 - 22 Gouvernance et éthique
- 25 Expérience client**
 - 26 Service à la clientèle et transparence
 - 29 Innovation et leadership en matière de réseau
 - 31 Responsabilité liée aux produits
 - 33 Vie privée des clients
- 36 Expérience employé**
 - 37 Gestion des talents
 - 42 Inclusion et diversité
 - 45 Santé, sécurité et bien-être au travail
- 48 Responsabilité environnementale**
 - 50 Consommation d'énergie et changements climatiques
 - 55 Réduction de la consommation de papier
 - 56 Déchets et recyclage
- 60 Investissement communautaire**
 - 61 Bienfaisance communautaire
 - 65 Activités de bienfaisance et bénévolat des employés
 - 66 Inclusion numérique
- 68 Économie et société**
 - 69 Rendement économique
 - 73 Gestion de la chaîne d'approvisionnement
 - 76 Politique publique
- 78 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 2015. 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 2015 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) 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 2015 a été préparé en conformité avec les principales exigences G4. Télécharger notre [Index de la GRI 2015](#).

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.

Symboles clés

Assurance

- ✚ Données validées par KPMG en 2015

Objectifs et cibles

- ✓✓ Objectif dépassé
- ✓ Objectif atteint
- ✘ Objectif non atteint

Assurance externe

Pour une quatrième 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 2015 de certification de KPMG lié aux indicateurs de rendement clés sélectionnés se trouve à la page 5 du présent rapport. Quant au rapport 2015 de vérification des états financiers consolidés rédigé par KPMG, il se trouve à la page 103 du [rapport annuel de Rogers de 2015](#).

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.

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 2015, à l'égard de certaines informations quantitatives sur la performance présentées par Rogers dans son rapport de 2015 sur la responsabilité sociale d'entreprise (le « rapport »), comme indiqué ci-dessous.

Principaux indicateurs et critères applicables

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

- Taux de participation des 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)
- Appareils recueillis et traités à des fins de réutilisation ou de recyclage (nombre)
- Plaintes réglées en moins de 60 jours par le Bureau de l'ombudsman de Rogers (en %)
- Dépenses d'investissement (en \$)

Employés

- Résultats liés à l'engagement des employés (en %)
- Taux de roulement volontaire (en %)
- Taux de participation 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 %)
- Taux des incidents avec arrêt de travail

Environnement

- Consommation énergétique directe et indirecte (en GJ)
- Consommation de papier (en tonnes)
- Proportion de clients ayant reçu des fractures électroniques (en %)

Communauté

- Investissement communautaire – en espèces (en \$)
- Heures de bénévolat investies par les employés de Rogers (nombre)
- Investissement communautaire – en nature (en \$)
- Employés qui ont effectué des activités de bénévolat (nombre)
- Dons (en pourcentage du bénéfice avant impôt)


Économie et société

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

Principaux indicateurs de GES

Environnement

- Émissions de GES selon les paramètres 1 et 2 (en tonnes de CO₂e)

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, disponible [en ligne](#).

Les principaux indicateurs de GES contenus dans le rapport ont été établis par la direction conformément aux exigences comptables du 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 »).

Responsabilités de la direction

La direction est responsable de la préparation et de la présentation des principaux indicateurs 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, ainsi que de la préparation et de la présentation des principaux indicateurs de GES conformément aux exigences comptables du protocole des GES, à la date du présent rapport. Il incombe aussi à la direction d'établir les objectifs de performance et de présentation de l'information de Rogers en matière de développement durable, incluant le recensement des parties prenantes et des questions cruciales, 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. 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.

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 la Norme internationale de missions d'assurance (International Standard on Assurance Engagements, ou « ISAE ») 3000 (révisée) *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* (missions d'assurance autres que les missions d'audit ou d'examen d'informations financières historiques), 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 la Norme canadienne de contrôle qualité 1.

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 2015.

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-dessous. 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. 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.

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 les précisions relatives 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, accessible [en ligne](#).

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 publiées par l'International Ethics Standard Board for Accountants 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, nous n'avons eu connaissance d'aucun élément nous portant à croire que, pour l'exercice clos le 31 décembre 2015, les principaux indicateurs de RSE énumérés ci-dessus et présentés dans le rapport de 2015 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 2015, énumérés ci-dessus et présentés dans le rapport de 2015 sur la responsabilité sociale d'entreprise n'ont pas été préparés et présentés, à tous les égards importants, conformément aux exigences comptables du 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 31 mai 2016
Toronto, Canada

Message du chef de la direction

Nous venons de conclure la première année complète de notre stratégie Rogers 3.0 mise en place pour relancer notre croissance d'une manière significative et durable. Nous avons accompli d'énormes progrès en vue d'offrir à tous les Canadiens un brillant avenir numérique et de favoriser la durabilité et la responsabilité sociale de l'entreprise dans tout ce que nous entreprenons.



« Nous sommes convaincus que pour être une bonne entreprise, il est essentiel de bien nous occuper de nos clients. »

Nous avons franchi en 2015 la barre des 10 000 clients de notre programme Branché sur le succès, qui permet de combler le fossé numérique en offrant aux personnes habitant dans un logement sans but lucratif le service Internet haute vitesse à 9,99 \$. Je suis heureux de vous annoncer qu'au début de l'année 2016, nous avons élargi la portée du programme à toutes les régions où nous offrons le service Internet. Par conséquent, jusqu'à 150 000 Canadiens qui vivent dans un logement sans but lucratif pourront y avoir accès. Nous croyons que tout le monde a le droit de garder le contact avec la famille et les amis et de participer à l'économie numérique.

Nous investissons également dans nos collectivités et dans l'économie. En 2015, nous avons donné plus de 65 millions de dollars en espèces et en nature à des organismes de bienfaisance au Canada, et avons distribué 13,1 milliards de dollars de valeur économique.

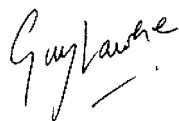
Nous sommes convaincus que pour être une bonne entreprise, il est essentiel de bien nous occuper de nos clients. Nous avons apporté certaines améliorations clés à notre Service à la clientèle en vue de supprimer les causes d'insatisfaction des clients et d'assurer une expérience transparente. Par exemple, nous avons étendu le service Partout chez vous, notre service d'itinérance sans souci offert à un prix quotidien fixe dans plus de 100 destinations. Nous avons également investi dans nos outils libre-service afin de donner à nos clients la possibilité de consulter, de rehausser et de modifier leurs forfaits en ligne ou par l'intermédiaire de l'application MonRogers. Les changements que nous avons apportés ont entraîné une baisse du nombre de plaintes des clients, dont une diminution de 9,6 % des plaintes adressées à notre ombudsman et de 26 % de celles soumises au CPRST par rapport à 2014.

Nous avons également amélioré considérablement nos réseaux : la population canadienne desservie par le réseau LTE est passée de 84 % à 93 % comparativement à l'année précédente. Pour y parvenir, nous avons effectué d'importants investissements, fait des acquisitions et conclu des ententes d'itinérance.

L'un des piliers de notre stratégie Rogers 3.0 est l'investissement dans notre personnel. En 2015, nous avons investi plus de 56 million de dollars en formation et en perfectionnement grâce à de nouveaux programmes qui favorisent la croissance personnelle et professionnelle de nos employés, tout en leur permettant de mieux servir nos clients. En outre, nous avons déployé des efforts visant à accroître la représentation de la diversité et à développer une culture inclusive, et nous prévoyons en constater les résultats au cours des années à venir. Par ailleurs, nous investissons dans notre milieu de travail afin de créer un environnement au sein duquel les employés peuvent réagir et collaborer plus efficacement.

Non seulement nos investissements dans le milieu de travail stimulent la productivité et renforcent le sentiment d'appartenance, mais ils génèrent également d'importantes retombées environnementales. Nos nouveaux bureaux favorisent une utilisation des technologies d'économie d'énergie et nous permettent de réduire les déchets et le besoin d'imprimer. Grâce à ces changements, nous sommes sur la bonne voie pour atteindre notre objectif de réduction de la consommation d'énergie de 10 % et des émissions de gaz à effet de serre de 25 % d'ici 2025 par rapport aux niveaux de 2011.

Nous poursuivons nos efforts en vue d'obtenir un excellent rendement économique, environnemental et social en 2016. Nous espérons que notre rapport vous plaira et nous recevrons avec plaisir vos commentaires.



Guy Laurence

Président et chef de la direction
Rogers Communications Inc.

La RSE chez Rogers



La RSE chez Rogers



Nous mettons tout en œuvre pour offrir un brillant avenir numérique aux Canadiens. Concrètement, nous fournissons des produits et des services simples et conviviaux qui allègent le quotidien de nos clients.

Mais cela ne tient pas uniquement aux produits et aux services que nous fournissons en tant qu'entreprise, mais également à notre manière d'exercer nos activités. Nos parties prenantes veulent faire affaire avec une entreprise qui fait preuve d'éthique et de transparence, et qui met en place des programmes ayant des avantages économiques, sociaux et environnementaux.

Notre stratégie d'affaires

En 2014, nous avons entrepris une restructuration et mis en œuvre une nouvelle stratégie désignée Rogers 3.0. Cette stratégie d'entreprise s'articule autour de sept piliers et vise à accélérer la croissance :

Pilier stratégique	Signification
Être une entreprise canadienne à forte croissance	Accélérer notre croissance et continuer à générer des revenus solides.
Faire une refonte complète de l'expérience client	Nous sommes là pour servir les clients. Nous allons donc améliorer considérablement l'expérience client à chaque point de contact : en magasin, à la maison, au téléphone et en ligne.
Stimuler la croissance du marché des services aux entreprises	Nous travaillons comme une seule équipe afin de lancer des services novateurs qui aideront les clients d'affaires à être plus productifs et à prendre de l'expansion.
Investir dans les employés et les former	Nous investissons pour faire de Rogers l'une des meilleures entreprises où travailler au Canada. Nous avons défini les responsabilités, simplifié les processus et vérifié que nos employés ont les bons outils pour répondre aux besoins de nos clients. Nous assumons également la responsabilité de nos valeurs et de nos attentes qui guident notre manière de travailler.
Offrir un contenu captivant en tout lieu	Nous offrons à nos clients un accès plus facile et plus pratique à du contenu captivant où ils le veulent et enrichissons notre portefeuille de contenu afin de répondre aux besoins de notre clientèle croissante.
Miser sur l'innovation et notre position de chef de file en ce qui a trait au réseau	Les besoins de nos clients changent constamment; ils sont à la recherche de nouveautés. Chez Rogers, l'innovation est au cœur de nos activités - ce trait nous distingue. Nous mettons l'accent sur l'innovation en lançant de nouveaux produits qui satisfont nos clients et qui élargissent notre couverture de réseau.
Présenter un front uni sous la bannière Rogers	Nous sommes déterminés, en tant qu'entreprise, à travailler comme une seule et même équipe et à suivre une seule stratégie pour accomplir le travail et faire en sorte que Rogers se distingue.

Vision et valeurs

En plus de mettre en œuvre cette stratégie d'affaires, nous avons récemment revu et mis à jour notre vision et nos valeurs. Ces valeurs correspondent à nos objectifs et à la manière dont nous formons une équipe au sein de Rogers.

Notre raison d'être

Assurer la prospérité de notre entreprise en offrant un brillant avenir numérique aux Canadiens

Qui nous sommes

Nous sommes Rogers, une entreprise familiale canadienne.
L'innovation est au cœur de tout ce que nous faisons.
Nous sommes des pionniers en matière d'investissements et préparons l'avenir.
Nous offrons valeur et qualité. Nous ne prenons pas de raccourcis.
Nous comprenons à quel point vous êtes occupés, alors nous simplifions les choses.
Notre clientèle, c'est notre famille, et notre famille nous tient à cœur.
Nous veillons à la formation et au perfectionnement de nos employés, afin que vous puissiez toujours compter sur nous.
Nous formons une équipe unie poursuivant un objectif commun : mieux vous servir.
Nous adorons notre travail. Et cherchons chaque jour à faire mieux.

« Le meilleur est à venir. »

Ted Rogers

Nos convictions

Le monde a toujours besoin de nouvelles idées.
Les problèmes de nos clients sont les nôtres : nous nous devons de les résoudre.
Investir dans les gens est toujours profitable.
Être les meilleurs est le seul objectif qui en vaut la peine.
Nous ne pouvons gagner que si nous travaillons en équipe.

Notre façon de travailler

Simplifier et innover.
Assumer la responsabilité « du quoi et du comment ».
Outiller les gens pour qu'ils réussissent.
Exécuter les tâches avec discipline et fierté.
Faire preuve de franchise, tisser des liens de confiance et dépasser les attentes.

Stratégie d'entreprise et RSE

Notre stratégie 3.0 vise à accélérer la croissance des revenus d'une manière durable et à bâtir une meilleure entreprise pour nos clients et nos parties prenantes. Nous ne pouvons y parvenir sans être responsables, et la responsabilité et la transparence font partie intégrante de notre stratégie.

Nous voulons être une entreprise canadienne à forte croissance et aspirons à offrir un brillant avenir numérique aux Canadiens. Ces objectifs vont de pair avec la mise en œuvre de pratiques éthiques et responsables. Nous avons à cœur d'offrir des produits fiables et faciles à utiliser de sorte que nos clients aient une expérience harmonieuse. Nous investissons dans nos employés pour qu'ils puissent bâtir une carrière enrichissante et se sentir inclus et engagés. Nous investissons également dans nos collectivités et dans l'économie et réduisons notre empreinte écologique, car c'est la bonne chose à faire.

Nous concentrons nos efforts sur les éléments pertinents et importants pour notre entreprise et où nous pouvons avoir la plus forte incidence. En lisant le présent rapport, vous verrez comment notre stratégie influe sur nos programmes liés à la responsabilité sociale de l'entreprise et nos progrès en ce qui concerne nos questions importantes.

Engagement des parties prenantes

Par parties prenantes, nous entendons les clients, les employés, les fournisseurs, les organismes à but non lucratif, les membres de la collectivité, le gouvernement, les organismes de réglementation, l'industrie et les associations commerciales et les investisseurs. Nos activités et nos actions, qu'il s'agisse de notre service à la clientèle ou de l'emplacement de nos tours, de nos programmes à l'intention de nos employés ou de nos positions sur des questions de principe, touchent directement ou indirectement ces parties prenantes.

Nous écoutons nos parties prenantes et communiquons avec elles au moyen de plusieurs canaux. Les sujets de discussion dépendent des intérêts des parties prenantes et des renseignements que nous souhaitons collecter à notre sujet. Les renseignements ainsi recueillis nous permettent d'améliorer notre entreprise et notre performance en matière de durabilité, et dans le présent rapport, vous verrez comment nous avons répondu à ces préoccupations. À la page suivante se trouve un tableau qui montre nos relations avec ces parties prenantes en 2015 ainsi que les sujets qui les ont intéressées ou qui ont eu une incidence sur celles-ci :

Groupe d'intervenants	Relations avec les parties prenantes en 2015	Sujets clés abordés en 2015	Question importante connexe
Clients	<ul style="list-style-type: none"> Programme relatif à la cote NPS Interactions au quotidien dans les magasins et par l'intermédiaire des centres d'appel, du clavardage en direct, des réseaux sociaux et des forums communautaires Bureau de l'ombudsman Processus de résolution de problèmes 	Service à la clientèle (p. ex. contrats, clarté de la facturation, frais d'itinérance)	Service à la clientèle et transparence
		Clarté	Service à la clientèle et transparence
		Fiabilité du réseau	Innovation et leadership en matière de réseau
		Innovation en matière de produits, investissements dans les réseaux	Innovation et leadership en matière de réseau
		Reprise de produits	Responsabilité liée aux produits
		Accessibilité, diversité	Responsabilité liée aux produits
		Confidentialité et sécurité des données	Vie privée des clients
Employés	<ul style="list-style-type: none"> Sondage sur l'engagement des employés Réunions d'équipe et individuelles Planification du perfectionnement, évaluations du rendement Événements annuels d'inauguration du chef de la direction Séances de discussion ouverte Intranet et blogues des membres de la direction Yammer Ligne d'assistance Star de Rogers 	Formation et perfectionnement, mobilité interne, avancement professionnel	Gestion des talents
		Collaboration interne	Gestion des talents
		Outils et formation pour aider à servir les clients	Service à la clientèle et transparence
		Rémunération et avantages sociaux	Gestion des talents
		Espace de travail	Gestion des talents
		Santé et sécurité	Santé, sécurité et bien-être des employés
		Inclusion et diversité	Inclusion et diversité
		Bénévolat	Bienfaisance communautaire
		Occasions de faire preuve de pratiques sociales et environnementales responsables	Consommation d'énergie et changements climatiques, déchets et recyclage, réduction de la consommation de papier
		Groupes environnementaux	<ul style="list-style-type: none"> Réunions avec des consultants en environnement et des groupes à vocation environnementale Participation et sensibilisation des employés Adhésion à des associations Événements
Gestion des déchets provenant des bureaux et des déchets électroniques	Déchets et recyclage		
Réduction de la consommation de papier	Réduction de la consommation de papier		
Collectivités et OSBL	<ul style="list-style-type: none"> Partenariats et sensibilisation Commandites Bénévolat des employés Adhésion à des associations Consultations communautaires 	Investissement communautaire	Bienfaisance communautaire
		Activités de bienfaisance et bénévolat des employés	Bienfaisance communautaire
		Concordance entre la cause et les objectifs de l'entreprise	Bienfaisance communautaire, inclusion numérique
		Médias, partenariat et soutien	Bienfaisance communautaire
		Accès à Internet à large bande	Inclusion numérique
Fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> Processus d'appels d'offres et de demandes de renseignement Interactions avec l'équipe du Service des approvisionnements de Rogers Visites des bureaux et des usines des fournisseurs Sondage auprès des nouveaux fournisseurs 	Sélection de fournisseur	Gestion de la chaîne d'approvisionnement (en ligne)
		Produits d'origine éthique	Gestion de la chaîne d'approvisionnement
Organismes gouvernementaux, ONG, associations et médias	<ul style="list-style-type: none"> Dialogue avec des fonctionnaires et des organismes de réglementation Participation aux audiences du CRTC et aux consultations publiques Dialogue avec les ONG Adhésion à des associations professionnelles Conférences et forums Relations avec les médias 	Questions de la clientèle par rapport à l'avenir de la télévision au Canada	Politique publique
		Perspectives de politique publique	Politique publique
		Gouvernance, éthique d'affaires, conformité réglementaire	Gouvernance et éthique, politique publique
		Incidences et contributions économiques	Rendement économique
		Accès à Internet à large bande	Inclusion numérique
Actionnaires et investisseurs	<ul style="list-style-type: none"> Événements et visites liés aux investisseurs Réunions et séances de rétroaction avec des groupes d'investisseurs principaux et socialement responsables Sondages et consultations 	Rendement des investissements	Rendement économique
		Développement durable à long terme	Rendement économique
		Saine gouvernance d'entreprise	Gouvernance et éthique
		Gestion de la RSE et rapports	Gouvernance et éthique

Nos questions importantes

En 2014, nous avons entrepris une évaluation des questions importantes en lien avec les lignes directrices de quatrième génération, ce qui nous a permis de déterminer nos principaux enjeux, de les classer en ordre de priorité et de les valider. En 2015, nous avons poursuivi sur notre lancée en tenant des rencontres avec les parties prenantes de la RSE, y compris les médias et les investisseurs. Ces rencontres nous ont permis de valider plus à fond nos questions importantes et d'améliorer en partie l'information que nous fournissons. Voici notre processus d'évaluation des questions importantes :

Identification

Nous avons établi une longue liste de questions importantes sur la RSE. Voici comment nous avons procédé :

- Nous avons examiné les commentaires des parties prenantes de divers canaux;
- Nous avons pris en considération ce qui fait partie intégrante d'une entreprise œuvrant dans l'industrie des communications et des médias au Canada, dont les risques et les occasions, et l'environnement concurrentiel et réglementaire;
- Nous avons examiné les sujets abordés dans le cadre de la Global Reporting Initiative de quatrième génération;
- Nous avons tenu des rencontres avec les parties prenantes afin de recueillir leurs commentaires sur nos questions importantes et de déterminer ce qui, selon elles, devrait être inclus dans notre rapport.

Priorités

- En 2014, les responsables de ressources informationnelles et notre comité de gouvernance de RSE ont classé les enjeux au moyen d'une échelle de 1 à 5, ce qui nous a permis d'accorder la priorité aux questions importantes. Nous avons cerné 16 questions importantes.
- L'engagement avec les parties prenantes en 2015 est venu confirmer que les sujets importants pour nous et nos parties prenantes demeurent les mêmes.

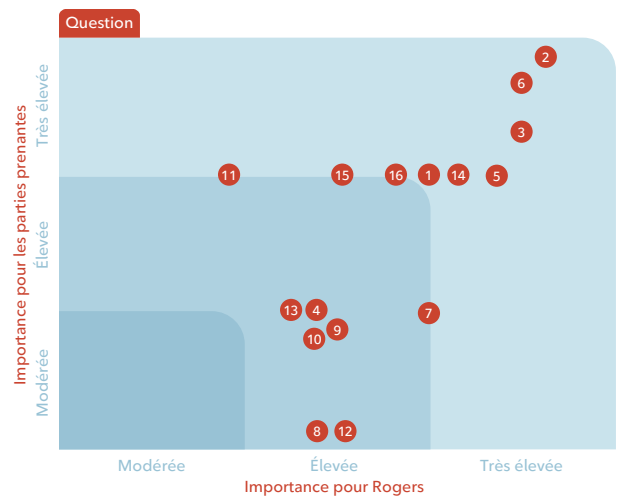
Validation

- Le comité de gouvernance de la RSE a approuvé la liste finale des questions importantes, fournissant ainsi le cadre servant à produire le rapport.
- Ce rapport de la RSE est également approuvé par tous les responsables de ressources informationnelles de la haute direction et par le Comité de divulgation de l'entreprise.
- Les limites sont examinées pour nous assurer que nous comprenons les conséquences sur notre chaîne de valeur.

Examen

- Cette année, nous examinerons de nouveau le contenu de ce rapport avec les parties prenantes et leur demanderons leurs commentaires. En 2016, nous ferons une évaluation de la version révisée des questions importantes dans le cadre de laquelle les parties prenantes seront davantage prises en compte, et qui comportera des sondages et davantage de rencontres individuelles.

- 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



Limites

L'information que contient ce rapport et les indicateurs de performance clés ont trait à Rogers Communications Inc. et à ses marques. Nous gérons nos questions importantes afin que nous comprenions sur quoi nous avons agi. Dans certains cas, l'incidence de nos activités peut échapper à notre contrôle, et nous mesurons cette incidence lorsque nous le pouvons (émissions de gaz à effet de serre de portée 3, par exemple). Le tableau ci-dessous représente notre perception des répercussions de nos activités au sein de Rogers ou encore à l'extérieur de cette dernière. Chaque sujet est géré afin que nous comprenions notre incidence comme il a été mentionné dans le rapport.

Bonne gouvernance : Gouvernance et éthique - Rogers, fournisseurs

Expérience client : 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

Expérience employé : Gestion des talents - Rogers
 Inclusion et diversité - Rogers
 Santé, sécurité et bien-être des employés - Rogers, fournisseurs

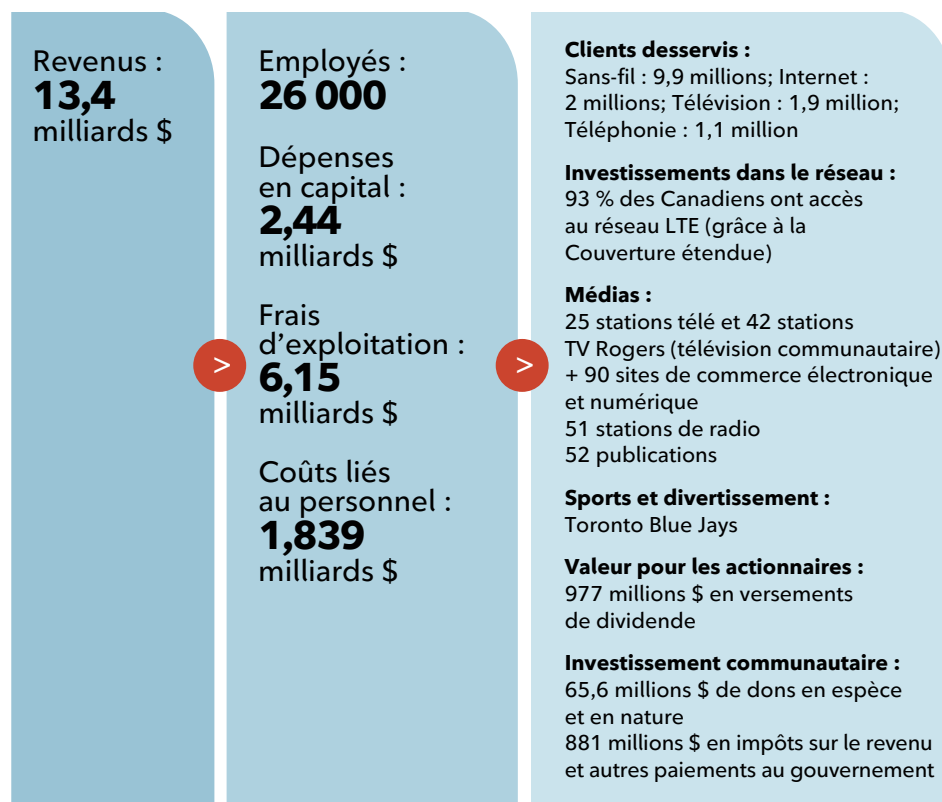
Responsabilité environnementale : Consommation d'énergie et changements climatiques - Rogers, fournisseurs, clients
 Réduction de la consommation de papier - Rogers, clients, fournisseurs
 Déchets et recyclage - Rogers, clients, fournisseurs

Investissement communautaire : Bienfaisance communautaire - Rogers, communauté
 Inclusion numérique - Rogers, fournisseurs, clients

Économie et société : Performance économique - Rogers, fournisseurs, gouvernement
 Gestion de la chaîne d'approvisionnement - Rogers, fournisseurs
 Politique publique - Rogers, gouvernement

Notre chaîne de valeur

Voici un aperçu de notre chaîne de valeur. Cet aperçu nous permet, à nous et à nos parties prenantes, de comprendre nos données entrantes clés et nos données sortantes clés, ainsi que leurs répercussions.



Nos progrès et nos objectifs

Dans le rapport de cette année, nous indiquons nos objectifs et nos progrès quant à leur réalisation, afin de donner un aperçu rapide à nos parties prenantes. Voici nos progrès par rapport à nos objectifs. L'analyse de nos résultats est effectuée dans notre rapport.

IRC	Objectif 2015	Résultat 2015	Objectif atteint	Objectif 2016
Bonne gouvernance				
Pourcentage des employés ayant suivi la formation sur le Code de déontologie	95 %	96,02 % ⁺	✓	95 %
Expérience client				
Pourcentage des plaintes réglées en moins de 60 jours par l'ombudsman de Rogers	100 %	90 % ⁺	✗	100 %
Plaintes reçues par le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST)	Moins qu'en 2014 (3 284)	2 421 ⁺	✓✓	Réduire le nombre de plaintes par rapport à 2015
Plaintes concernant la protection de la vie privée jugées légitimes par le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada	Aucune	Aucune	✓	Aucune
Expérience employé				
Résultats liés à l'engagement des employés	La note optimale (80 %)	76 % ⁺	✗	Atteindre la note optimale
Taux de participation au sondage sur l'engagement des employés	75 %	73 % ⁺	✗	75 %
Taux de roulement volontaire	Réduction de 10 % par rapport à 2014 (14,7 %)	16,8 % ⁺	✗	Réduction de 10 % par rapport à 2015
Investissement dans la formation	Hausse de l'investissement de 30 % par rapport à 2014 (39,6 millions \$)	56,6 million \$	✓✓	64,4 million \$
Proportion de femmes chez nos employés	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail de 1,0 point (47,4 %)	39,2 % ⁺	✗	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail de 1,0 point
Proportion de minorités visibles chez nos employés	Atteindre ou dépasser la disponibilité sur le marché du travail (25,6 %)	31,8 % ⁺	✓✓	Atteindre ou dépasser la disponibilité sur le marché du travail
Proportion d'Autochtones chez nos employés	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail de 0,1 point (1,7 %)	0,9 % ⁺	✗	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail de 0,1 point
Proportion de personnes handicapées chez nos employés	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail de 0,1 point (4,9 %)	1,1 % ⁺	✗	Réduire l'écart par rapport à la disponibilité sur le marché du travail de 0,1 point
Responsabilité environnementale				
Consommation d'énergie totale	Réaliser des progrès afin d'atteindre nos objectifs de 2025	4 375 771 kJ ⁺ (hausse de 2,8 % par rapport à 2014)	✗	Réaliser des progrès afin d'atteindre nos objectifs de 2025
Émissions de GES de portée 1 et 2	Réaliser des progrès afin d'atteindre nos objectifs de 2025	170 287 tonnes ⁺ d'équivalent en CO ₂ (baisse de 3,8 % par rapport à 2014)	✓	Réaliser des progrès afin d'atteindre nos objectifs de 2025
Proportion de clients ayant reçu des fractures électroniques	65 %	58 % ⁺	✗	75 %
Investissement communautaire				
Pourcentage de bénéfice avant impôts remis à des organismes de bienfaisance et à des organismes à but non lucratif	1 % +	4 % ⁺	✓	1 % +
Employés qui ont effectué des activités de bénévolat par l'intermédiaire du Programme des employés bénévoles de Rogers	1 350	787 ⁺	✗	1 000
Nouveaux abonnés grâce au programme Branché pour le succès	1 200 abonnés additionnels	4 129 abonnés additionnels	✓✓	4 000 abonnés additionnels
Économie et société				
Pourcentage des processus d'offre concurrente où le fournisseur a accepté notre Code de déontologie des fournisseurs et les lignes directrices de notre Code de déontologie	100 %	100 %	✓	100 %

En plus de ces objectifs, nous avons deux objectifs environnementaux à long terme :

IRC	Objectif	Où en sommes-nous?	Année d'atteinte de l'objectif
Consommation d'énergie totale	Réduire la consommation d'énergie de 10 % d'ici 2025 par rapport aux niveaux de 2011	Augmentation de 16 % par rapport à 2011	2025
Émissions de portée 1 et 2	Réduire les émissions de portée 1 et 2 de 25 % d'ici 2025 par rapport aux niveaux de 2011	Réduction de 13,7 % par rapport à 2011	2025

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

96,02 %

de nos employés ont suivi la formation sur le Code de déontologie de Rogers, ce qui nous permet de surpasser notre objectif de 95 %

33 %

de femmes au conseil d'administration



27

indicateurs de rendement clés certifiés pour ce rapport

Gouvernance et éthique


Pourquoi il s'agit d'une question importante

Il est de notre devoir, à titre d'importante société cotée en bourse qui fait des affaires au Canada, d'avoir en place des procédures rigoureuses en matière de gouvernance, de politique et d'éthique dans tous nos secteurs d'activités. Il est fondamental de mériter la confiance de toutes les parties prenantes.

Principes de la direction


Nous nous employons fermement à assurer une saine gouvernance et à nous comparer régulièrement avec d'autres chefs de file de l'industrie.

Rogers est une entreprise familiale fondée par une famille qui a mis en place plusieurs pratiques exemplaires dans le but d'assurer une bonne gouvernance, notamment la séparation des rôles du chef de la direction et du président du conseil et la nomination d'un administrateur principal indépendant. Le [Code de déontologie de Rogers](#) décrit notre façon d'agir en tant que société, de nos employés aux membres de notre conseil d'administration (le Conseil), en passant par les fournisseurs. Notre programme de dénonciation permet d'alerter la direction de tout comportement contraire à l'éthique.


Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Représentation des femmes au conseil d'administration	33 %	27 %	24 %	24 %
Pourcentage des employés ayant suivi la formation sur le Code de déontologie de Rogers ¹	96,02 % 	97,61 %	97,86 %	96,96 %
Nombre d'IRC certifiés de façon indépendante dans le cadre du présent rapport ²	27	27	25	20

¹ Les pourcentages antérieurs à 2014 tiennent compte du cycle du rapport du 30 septembre. En date de 2014, le pourcentage d'employés qui ont suivi la formation sur le Code de déontologie de Rogers est publié le 31 décembre.

² Le nouvel IRC certifié pour notre rapport 2015 englobe le taux d'incidents entraînant une perte de temps et nous avons décidé de continuer à certifier les ambassadeurs du programme Bien-être en 2015.

 Certifié de façon indépendante en 2015.

Gouvernance et éthique d'entreprise

En 2015, 96,02 %  de nos employés ont suivi la formation sur le Code de déontologie de Rogers, notamment 100 % de nos cadres, des membres du conseil d'administration et des employés de notre division des finances. Nous donnons cette formation chaque année pour veiller à ce que nos employés comprennent les normes élevées auxquelles ils doivent adhérer. Au cours de la dernière année, nous avons apporté les améliorations suivantes à la formation :

- Nous avons présenté le contenu sous la forme de scénarios afin que les employés puissent constater de quelle façon les problèmes soulevés peuvent avoir une incidence sur leurs tâches au quotidien.
- Nous avons développé le contenu pour les aspects que nous considérons comme étant de plus en plus importants.
- Nous avons ajouté de nouveaux sujets pour aborder les problèmes émergents.

En plus de se conformer à notre Code de déontologie, les membres du Conseil sont également liés par notre [Code de déontologie des administrateurs](#). Ces derniers reçoivent une séance d'orientation officielle et suivent de la formation continue. Il s'agit de nous assurer qu'ils comprennent les activités de l'entreprise et qu'ils sont au fait des derniers développements au chapitre des aspects juridiques et réglementaires connexes.

Rogers s'est engagée à promouvoir la diversité et l'inclusion à tous les niveaux de l'entreprise, y compris au sein du conseil d'administration. Au 31 décembre 2015, la représentation des femmes au Conseil était de 33 % par rapport à 27 % l'année précédente, soit une proportion bien supérieure à ce que visait l'appel à l'action lancé par Calalyst Canada (un organisme de recherche et de défense des intérêts sans but lucratif consacré à la création d'occasions pour les femmes et les entreprises) pour que le pourcentage des femmes aux conseils d'administration des entreprises soit de 25 %.

Lutte contre la corruption

Notre Code de déontologie et notre formation informent les employés sur ce qui est considéré comme un acte de corruption ou un comportement contraire à l'éthique, y compris les pots-de-vin, l'extorsion et la fraude. La direction est mise au courant des activités contraires à l'éthique ou des actes de corruption au moyen de la ligne d'assistance STAR de Rogers. Il s'agit d'une ligne anonyme exploitée par un tiers indépendant qui assure la confidentialité de chaque appel. Lorsqu'une information est reçue, elle fait l'objet d'une enquête et d'une évaluation, et des mesures sont prises.

Gestion des risques

L'équipe de la haute direction et le comité de vérification et d'examen des risques de notre conseil d'administration sont chargés d'approuver nos politiques en matière de risques de l'entreprise. La gestion des risques de l'entreprise se fait au moyen d'un cadre de travail comprenant trois lignes de défense pour définir, évaluer, gérer, surveiller et communiquer les risques. Ces lignes sont constituées d'abord par nos unités fonctionnelles et nos services qui déterminent et évaluent les principaux risques en plus de définir les contrôles et les plans d'action pour les atténuer. La deuxième ligne, formée par l'équipe de gestion du risque de l'entreprise, aide les unités fonctionnelles et les services à cerner, à évaluer et à contrôler les risques émergents en établissant des politiques, des normes, des analyses et des rapports. Le groupe de vérification interne constitue la troisième ligne. Il évalue la conception et l'efficacité opérationnelle du programme de gouvernance, des contrôles internes et de la gestion du risque. Pour obtenir de plus amples renseignements à ce sujet et voir un examen approfondi de notre approche de la gestion des risques, veuillez consulter la section Gouvernance et gestion des risques dans notre rapport annuel de 2015.

Surveillance par la haute direction de la RSE

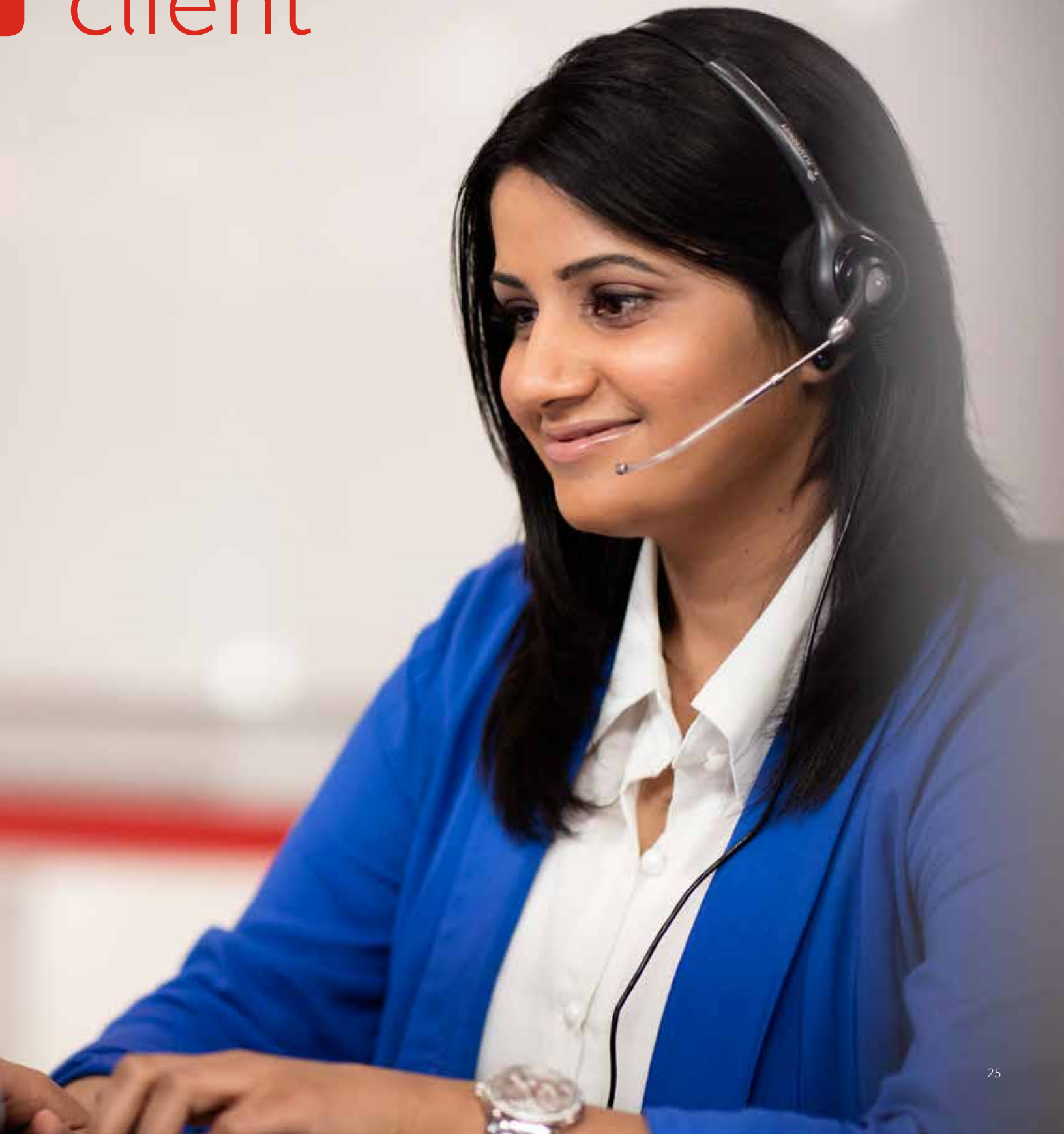
La responsabilité sociale d'entreprise est gérée par notre équipe de RSE, qui travaille en étroite collaboration avec les membres de la haute direction des unités fonctionnelles pertinentes. Celle-ci supervise l'approche, le rendement et les progrès de Rogers en matière de RSE ainsi que l'approbation du rapport. L'équipe de RSE a approuvé les 27 IRC certifiés et a travaillé de concert avec les membres de la haute direction et avec notre comité sur la divulgation pour l'approbation de notre rapport sur la RSE. Les indicateurs de rendement clés certifiés sont ceux qui, selon nous, sont les plus susceptibles de nous aider à faire le suivi de nos progrès. Nous continuerons de réévaluer l'utilisation de ces indicateurs annuellement.



Pour obtenir plus de renseignements en ligne :

- + [Énoncé des pratiques en matière de gouvernance d'entreprise](#)
- + [Rapport annuel 2015](#)
- + [Circulaire de sollicitation de 2016](#)

Expérience client



Expérience client

Nous sommes là pour servir nos clients et notre travail est de simplifier le complexe. Nos clients s'attendent à une excellente expérience – harmonieuse, fiable et sécuritaire – dans un brillant avenir numérique.

Faits saillants de cette année

26 %

Réduction de 26 % du nombre de plaintes au CPRST



13 %

Réduction du nombre de contacts des clients avec nos équipes de 13 %

9,6 %

Réduction de 9,6 % du nombre de plaintes à l'ombudsman

93 %

Au 31 décembre, 93 % de la population avait accès à notre réseau LTE (y compris grâce à la Couverture étendue)



Ookla a désigné Rogers comme étant, pour 2015, le fournisseur du service Internet et du réseau sans-fil les plus rapides du Canada. Ookla est un chef de file mondial en évaluation des réseaux à large bande et en applications web de diagnostic réseau.

Service à la clientèle et transparence

Pourquoi il s'agit d'une question importante

Nos produits et services sont au cœur de la vie et des affaires des Canadiens; un bon service à la clientèle est primordial afin qu'ils obtiennent ce dont ils ont besoin, quand et où ça compte.

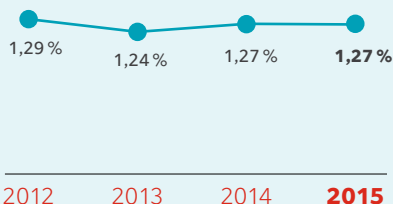
Principes de la direction

Nous avons entrepris d'améliorer l'expérience client depuis le lancement de notre stratégie Rogers 3.0 en 2014. Nous avons réalisé d'importants progrès, mais nous avons encore un long chemin à parcourir.

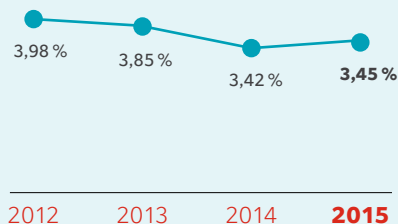
Pour progresser, nous devons absolument simplifier les politiques et les processus et améliorer les options libre-service ainsi que la formation de nos conseillers du Service à la clientèle. Nous mesurons le progrès au moyen d'un paramètre appelé la cote NPS (taux de recommandation net).

Nos équipes de l'Expérience client sont dirigées par le chef de la direction de l'Expérience client, alors que nos réseaux de vente sont dirigés par notre président, segment Grand public; ces deux personnes relèvent de notre chef de la direction.

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



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



Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Conservation de la clientèle - taux de désabonnement mensuel pour le volet sans-fil (postpayé)	1,27 % ⚡	1,27 %	1,24 %	1,29 %
Conservation de la clientèle - taux de désabonnement mensuel pour le volet sans-fil (prépayé)	3,45 % ⚡	3,42 %	3,85 %	3,98 %
Plaintes signalées au Bureau de l'ombudsman de Rogers	3 627 ⚡	4 013	3 370	2 468
Pourcentage des plaintes réglées en moins de 60 jours par l'ombudsman de Rogers	90 % ⚡	90 %	97 %	99 %
Plaintes reçues par le Commissaire aux plaintes relatives aux services de télécommunications (CPRST) ¹	2 421 ⚡	3 284	4 801	3 705

¹ Nombre de plaintes mesuré du 1^{er} août au 31 juillet. Les plaintes relatives à Fido et à Rogers sont incluses.
⚡ Certifié de façon indépendante en 2015.

Notre rendement en matière de service à la clientèle

Quand nous avons lancé Rogers 3.0 en 2014, nous avons pris l'engagement d'améliorer notre service à la clientèle et amorcé des changements clés visant à respecter cette promesse. En 2015, nous avons investi 100 millions de dollars afin de réaliser des progrès encore plus importants. Nous avons amélioré nos politiques et nos programmes afin de nous assurer d'offrir une expérience simple et harmonieuse à nos clients. Ces améliorations se reflètent dans plusieurs de nos indicateurs de rendement clés :

- Le nombre de plaintes de clients signalées par le CPRST a diminué plus rapidement que celui de nos principaux concurrents : une baisse de 26 % par rapport à 2014.
- Le nombre de plaintes adressées à l'ombudsman de Rogers a diminué de 9,6 %.
- Notre taux de désabonnement du service postpayé est stable à 1,27 % ⚡.

En plus de ces points de référence externes, nous mesurons nos succès à l'interne au moyen de la cote NPS, qui nous indique où nous en sommes par rapport à l'amélioration de l'expérience client. La cote NPS liée aux relations nous indique comment les clients perçoivent nos marques, et la cote NPS liée aux points de contact nous informe sur les interactions récentes des clients avec nos conseillers de première ligne.

Nous ne divulguons pas publiquement nos objectifs ou notre rendement quant aux cotes NPS pour des raisons de concurrence, mais nos cotes NPS ont augmenté considérablement de décembre 2014 à décembre 2015. Nous sommes satisfaits de cet essor; il confirme que nous mettons en place les bons programmes et les bonnes politiques pour améliorer l'expérience client.

Programmes clés

La tendance positive liée à nos indicateurs de rendement clés nous indique que nous travaillons ensemble de façon plus efficace que jamais. Nous mettons en place les programmes et les processus qui nous permettront d'améliorer l'expérience client, en offrant davantage d'options libre-service et en éliminant les facteurs de mécontentement de la clientèle. Par exemple :

- Nous avons investi dans les outils en ligne et applications mobiles MonRogers et Mon compte, de façon que les clients puissent passer une commande, modifier un service, consulter leur utilisation de données et leur information de facturation ou effectuer un paiement sans avoir à faire un appel.
- Nous avons dévoilé une nouvelle facture avec une mise en page claire, comportant une case distincte pour le montant total dû et une ventilation de tous les frais mensuels. Elle compte également des graphiques faciles à lire, indiquant la quantité exacte de données utilisées pour chaque ligne téléphonique.
- Apparaide est un nouvel outil conçu pour faciliter l'utilisation du libre-service par les clients. En effet, il permet de diagnostiquer et de résoudre des problèmes techniques directement à partir de l'appareil des clients, 24 heures sur 24, sept jours sur sept.
- Nous avons amélioré les forums communautaires de Rogers, qui offrent maintenant plus de fonctions et présentent une nouvelle apparence. Plus que jamais, les clients trouvent de l'aide auprès d'autres clients grâce aux médias sociaux, et nos forums communautaires leur permettent de communiquer et d'obtenir des réponses au sujet de nos produits et services.
- Nos clients peuvent maintenant obtenir du soutien par l'entremise de la plateforme Facebook Messenger, une première mondiale pour les entreprises de télécommunications. Grâce à ce service, nos clients peuvent communiquer avec le Service à la clientèle de la façon souhaitée, quand ils le veulent, tout en ayant accès à l'historique de conversation comme c'est le cas avec leurs amis.
- Nous avons annulé la politique de résiliation de 30 jours pour les clients du service de télévision.
- Nous avons élargi la zone de couverture de notre programme Partout chez vous, qui comprend maintenant l'Europe, l'Amérique centrale et les Caraïbes. Au début de 2016, nous avons aussi ajouté l'Asie, ce qui porte le nombre total de destinations où les clients peuvent utiliser le service Partout chez vous à plus de 100. Dans le passé, l'itinérance était une des principales sources de mécontentement de nos clients. Le programme Partout chez vous élimine les soucis liés à l'itinérance en permettant aux clients d'utiliser leur appareil comme ils le feraient à la maison, pour des frais quotidiens déterminés et clairs.
- Nous avons lancé un programme interne visant à mieux déceler les problèmes des clients en faisant participer les conseillers qui répondent tous les jours aux appels des clients. Ce programme fait intervenir une équipe de centre d'appel dans un environnement spécialisé où elle est soutenue par des spécialistes de l'amélioration des processus, qui déterminent les problèmes des clients en temps réel et qui travaillent rapidement pour les régler.

Ces améliorations apportées au service ont notamment aidé nos clients en offrant de nouvelles options libre-service et une résolution plus rapide des problèmes, ainsi que des programmes qui ont permis de supprimer les causes d'insatisfaction des clients, comme les politiques de résiliation et les frais d'itinérance. En partie grâce à ces améliorations, nous avons réduit le nombre de contacts des clients avec nos équipes de 13 % l'an dernier.

Résolution de problèmes

En 2015, nous avons remarqué une baisse considérable du nombre de plaintes soumises au CPRST et du nombre de plaintes adressées à notre ombudsman : des diminutions de 26 % et de 9,6 % respectivement. Nous savons donc que nous réglons plus de problèmes au niveau du conseiller du Service à la clientèle ou du gestionnaire, ce qui améliore et accélère l'expérience de nos clients.

Notre ombudsman représente, en interne, notre plus haut niveau de résolution de problème; elle s'occupe des problèmes qui nécessitent un examen plus approfondi que celui pouvant être offert à nos autres niveaux de service à la clientèle. Nous sommes la seule entreprise de télécommunications au pays à avoir un ombudsman interne. Notre ombudsman est impartiale, elle prône un traitement équitable pendant les conflits et une résolution efficace pour les clients de tous nos produits et services.

Notre Bureau de l'ombudsman cherche à résoudre toutes les plaintes des clients dans un délai de 60 jours. En 2015, plus de 90 % de ces plaintes ont été résolues dans les 60 jours, comme l'année précédente. Parmi les principaux problèmes cernés grâce au processus de résolution de problèmes en 2015, on compte ceux liés à la facturation, aux rehaussements d'équipement, aux changements de service, au soutien technique et aux promotions.

Innovation et leadership en matière de réseau

Pourquoi il s'agit d'une question importante

Il est primordial pour notre entreprise de pouvoir offrir des réseaux rapides et fiables. C'est le service que nos clients souhaitent obtenir et auquel ils s'attendent.

Les clients utilisent plus de données que jamais, particulièrement pour regarder des vidéos, cette utilisation augmentant de plus de 60 % chaque année depuis peu de temps.

Principes de la direction

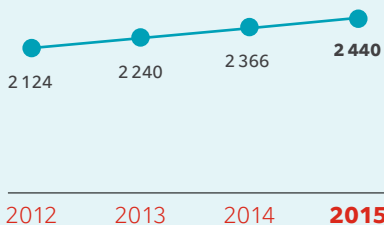
L'innovation et le leadership en matière de réseau représentent un des piliers de notre stratégie Rogers 3.0. Nous investissons constamment afin d'offrir des réseaux plus rapides, aux vitesses que nos clients veulent. Nous investissons également dans de nouveaux services novateurs qui leur facilitent la vie.

Nos équipes de réseau rendent compte à notre chef de la direction de la technologie, qui relève directement de notre chef de la direction.

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Dépenses en immobilisations (en millions de dollars)	2 440 ✱	2 366	2 240	2 142
Proportion approximative de la population canadienne ayant accès au réseau LTE de Rogers (y compris grâce à la Couverture étendue) ¹	93 %	84 %	73 %	60 %

¹ La Couverture étendue a été lancée en 2015.
✱ Certifié de façon indépendante en 2015.

Dépenses en immobilisations (en millions de dollars)



Couverture du réseau et investissements

Nous avons investi 2,44 milliards✱ de dollars dans les immobilisations en 2015, une bonne partie de ce montant étant injectée dans nos réseaux. Grâce à cet investissement, plus de 93 % de la population canadienne a maintenant accès à notre réseau LTE.

Voici les faits saillants de la dernière année :

- Nous avons acquis les licences de spectre AWS-1 de Shaw, qui nous permettront d'étendre notre couverture en Alberta et en Colombie-Britannique.
- Nous avons gagné plus de licences de spectre de 2 500 MHz à l'occasion d'une mise aux enchères. Nous possédons donc maintenant 40 MHz du spectre de 2 500 MHz, soit des blocs de spectre 2 500 MHz contigus (côte à côte) dans tous les grands marchés du Canada. Ce spectre améliore la vitesse et la capacité de notre réseau pour nos clients.
- Nous avons lancé la Couverture étendue LTE, afin que nos clients puissent facilement utiliser leur appareil en itinérance dans les régions où nous n'avons pas de tour, grâce à des ententes d'itinérance conclues avec d'autres fournisseurs. Il s'agit d'un avantage pour nos clients, qui peuvent accéder au réseau à plus d'endroits qu'auparavant.
- Nous avons lancé le service ÉLAN de Rogers, qui offre des forfaits Internet illimités aux clients. Nous avons aussi annoncé un nouveau forfait qui procure à nos clients des vitesses de téléchargement de 1 Gbps. Les vitesses de 1 Gbps seront accessibles dans 130 000 foyers dans notre zone de couverture du câble à la fin de 2015, chiffre qui passera à 4,2 millions d'ici la fin de 2016.

Nous effectuons périodiquement des essais sur nos réseaux afin de nous assurer qu'ils sont fiables et offrent le service et les vitesses que nous annonçons. En 2015, Ookla, chef de file mondial en évaluation des réseaux à large bande et en applications web de diagnostic réseau, a désigné Rogers comme étant le fournisseur du service Internet et du réseau sans-fil les plus rapides du Canada. Nous avons également retenu les services de l'entreprise SamKnows pour qu'elle mette à l'essai notre réseau à large bande, et elle a confirmé que les clients de Rogers obtiennent en moyenne 100 % des vitesses de transmission annoncées. De plus, nous nous appliquons à assurer la disponibilité de nos réseaux en cas d'urgence ou d'événement imprévu. Notre plan de continuité des affaires et de reprise après sinistre définit notre processus visant à communiquer avec nos clients et à rétablir le service lorsque des incidents majeurs surviennent.

Innovation

En 2015, nous avons mis à jour la vision et les valeurs de l'entreprise. Nous avons ajouté à nos valeurs la promesse de simplifier notre façon de travailler et d'innover dans ce domaine. Les clients veulent des solutions simples, qui les aident dans leurs vies quotidiennes et au travail. Voici quelques exemples de nos réalisations de 2015 :

- Nous avons lancé le Système de domotique Rogers en Alberta et en Colombie-Britannique.
- Nous avons lancé le service Voix sur LTE, ou VoLTE, qui nous permet d'acheminer les appels vocaux sur le réseau LTE au lieu du réseau de transmission de la voix habituel. Grâce au service VoLTE, les clients profitent d'une qualité de voix claire et naturelle lors de leurs appels vocaux et vidéo, et d'une connexion plus rapide.
- Nos clients du service sans-fil peuvent maintenant effectuer et recevoir des appels sur des réseaux Wi-Fi; leur couverture est donc étendue, puisqu'ils peuvent envoyer des messages texte ou appeler à des endroits où le signal cellulaire ne se rend pas.
- Navigatr pour TerminalPlus facilite la recherche des émissions à l'aide d'un guide à l'écran dont l'interface a été complètement repensée et les options de menu ont été simplifiées. Un mini-guide affiche également ce qui est diffusé sur d'autres chaînes sans interrompre l'émission en cours, et un menu EVP actualisé permet aux clients de trouver et de découvrir les émissions qu'ils veulent regarder.
- Nous avons lancé le service Internet ÉLAN gigabit de Rogers, qui propose des vitesses de téléchargement pouvant atteindre 1 gigabit par seconde (soit 1 024 Mbps), et la télé 4K, ou ultra-haute définition, qui offre une expérience digne d'une salle de cinéma grâce à une résolution quatre fois supérieure à celle de la haute définition standard.



Pour obtenir plus de renseignements en ligne :

- + [Procédures relatives à l'implantation des tours](#)
- + [Notre réseau](#)

Responsabilité liée aux produits

Pourquoi il s'agit d'une question importante

Rogers est l'une des plus grandes sociétés canadiennes dans le secteur des médias et des télécommunications, c'est pourquoi nous devons nous assurer que nos produits et services sont fiables et accessibles, et qu'ils entraînent peu d'impacts environnementaux. C'est ce qu'attendent de nous les Canadiens.

Principes de la direction

Nous avons mis en place des programmes et des politiques visant à gérer un éventail de questions de responsabilité liée aux produits. Par exemple, nous nous conformons à toutes les réglementations et à tous les codes pertinents, et nous avons mis en place des programmes et des équipes qui gèrent nos offres en matière d'accessibilité et donnent des conseils en la matière, ainsi que des programmes d'intendance visant à gérer l'élimination et le recyclage de nos produits usagés. Grâce à notre segment Média, nous nous assurons de représenter des communautés diverses, et nos politiques et nos normes nous orientent au moment de produire des nouvelles sur toutes les plateformes afin d'assurer l'exactitude et l'équité.

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Appareils recueillis et traités à des fins de réutilisation et de recyclage	63 516*	72 568	57 663	154 054

* Certifié de façon indépendante en 2015.

Il devient de plus en plus important pour nos clients que nos produits les aident dans leur vie quotidienne tout en étant respectueux de l'environnement, inclusifs et éthiques.

Accessibilité

En 2015, voici ce que nous avons fait pour améliorer notre accessibilité :

- Nous avons lancé des forfaits destinés à nos clients ayant un handicap. Rogers est le premier et le seul fournisseur de service à avoir lancé un forfait sans-fil de transmission de données et de messagerie texte réservé aux personnes malentendantes ou sourdes ou qui ont des troubles de la parole. Le forfait souple de transmission de données s'ajuste en fonction de l'utilisation mensuelle et offre les messages texte, photo et vidéo illimités.
- Nous avons mis en place une équipe de conseillers du Service à la clientèle spécialisés, qui savent tout au sujet de nos offres en matière d'accessibilité. Cette équipe offre du soutien par téléphone et par clavardage en ligne, et elle est formée tous les trimestres afin de toujours fournir le meilleur service qui soit à nos clients.
- Nous avons mis sur pied un programme interne d'ambassadeurs de l'accessibilité, dont les membres ont eux-mêmes des besoins en matière d'accessibilité. Ces employés essaient nos produits et services et émettent des commentaires sur leur facilité d'utilisation pour les gens ayant un handicap. Grâce à ces précieux commentaires, nous pouvons recommander les bons appareils à nos clients handicapés et améliorer nos sites web et nos services afin de les rendre plus accessibles.

La section [Services d'accessibilité](#) de notre site web contient davantage d'information à ce sujet.

Produits diversifiés

Nous nous engageons à être à l'image de la diversité de notre pays. Nos services des communications offrent le service à la clientèle en français, en anglais, en cantonais et en mandarin, afin de mieux servir nos clients.



Notre diffuseur multiculturel et multilingue, [OMNI Television](#), a le mandat ciblé de refléter la diversité culturelle de notre public. OMNI est le plus important réseau de télévision multiculturel diffusé par voie hertzienne au Canada; il est offert dans des communautés locales à Vancouver, à Edmonton, à Calgary et à Toronto. Les stations OMNI offrent une programmation dans plus de 40 langues, et cette programmation est conçue pour promouvoir la compréhension entre les groupes ethnoculturels et au sein de ceux-ci. La programmation se divise en deux grandes catégories - les informations et les télémagazines communautaires, ainsi que les documentaires et les émissions dramatiques et spéciales indépendants.

En 2015, nous sommes passés des journaux télévisés aux émissions d'affaires publiques de 30 minutes en plusieurs langues. OMNI a aussi lancé deux nouvelles séries dramatiques multiculturelles : *Blood and Water* et *Sudden Master*, à la télévision et sur le web. Ces émissions reflètent la nouvelle philosophie de programmation d'OMNI, qui consiste à revitaliser les chaînes en créant du contenu absorbant qui plaît aux spectateurs.

Reprise de produits

Nous avons mis en place des programmes permettant de gérer nos produits et nos services sans-fil et du câble. Nos deux grands programmes de recyclage des appareils sans fil, [Échange max de Rogers](#) et [FidoTROC](#), offrent aux clients des crédits à l'achat d'un nouveau téléphone. Nous acceptons aussi les appareils qui n'ont aucune valeur, que nous faisons recycler.

En 2015, nous avons recueilli et traité 63 516⁺ appareils pour les recycler ou les remettre à neuf. Il s'agit d'une baisse de 12 % par rapport à l'année précédente, qui peut s'expliquer par la mise en place d'autres programmes visant à recycler les déchets électroniques dans nos communautés.

Nous recyclons et remettons à neuf nos produits du câble également en magasin. En 2015, nous avons recueilli 634 168 kg de terminaux numériques et de modems à des fins de recyclage. À Terre-Neuve-et-Labrador, nous avons même lancé notre propre programme d'intendance. Les clients de cette province peuvent déposer leurs terminaux numériques, leurs modems ou leurs terminaux de la Téléphonie résidentielle à n'importe quel magasin Rogers.



Pour obtenir plus de renseignements en ligne :

- + [Sécurité des produits](#)
- + [Projet 97](#)

Indépendance journalistique

Rogers s'engage à veiller à ce que ses équipes journalistiques soient en mesure de faire des reportages de façon indépendante, sans interférence. Nous avons aussi l'objectif de refléter la diversité et le multiculturalisme du Canada. Qui plus est, les nouveaux employés doivent respecter les codes et les normes de l'industrie relatifs à la diffusion ainsi que les autres politiques internes de l'entreprise.

Vie privée des clients

Pourquoi il s'agit d'une question importante

Nos 9,9 millions d'abonnés du service sans-fil, nos 2 millions d'abonnés du service Internet, nos 1,9 million d'abonnés du service télé et nos 1,1 million d'abonnés de la Téléphonie résidentielle s'attendent à ce que nous protégeons et sécurisons leurs données personnelles.

Il y a des menaces constantes à la cybersécurité, et nous devons nous assurer d'avoir mis en place les politiques et les procédures permettant de gérer efficacement ces risques et d'éviter les incidents.

Principes de la direction

La Politique de confidentialité de Rogers décrit nos responsabilités et nos pratiques relatives à la protection des données personnelles de nos employés et clients. Notre chef de la direction de la protection des renseignements personnels supervise le respect de cette politique et de toutes les lois applicables, et il répond aux demandes de données de clients provenant des organismes d'application de la loi.

Tous les employés suivent chaque année une formation sur la confidentialité dans le cadre de la formation sur le Code de déontologie de Rogers.

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Plaintes concernant la protection de la vie privée jugées légitimes par le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada	0	0	0	0

Confidentialité et sécurité des données

En 2015, nous n'avons fait l'objet d'aucune plainte fondée soumise au Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, et aucune plainte officielle n'a été déposée contre nous. Nous suivons un processus rigoureux quand un possible manquement à la confidentialité est signalé au moyen de la ligne d'assistance STAR; ce processus prévoit une enquête interne, une évaluation, des stratégies de réduction des risques et des étapes visant à s'assurer que la situation ne se reproduit pas.

Voici quelques événements qui se sont produits en 2015, notamment quant aux offres destinées aux clients lancées dans la même année :

- Nous ne demandons plus aux clients de fournir leurs renseignements de carte de crédit verbalement par téléphone. Ils utilisent plutôt pour ce faire le clavier de leur appareil. Pour plus de sécurité, la tonalité est masquée et le numéro de carte de crédit du client est converti en jeton, ce qui signifie qu'il ne sera jamais visible dans nos applications internes. Nous avons également installé de nouveaux lecteurs de cartes de crédit dans nos magasins. Ces améliorations de la sécurité aident à protéger les renseignements des clients tout en veillant au respect des normes établies par le Payment Industry Council.
- Nous avons lancé des solutions de cybersécurité d'avant-garde destinées à nos clients d'affaires dans le cadre d'un partenariat avec un chef de file mondial en matière de sécurité, Trustwave. Ce nouveau service permet aux entreprises canadiennes de déceler, de prévenir et d'écarter les cyberattaques provenant de partout dans le monde. Les clients pourront se prévaloir d'outils de diagnostic leur permettant d'analyser les attaques manquées et compter sur des équipes attirées d'experts travaillant au sein de centres de gestion de la sécurité situés au Canada.

En 2015, Rogers Média s'est vu imposer une amende de 200 000 \$ par le CRTC pour des infractions à la *Loi canadienne anti-pourriel*, en raison du mauvais fonctionnement de la fonction de désabonnement d'une de nos publications destinées aux entreprises. Nous avons depuis examiné toutes les communications électroniques envoyées aux clients, et nous travaillons à améliorer nos processus afin de nous assurer de respecter cette loi.

Transparence

Rogers s'engage à informer les clients au moyen de rapports transparents sur la fréquence à laquelle les organismes gouvernementaux et les corps policiers demandent des renseignements sur nos clients et celle à laquelle ces renseignements sont divulgués. Au cours des trois dernières années, nous avons divulgué volontairement le nombre et le type des demandes que nous avons reçues. Lisez notre [rapport sur la transparence de 2015](#).

Chez Rogers, nous partageons les renseignements des clients avec les forces de l'ordre lorsque la loi nous y oblige, en cas d'urgence ou après avoir étudié avec soin la demande.

L'an dernier, de concert avec un autre fournisseur, nous avons contesté une ordonnance du tribunal obtenue par le service de police régional de Peel exigeant la divulgation des noms, des numéros, des adresses et des renseignements bancaires de nos clients ayant communiqué près de tours où un crime a été commis. Nous avons gagné cette contestation. Cette demande visait 30 000 clients de Rogers, alors que pratiquement aucun d'entre eux n'avait de lien avec l'enquête. Nous pensions que cette demande dépassait les limites et qu'elle était trop vaste et intrusive. Nous sommes allés en cour afin de protéger le droit au respect de la vie privée de nos clients et de définir les règles quant à la portée des droits des forces de l'ordre.

Requêtes d'organismes d'application de la loi

Types de requête	Requête ¹	Renseignements divulgués	Rejets ou incapacité à fournir les renseignements
Divulgations volontaires à la demande d'organismes gouvernementaux	0	0	0
Divulgations volontaires à l'initiative de l'organisme	0	0	0
Mandat/ordonnance du tribunal ²	74 977	74 378	599
Lettres d'ordonnance gouvernementales	2 284	2 284	0
Demandes de l'étranger	46	46	0
Demandes urgentes de la part d'organismes d'application de la loi	9 021	7 163	1 858
Vérifications du nom et de l'adresse de clients	0	0	0
Requêtes dans les cas d'exploitation sexuelle d'enfants	0	0	0
Total	86 328	83 871	2 457

Requêtes des intervenants d'urgence

Appels d'urgence (9-1-1)	56 989	56 989	0
--------------------------	--------	--------	---

¹ Nous mesurons généralement le nombre de requêtes en fonction du nombre de clients touchés. Donc, un mandat du tribunal visant dix clients représenterait dix requêtes. Les demandes de « vidage de tour » ne concernant pas un client précis (conformément à un mandat ou à une ordonnance de la cour) constituent une exception. Nous consignons ces requêtes en fonction du nombre de fois où nos équipes techniques ont eu à obtenir des données d'une tour cellulaire.

² Comprend les demandes de « vidage de tour » ne concernant pas un client précis.

Expérience employé



Expérience employé

Nous tentons d'améliorer l'expérience des employés afin que Rogers devienne l'un des meilleurs employeurs du Canada, ce qui nous permettrait de mieux servir nos clients et de nous distinguer sur le marché. Au cours de la dernière année, nous avons entrepris de mieux comprendre l'identité de notre entreprise. Nous avons également investi dans notre personnel et veillé à leur perfectionnement, bâti un milieu de travail axé sur la collaboration et la flexibilité et bonifié les avantages liés à un emploi chez Rogers.

Faits saillants de cette année



Gestion des talents

Pourquoi il s'agit d'une question importante

Les besoins de nos clients sont en évolution constante, et nous souhaitons nous assurer que nos employés reçoivent la formation et les outils dont ils ont besoin pour offrir un meilleur service à la clientèle tout en faisant avancer leur carrière.

La rétroaction que nous recevons grâce à notre sondage annuel indique que l'avancement professionnel constitue un facteur important de l'engagement des employés.

Principes de la direction

Dans le cadre du lancement de notre plan d'affaires Rogers 3.0 en 2014, nous avons fait du principe « Investir dans les employés et les former » l'une des priorités stratégiques clés. Nous souhaitons attirer les personnes les plus talentueuses du Canada, veiller au perfectionnement de leurs compétences et susciter leur engagement. Nous avons investi dans nos programmes cette année. En effet, nous avons revu notre sondage sur l'engagement des employés et avons lancé de nouveaux programmes d'accueil, de formation et de planification du perfectionnement. Nous avons également modifié la façon dont travaillent nos employés afin de favoriser la collaboration à l'échelle de l'entreprise.

Notre chef de la direction des Ressources humaines supervise la gestion du talent, tandis que notre Comité des Ressources humaines offre son assistance au Conseil d'administration pour le suivi, l'examen et l'approbation des politiques et des pratiques en matière de rémunération et d'avantages sociaux.

Transformation des lieux de travail

En 2015, nous avons commencé notre projet de transformation du milieu de travail. Espacepartagé est notre nouveau milieu de travail axé sur la collaboration qui fait tomber les barrières et permet aux employés d'accomplir rapidement et facilement leurs tâches afin qu'ils puissent réaliser leur plein potentiel. Il consiste à offrir aux employés des choix et de la souplesse quant à leur façon de travailler ainsi que les outils et la technologie dont ils ont besoin pour réussir. Espacepartagé n'est pas unidimensionnel et ne correspond pas à un concept décloisonné. Il s'agit plutôt de plusieurs espaces de travail qui répondent aux besoins de tous les employés.

Le projet Espacepartagé s'échelonne sur plusieurs années et, en 2015, nous avons transformé une superficie de 330 000 pieds carrés et y avons installé 2 500 employés.

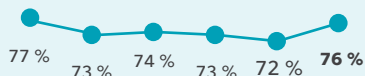
Transformation des lieux de travail

Nos tendances en matière de rendement	2015	Automne		Printemps		
		2014	2013	2013	2012	2012
Résultats liés à l'engagement des employés ¹	76 %	72 %	73 %	74 %	73 %	77%
Taux de participation au sondage sur l'engagement des employés	73 %	80 %	78 %	78 %	83 %	80 %

¹ Nous évaluons l'engagement des employés à l'aide de notre sondage réalisé à l'échelle de l'entreprise. Il comprend des questions sur tous les 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. À compter de 2014, la fréquence du sondage a diminué de moitié. Autrefois distribué deux fois par année, il est maintenant distribué une fois par année pour donner à nos équipes plus de temps pour mettre en œuvre des changements significatifs aux résultats du sondage.

Validé de façon indépendante en 2015.

Résultats liés à l'engagement des employés



Printemps Automne Printemps Automne
2012 2012 2013 2013 2014 **2015**

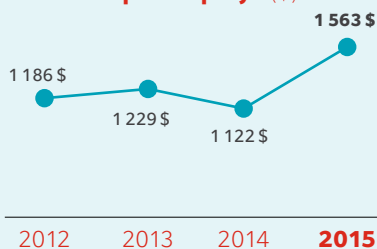
Nous effectuons un sondage annuel sur l'engagement des employés qui nous permet de recueillir les commentaires des employés. Comme le sondage de cette année comportait plus de questions, il nous a fourni plus de renseignements que les sondages précédents sur l'engagement des employés, l'habilitation du rendement et l'efficacité du leadership. Pendant une année de changements organisationnels constants, nous avons obtenu un résultat lié à l'engagement des employés de 76 % , soit quatre points de plus que l'année précédente et quatre points de moins que l'indice d'excellence établi par Kenexa/IBM, l'un des meilleurs experts-conseils en matière de sondage sur l'engagement des employés. Le taux de participation a été de 73 % , une baisse par rapport à l'année précédente, et pour 2016, nous veillons à maintenir un solide plan de communication interne afin d'atteindre notre objectif en matière de participation.

Nous attribuons l'engagement robuste et soutenu de nos employés à une grande fierté à l'égard de l'entreprise, à la satisfaction des employés relative au milieu de travail qu'offre Rogers et à leur confiance quant au plan Rogers 3.0. Nos employés nous ont signalé les domaines nécessitant des améliorations. En particulier, ils souhaitent qu'on leur présente plus d'occasions de perfectionnement et d'avancement professionnel. Par conséquent, nous avons mis au point une approche globale à l'établissement d'un plan d'action sur trois plans : à l'échelle de l'entreprise, de l'unité fonctionnelle et de l'équipe individuelle. En ce qui concerne notre plan à l'échelle de l'entreprise, nous avons misé sur le perfectionnement personnel et professionnel par l'intermédiaire de trois initiatives : l'élaboration d'une série de lignes directrices pour encourager la mobilité interne, la simplification et la présentation de nos offres internes de formation et de perfectionnement et l'attention à porter aux étapes d'élaboration d'un plan de perfectionnement personnel.

Formation et perfectionnement

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Investissement dans la formation (en millions de dollars)	56,6 \$	39,6 \$	37,4 \$	41,3 \$
Investissement dans la formation par employé	1 563 \$	1 122 \$	1 229 \$	1 186 \$

Investissement dans la formation par employé (\$)



Nous avons considérablement augmenté nos dépenses dans la formation et le perfectionnement cette année. En 2015, nous avons investi 56,6 millions de dollars dans la formation et le perfectionnement professionnel de notre personnel, ce qui représente une augmentation de 43 % par rapport à 2014. Ceci équivaut à 1 563 \$, soit une augmentation de 39 % par rapport à l'année précédente.

Cette augmentation des dépenses faisait suite aux commentaires que nous avons reçus grâce à notre sondage sur l'engagement des employés et à la tournée d'écoute de notre chef de la direction en 2014. Elle résultait aussi de notre désir de mieux servir nos clients et de bâtir un environnement gratifiant où les employés peuvent faire avancer leur carrière. Voici quelques-uns des nouveaux programmes que nous avons présentés en 2015 :

- Un processus de planification de perfectionnement formel décrivant la façon de gérer et d'évaluer le travail des employés, de les récompenser pour un rendement élevé et de les soutenir en leur offrant des occasions de perfectionnement personnel et professionnel. On encourage chaque employé à élaborer un plan de perfectionnement avec son chef et à en effectuer le suivi afin de mener une carrière des plus enrichissantes.
- Un programme d'accueil national destiné aux nouveaux employés, qui leur permet d'être autonomes rapidement. Plus de 500 personnes avaient participé au programme lancé en septembre 2015 à la fin de l'année.
- Un programme de premier ordre, l'Académie de la vente au détail, qui s'adresse aux responsables de première ligne. Ce programme offre aux employés la formation et les outils dont ils ont besoin pour mieux servir nos clients. Au cours de l'année, plus de 340 gérants de magasin Rogers et Fido, 23 chefs de secteur et cinq directeurs ont suivi le programme.
- Notre premier Guide des programmes de Rogers dédié à la distribution en 2016. Il s'agit d'un guide complet qui fournit aux employés l'information sur les formations officielles et sur les occasions de perfectionnement.

- Programmes de développement de compétences de base en leadership revitalisés. Ils comprennent un nouveau programme destiné aux gestionnaires, conçu pour accroître la compréhension de notre stratégie d'entreprise et développer des compétences efficaces sur le plan individuel et du leadership. En 2016, nous offrirons un nouveau programme amélioré destiné aux directeurs et déploierons un programme amélioré de développement du leadership destiné aux vice-présidents et aux personnes des échelons supérieurs afin de permettre aux cadres supérieurs de comprendre le rôle qu'ils jouent dans le façonnement de la stratégie de Rogers et de stimuler un meilleur rendement et de meilleurs résultats.



Pour obtenir plus de renseignements en ligne :
+ [Gestion des talents](#)

Participation aux programmes de développement du leadership de Rogers

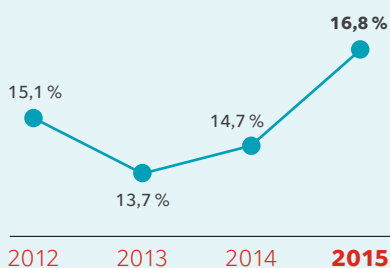
Programme	2015	Objectif 2016
Diriger d'excellentes équipes (directeurs)	300	s.o.
Programme destiné aux directeurs	s.o.	640
Programme destiné aux gestionnaires	570	800
Encadrer pour réussir (vice-présidents)	20	20
Coach House [Centre de l'encadrement]	10	10
Cours de communication pour les directeurs et les personnes à l'échelon supérieur	s.o.	240
Programme de leadership pour les vice-présidents	0	140

Rétention des employés et mobilité interne

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Taux de roulement volontaire	16,8 %	14,7 %	13,7 %	15,1 %
Taux de placement interne	28,6 %	27,1 %	17,6 %	27,0 %
Nombre total d'employés (approximation)	26 000	27 000	28 000	27 000

Validé de façon indépendante en 2015.

Taux de roulement volontaire



Le taux de roulement volontaire du personnel est passé de 14,7 % en 2014 à 16,8 % en 2015. Nous attribuons cette augmentation aux ajustements constants effectués dans le cadre de la réorganisation qu'a entraînée le plan Rogers 3.0.

En 2015, nous avons accordé une plus grande importance au taux de placement interne et constaté une augmentation, ce taux étant passé de 27,1 % à 28,6 %. Le taux de placement interne visé est de 35 %. Afin de contribuer à l'atteinte de cet objectif, nous avons établi de nouvelles lignes directrices afin d'exprimer clairement notre engagement eu égard à un processus équitable et transparent de recherche de candidats pour des postes à pourvoir. Les lignes directrices décrivent aussi les obligations du gestionnaire. Ce dernier doit soutenir le perfectionnement professionnel de l'employé et accorder la priorité aux candidats internes à l'embauche.

Chez Rogers, nous avons pris un engagement à l'égard des personnes récemment et nouvellement diplômées grâce au lancement de notre programme destiné aux nouveaux diplômés. Ce programme nous aide à attirer et à retenir les meilleurs jeunes talents et à alimenter notre bassin d'employés pour pourvoir les futurs postes chez Rogers. Il s'agit d'un programme de rotation conçu pour offrir aux nouveaux diplômés de l'expérience dans différents secteurs d'activité et le soutien des mentors et des dirigeants de l'entreprise. En 2015, nous avons lancé la première étape du programme destiné aux candidats internes ayant obtenu un diplôme d'études postsecondaires au cours des deux dernières années. En 2015, 28 candidats étaient inscrits au programme, et en 2016, nous avons ajouté à notre programme de recrutement de nouveaux diplômés externes des expériences et des mentorats interservices destinés aux nouveaux diplômés externes ainsi que des stages.

Rémunération globale

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Salaires et avantages sociaux des employés excluant les cotisations sociales (en millions de dollars) ¹	1 839 \$	1 805 \$	1 811 \$	1 689 \$
Pourcentage des employés admissibles participant au régime de retraite à prestations déterminées de Rogers ²	49 %	44 %	37 %	35 %
Pourcentage des employés admissibles participant au régime d'actionnariat des employés de Rogers ²	68 %	62 %	55 %	51 %
Pourcentages des employés admissibles participant au régime enregistré d'épargne-retraite collectif ²	26 %	25 %	23 %	23 %
Pourcentages des employés admissibles participant au CELI collectif ²	8 %	6 %	s.o.	s.o.

¹ Les chiffres de l'année précédente présentés ne comprennent pas les cotisations sociales pour des raisons d'uniformité par rapport aux chiffres de 2015.

² Les employés admissibles sont les employés à temps plein et les employés à temps partiel ayant accumulé plus de trois mois de service.

Le montant total des salaires et des avantages sociaux des employés à temps plein et à temps partiel (les cotisations sociales étant exclues) s'est établi à environ 1 839 millions de dollars, ce qui représente une augmentation par rapport au montant de 1 805 millions de dollars en 2014. Chez Rogers, la rémunération globale vise à souligner le travail des employés qui obtiennent d'excellents résultats tout en manifestant leur engagement envers les valeurs de l'entreprise ainsi qu'à les récompenser.

Notre programme comprend un régime de soins médicaux, des rabais généreux pour les employés et un programme d'accumulation de capital concurrentiel qui comprend un régime de retraite à prestations ou à cotisations déterminées, un régime d'actionariat des employés, un compte d'épargne libre d'impôt et un REER collectif. Nous tenons régulièrement des séances de planification de retraite pour nos employés ainsi que des webinaires trimestriels pour promouvoir nos programmes d'accumulation de capital. De plus, nous envoyons des rappels réguliers à nos employés ne participant pas encore aux programmes.

Le Programme de reconnaissance de Rogers se démarque en matière de reconnaissance des employés. Il honore les employés qui ont fait preuve d'un engagement extraordinaire à l'égard des clients, qui ont établi de nouvelles normes en matière de réussite, qui ont pris des initiatives novatrices ainsi que des mesures ayant eu une incidence positive au sein de leur collectivité ou qui sont devenus des ambassadeurs grâce à l'excellence des services qu'ils ont offerts au public. Chaque année, plus de 1 000 prix sont distribués aux employés parmi les candidatures reçues, soit plus de 4 000. Notre chef de la direction choisit les meilleurs de la liste des gagnants et leur présente le prix du président. Un gala est tenu à Toronto chaque année pour honorer tous nos gagnants.

Inclusion et diversité



Les employés de Rogers célèbrent la semaine de la Fierté

Pourquoi il s'agit d'une question importante

La diversité stimule l'innovation, car nous pouvons tous avoir de bonnes idées. Lorsque les employés se sentent inclus, ils ont le pouvoir de réaliser leur plein potentiel en ce qui a trait à l'obtention de résultats d'affaires.

Lorsque le personnel reflète la diversité des collectivités et de la clientèle, il nous permet d'offrir un meilleur service et d'être plus concurrentiel sur le marché.

Principes de la direction

L'entreprise accorde une importance croissante à la promotion d'une culture inclusive et à une main-d'œuvre diversifiée, car elles favorisent l'engagement et stimulent le rendement responsable. Notre objectif est de refléter la diversité de nos collectivités et de notre clientèle et de créer un environnement dans lequel tous les employés se sentent acceptés, soutenus et engagés.

Notre conseil sur l'inclusion et la diversité, établi en 2013, puis renommé et renforcé en 2015, surveille l'élaboration et la mise en œuvre de la stratégie d'inclusion et de diversité. Le conseil sur l'inclusion et la diversité, dont les membres proviennent de diverses unités fonctionnelles, est dirigé par le président, Segment Affaires, et par notre premier vice-président, Marketing, Affaires.

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

- la représentation de divers groupes de notre main-d'œuvre;
- les résultats de notre indice d'inclusion 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 ¹	Pourcentage chez Rogers			
			2015	2014	2013	2012
Femmes	Chefs principaux	27,4 %	27,9 %	28,9 %	27,2 %	28,1 %
	Dans l'ensemble	47,6 %	39,2 %	39,7 %	40,1 %	40,6 %
Minorités visibles	Chefs principaux	10,1 %	13,4 %	10,0 %	7,8 %	8,1 %
	Dans l'ensemble	25,6 %	31,8 %	31,8 %	31,7 %	31,8 %
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	Chefs principaux	4,3 %	0,9 %	0,8 %	0,8 %	0,5 %
	Dans l'ensemble	4,9 %	1,1 %	1,1 %	1,2 %	1,1 %

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

Validé de façon indépendante en 2015.

Stratégie d'inclusion et de diversité

Une main-d'œuvre inclusive et diversifiée est essentielle à la réussite de Rogers. Nous avons un excellent système en place 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 handicapées, d'Autochtones, de personnes lesbiennes, gaies, bisexuelles et transgenres/transsexuelles et de membres de la génération Y.

Dans notre sondage auprès des employés de 2015, nous avons posé des questions d'auto-identification pour déterminer si l'engagement variait selon les divers groupes. Cela nous a aidés à définir notre stratégie de diversité et nos priorités. Nous continuons à définir des initiatives afin d'accroître les niveaux de représentation des femmes et des membres des minorités visibles dans les postes de direction. Nous travaillons également à accroître la représentation globale des Autochtones et des personnes handicapées chez Rogers pour refléter le bassin de talents disponibles sur le marché du travail. Notre approche globale est axée sur la création d'un milieu de travail inclusif pour tous.



Meilleur employeur pour la diversité au Canada 2015

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.

Immigrants of Distinction Award de 2015

Notre bureau de Calgary a été reconnu pour la contribution exceptionnelle qu'il apporte aux groupes de personnes de différentes origines ethniques de la ville.



Pour obtenir plus de renseignements en ligne :

+ [Inclusion et diversité](#)

Rendement et initiatives en 2015

En 2015, nous avons observé une augmentation de 3,4 points au chapitre de la représentation des minorités visibles à l'échelon de chef principal, alors que la représentation générale est demeurée stable en 2014. Le nombre de femmes à l'échelon de chef principal et la représentation générale des femmes ont baissé (1 et 0,5 respectivement). La représentation des Autochtones et des personnes handicapées est demeurée inchangée; une augmentation de 0,1 point a été enregistrée pour la représentation des personnes handicapées à l'échelon de chef principal. Voici quelques initiatives effectuées cette année pour favoriser une culture inclusive et diversifiée :

- La formation d'équipes de diversité au sein du conseil sur l'inclusion et la diversité, lesquelles sont responsables des volets des femmes dans des postes de direction, des minorités visibles, des personnes handicapées, des Autochtones, des personnes lesbiennes, gaies, bisexuelles et transgenres/transsexuelles et des membres de la génération Y.
- La mise sur pied d'une campagne de communication selon plusieurs axes pour répandre le message concernant l'inclusion chez Rogers en ce qui a trait aux valeurs et au rendement de l'entreprise.
- L'établissement d'objectifs en matière d'effectifs pour toutes les unités fonctionnelles selon lesquels elles doivent accroître le nombre global d'Autochtones et de personnes handicapées afin de refléter le bassin de talents disponibles sur le marché du travail et notre clientèle diversifiée.
- La formation de groupes de discussion destinés aux employés pour plusieurs groupes diversifiés à différents niveaux de l'entreprise pour entendre ce que les employés avaient à dire sur leur expérience chez Rogers. Le but était d'apprendre ce que nous pouvions faire pour susciter davantage l'intérêt de nos employés, favoriser leur perfectionnement et leur engagement de même que l'accessibilité et encourager les employés à s'identifier afin d'assurer un milieu de travail inclusif.
- L'élaboration de la formation sur l'inclusion et la diversité et l'avons intégrée à notre programme lancé récemment et destiné aux gestionnaires de personnel à tous les niveaux de l'entreprise. Un contenu semblable a été ajouté à notre nouveau programme d'accueil auquel participent les nouveaux employés de Rogers afin d'illustrer la manière dont l'inclusion et la diversité font partie intégrante des valeurs de Rogers.
- La promotion dans les 71 magasins de marque Rogers partout au pays afin de célébrer la fierté gaie ainsi que les membres de la communauté lesbienne, gaie, bisexuelle et transgenre (LGBT) au sein de notre personnel et de nos collectivités.
- L'ajout à notre site web Carrières d'une page sur l'inclusion et la diversité pour promouvoir notre engagement envers un milieu de travail inclusif et une main-d'œuvre diversifiée auprès des employés potentiels. Ce site a été lancé au début de 2016.
- La mise en œuvre des technologies de communication permettant aux employés de contribuer à notre dialogue sur l'inclusion et la diversité. Par exemple, nous avons ajouté à notre outil de média social interne un groupe spécial permettant aux employés de communiquer des nouvelles, des événements et des expériences ou de poser des questions sur l'inclusion et la diversité.

En 2016, nous continuerons à faire avancer l'inclusion et la diversité en lançant une campagne de promotion de l'inclusion à l'échelle de l'entreprise et en développant la formation à cet égard. Nous allons également accroître l'engagement des employés envers le programme à l'aide d'initiatives ciblées et en rendant les dirigeants responsables de l'atteinte de leurs objectifs en matière de diversité.

Santé, sécurité et bien-être au travail



Exposition sur la santé et le mieux-être à notre bureau de Brampton, en Ontario

Pourquoi il s'agit d'une question importante

Nous avons le devoir, en tant que grand employeur, de nous assurer que nous avons des programmes en place pour protéger la santé, la sécurité et le bien-être de nos employés, de nos sous-traitants, des visiteurs et de nos bénévoles.

La création d'un milieu où la santé, la sécurité et le bien-être sont importants permet d'accroître la productivité, de réduire l'absentéisme et de favoriser l'engagement des employés.

Principes de la direction

Rogers s'engage à offrir et à maintenir un environnement de travail sain et sûr à ses employés, bénévoles, sous-traitants et visiteurs ainsi qu'aux membres du grand public touchés par nos activités. Nous cherchons continuellement à améliorer nos politiques, nos systèmes et notre formation afin d'atténuer les risques et de prévenir les blessures.

Notre politique de santé et sécurité et notre politique de bien-être décrivent notre approche en matière de santé et sécurité, et nous investissons chaque année dans la formation sur la sécurité. La santé et la sécurité font l'objet d'une surveillance par notre équipe de Santé et sécurité et notre conseil exécutif sur la santé et la sécurité composé de hauts dirigeants à l'échelle de l'entreprise qui supervisent nos programmes. Nous comptons également 66 comités mixtes employeur-salariés sur la santé et la sécurité au travail qui représentent nos plus importants lieux de travail et des représentants en santé et sécurité dans nos lieux de travail moins importants.

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. Notre programme Bien-être est encadré par notre Comité d'orientation du bien-être et notre directeur médical.

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Blessures liées au travail :				
- Taux d'incidents entraînant une perte de temps ¹	0,40	0,39	s.o. ²	s.o. ²
- Décès	0	0	1	0
Nombre de comités de santé et de sécurité au travail dans tout le Canada				
	66	63	66	s.o. ³
Nombre d'ambassadeurs du programme Bien-être dans tout le Canada				
	80	65	62	s.o. ³

¹ Par 200 000 heures travaillées

² L'indicateur a été divulgué pour la première fois en 2014.

³ L'indicateur a été divulgué pour la première fois en 2013.

Validé de façon indépendante en 2015.

Santé et sécurité au travail

En 2015, notre taux d'incidents entraînant une perte de temps était de 0,40%, comme l'année précédente. Toutes les situations dangereuses au travail qui ont causé ou ont le potentiel de causer des blessures, une maladie ou des dommages matériels sont consignées dans notre système de signalement d'incidents de santé et sécurité. Lorsque des incidents sont signalés, nos gestionnaires de personnel les examinent avec l'aide de l'équipe de Santé et sécurité, en déterminent la cause et définissent l'action de prévention appropriée.

Nous évaluons continuellement les risques liés à la santé et à la sécurité pour nos employés. Les employés qui présentent un risque élevé comprennent les techniciens qui veillent à l'installation relative à nos forfaits de câble et Internet, réparent ou mettent à jour nos réseaux ou travaillent avec de l'équipement de diffusion. Ces employés travaillent souvent avec de l'équipement lourd ou en hauteur, et courent ainsi plus de risques de se blesser.

Nous avons mis en place des programmes afin de veiller à atténuer les risques et à appliquer immédiatement des mesures correctives lorsqu'un employé est blessé. Nous offrons une formation en santé et sécurité à tous nos employés, et en 2015, nous avons déployé de nouveaux programmes et de nouvelles politiques afin de nous assurer d'offrir un milieu de travail sécuritaire pour tous. En voici quelques-uns :

- Deux nouvelles politiques visant à compléter notre politique en matière de santé et de sécurité. Ces politiques se rapportent à la fois aux espaces confinés et en hauteur, qui présentent les plus grands risques à la sécurité.
- L'intégration d'un programme de formation en santé et sécurité à notre programme de formation des gestionnaires dans le but d'offrir des renseignements essentiels à nos gestionnaires de personnel.
- La transmission de plus de renseignements à tous les employés participant à notre nouveau programme d'accueil.
- Le déploiement de la campagne « Je pense SÉCURITÉ » afin de susciter l'intérêt de nos employés pour notre culture relative à la santé et à la sécurité. Cette campagne multimédia interne vise à sensibiliser les employés à la responsabilité personnelle en matière de sécurité dans nos milieux de travail.



Répercussions du programme Bien-être en 2015

34 621

consultations du site web de Bien-être, par rapport à 28 633 en 2014

381 558

minutes d'activités physiques enregistrées par les participants du Défi santé globale

84 %

des participants du Défi santé globale de Rogers suivaient les lignes directrices de Santé Canada en matière d'activité physique à la fin du défi

Bien-être des employés

Nous avons un réseau national d'ambassadeurs bénévoles du programme Bien-être chez Rogers très actifs. Ces employés dévoués et passionnés font la promotion du bien-être, aident leurs collègues à mener des vies plus saines, mettent en œuvre des projets locaux et encouragent la participation et l'apprentissage. En 2015, l'un de nos objectifs était d'accroître la participation à l'extérieur de la région du Grand Toronto afin que toutes les régions soient bien représentées. Il a été réalisé puisqu'à la fin de 2015, il y avait 80 ambassadeurs du programme Bien-être actifs.

En 2015, des milliers d'employés ont participé à des activités offertes par l'intermédiaire du programme Bien-être des employés, par exemple :

- le Défi santé globale : 792 personnes ont relevé le défi d'améliorer leur nutrition, faire davantage d'activité physique et de veiller à leur bien-être mental;
- des événements de sensibilisation organisés sur des sites de Rogers pendant la Semaine nord-américaine de la sécurité et de la santé au travail;
- des séances de vaccination antigrippale du programme Bien-être à 35 sites de Rogers au pays;
- des journées de dépistage du diabète et de l'arthrite;
- l'événement Ascension de la Tour CN : Plus de 40 employés de Rogers ont amassé plus de 6 000 \$ pour Centraide;
- des collectes de sang.

Un certain nombre de groupes locaux associés au programme Bien-être ont noué des partenariats fructueux avec des pharmaciens de quartier pour discuter avec les employés de sujets liés à la santé. Nous mettons au point des plans pour développer ce programme à l'échelle nationale. En plus de gagner le prix Canada pour l'excellence (argent) dans la catégorie Milieu de travail sain^{MD}, nous avons décroché un certificat de mérite pendant le Mois national de la santé au travail en raison de notre initiative exceptionnelle visant à créer un milieu de travail sain.

Dispositions spéciales au travail

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. En 2015, nous avons offert aux employés des évaluations ergonomiques de leur poste de travail et les modifications nécessaires. En outre, dans le cadre de programmes de retour au travail, nous avons facilité le retour de 2 516 employés qui étaient en congé en raison d'une blessure ou d'une maladie. Également, nous changeons la façon dont nos employés travaillent grâce à Espacepartagé. Ce modèle permet aux employés de trouver un espace de travail qui correspond à leur style de travail préféré, par exemple, un poste de travail debout pour plus de confort.



Pour obtenir plus de renseignements en ligne :

+ [Site web Bien-être](#)



88 %

des participants du Défi santé globale de Rogers effectuaient des activités favorisant la détente au moins quatre jours par semaine à la fin du défi

1 333

employés ont été vaccinés contre la grippe

72 816

marches gravies par des employés de Rogers dans le cadre de l'Ascension de la Tour CN de 2015 au profit de Centraide

Responsabilité environnementale



Responsabilité environnementale

Nous nous engageons à faire preuve de responsabilité environnementale, à adopter une bonne gouvernance dans ce domaine et à intégrer la gérance environnementale à nos activités. Nous gérons activement nos risques environnementaux et avons lancé des programmes et fixé des objectifs afin de réduire notre empreinte écologique, particulièrement en ce qui a trait aux éléments prioritaires que sont l'énergie et les émissions de gaz à effet de serre, le papier et les déchets. Nous modifions également la façon de travailler de nos employés afin de produire des avantages environnementaux considérables, et nous favorisons l'engagement et la sensibilisation à l'échelle de l'entreprise.



Pour obtenir plus de renseignements en ligne :

- + [Stratégie environnementale](#)
- + [Système de gestion environnementale](#)
- + [Gouvernance environnementale](#)
- + [Conception écologique](#)

Écologisation de notre milieu de travail

À l'échelle de Rogers, nous continuons d'intégrer des pratiques environnementales responsables au réaménagement de nos immeubles, aux rénovations intérieures et aux nouvelles constructions. Nos [lignes directrices sur la conception écologique](#) respectent les normes LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) et font en sorte que les critères de durabilité sont appliqués dans l'ensemble de notre portefeuille immobilier.

Comme nous l'avons indiqué plus haut dans ce rapport, Rogers a entrepris en 2015 un projet de transformation du milieu de travail, Espacepartagé. En concevant Espacepartagé, nous avons tenu compte de la gouvernance environnementale et intégré des solutions qui nous aident à réduire les déchets et à diminuer notre consommation d'énergie et de papier. Cette section présente des exemples d'avantages environnementaux et de répercussions d'Espacepartagé.

Faits saillants de cette année



Deux prix Race to Reduce de CivicAction

Notre siège social a remporté le prix Building Performance Award pour la plus faible consommation d'énergie, et notre installation de Brampton a remporté le prix Building Performance Award pour la plus importante baisse de consommation d'énergie pendant les quatre années du programme.



Prix Or du Conseil du recyclage de l'Ontario

Notre programme de recyclage Pousse vert a été reconnu pour son leadership et son innovation dans le domaine de la réduction des déchets.



Nouvelle sélection parmi les employeurs les plus écologiques au Canada

Consommation d'énergie et changements climatiques

Pourquoi il s'agit d'une question importante

Les changements climatiques importent à tous nos intervenants, qu'il s'agisse du gouvernement, de nos clients ou de nos fournisseurs. Nous devons nous assurer de réduire les risques et les conséquences pour l'environnement de nos activités alors que nous progressons vers une économie à faibles émissions de carbone.

Principes de la direction

Notre stratégie environnementale consiste à réduire notre empreinte écologique, à gérer nos risques environnementaux et à encourager la sensibilisation et l'engagement à l'égard de l'environnement dans l'entreprise.

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, ce comité se compose de représentants de l'ensemble de notre entreprise et de cinq sous-comités qui l'aident à mettre en œuvre la stratégie environnementale. En 2015, nous avons continué d'accroître le nombre de membres de ce comité afin d'assurer une meilleure représentation de tous les secteurs d'activité de Rogers.

Notre politique environnementale décrit nos normes, notre approche et notre gestion en matière d'environnement. Nous tenons compte des questions d'ordre environnemental au moment de prendre des décisions au sujet de notre style de milieu de travail, de nos installations, de notre réseau et de nos achats. Nous avons mis en place des programmes et des systèmes pour gérer les risques et les conséquences pour l'environnement, pour réduire notre empreinte écologique globale et pour nous assurer de choisir et d'offrir des programmes qui réduisent les répercussions de nos produits.

Dans le cadre de notre [système de gestion environnementale](#), nous avons fixé des objectifs clairs de réduction de nos émissions de gaz à effet de serre et de notre consommation énergétique dans l'ensemble de l'entreprise. Nos cibles de réduction d'ici 2025 sont les suivantes :

- Réduire notre consommation d'énergie* de 10 % par rapport aux niveaux de 2011
- Réduire nos émissions de gaz à effet de serre* de 25 % par rapport aux niveaux de 2011

* Paramètres 1 et 2

Consommation d'énergie

Nos tendances en matière de rendement

En gigajoules, sauf pour la ligne
Consommation totale d'énergie
en fonction du revenu

	2015	2014	2013	2012
Consommation énergétique directe	583 285	657 415	635 008	586 954
Consommation énergétique indirecte	3 792 486	3,599 503	3 412 252	3 203 957
Consommation énergétique totale	4 375 771*	4 256 918	4 047 260	3 790 911
Consommation totale d'énergie en fonction du revenu (en gigajoules par million de dollars)	326	331	319	304

* Validé de façon indépendante en 2015.

Nous mesurons la consommation totale de l'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, et produisons des rapports à ce sujet. Les deux tiers environ de nos chiffres en matière d'énergie sont fondés sur les données réelles, et le tiers restant se fonde sur des estimations effectuées à l'aide des normes acceptées dans l'industrie.

Depuis que nous avons fixé nos cibles de réduction des émissions de gaz à effet de serre et de consommation d'énergie, notre entreprise a poursuivi sa croissance, et nous avons besoin d'une plus grande infrastructure pour faire fonctionner notre réseau, qui comprend des tours de transmission et des stations d'alimentation en électricité. Malgré cette croissance, nous nous engageons toujours à respecter nos cibles en investissant dans des technologies et en mettant en œuvre des programmes dans des domaines qui nous permettent d'atteindre l'efficacité énergétique.

Notre consommation d'énergie dans nos rapports est indiquée en valeur absolue (en gigajoules ou GJ) afin de rendre compte de nos répercussions environnementales et de servir de base à notre cible de réduction de la consommation. En 2015, notre consommation totale d'énergie a augmenté de 2,8 % par rapport à l'année précédente. Cette hausse est attribuable en grande partie à l'acquisition d'un centre de données à la fin de 2014, puisque l'augmentation de la consommation d'énergie par rapport à l'année précédente, si l'on ne tient pas compte de cette acquisition, n'est que de 1,2 %. Nous avons remarqué les plus importantes diminutions de la consommation d'énergie dans les secteurs du parc de véhicules (diminution de 9,7 %), du Rogers Centre (diminution de 2,4 %) et des stations de transmission (diminution de 0,6 %). Par rapport à notre année de référence, 2011, notre consommation d'énergie a augmenté de 16,3 %, en raison de la croissance de l'entreprise.

Nous consignons aussi notre consommation d'énergie par rapport à la croissance de l'entreprise, ce qui fournit une comparaison significative et une représentation juste de notre rendement. La consommation d'énergie totale de Rogers par million de dollars de revenus a diminué de 1,5 % par rapport à 2014.

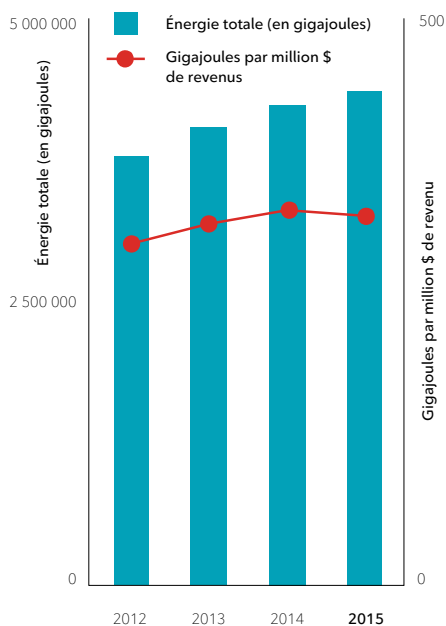


En 2015, Rogers a remporté deux prix Race to Reduce : notre bureau du 1, Mount Pleasant pour avoir obtenu la note impressionnante de 97 et notre bureau de Brampton Park pour avoir réduit de façon soutenue sa consommation d'énergie de

12,8 %
sur quatre ans

Initiatives de réduction de la consommation d'énergie en 2015

En lançant Espacepartagé, nous nous servons d'une nouvelle technologie conçue à l'interne et rénovons nos immeubles, ce qui réduira notre consommation d'énergie. Espacepartagé nous permettra aussi d'utiliser plus efficacement l'empreinte du bureau, ce qui réduira considérablement nos besoins en énergie. Voici quelques-unes de nos initiatives en 2015 :



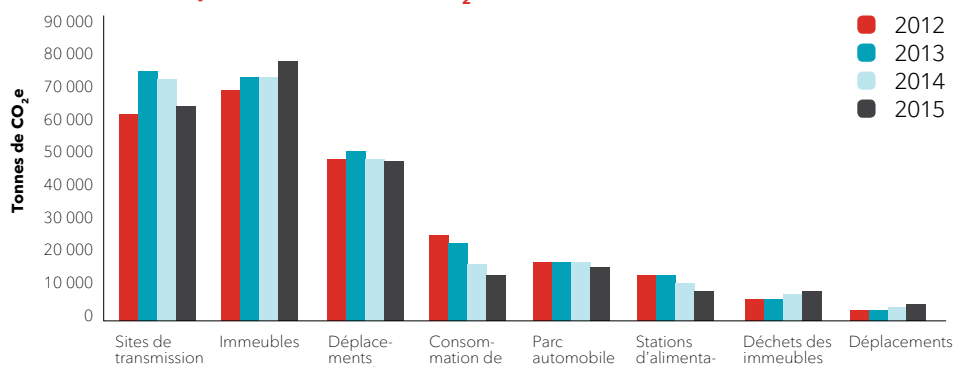
- Amélioration des conditions d'éclairage, en exploitant au maximum l'éclairage naturel dans les pièces grâce aux fenêtres périphériques et en construisant des cloisons vitrées à l'avant des salles de réunion.
- Installation de luminaires DEL munis de détecteurs de mouvement et de lumière naturelle afin d'optimiser le rendement énergétique.

Sur l'ensemble du réseau, nous continuons de constater une augmentation de notre consommation d'énergie, surtout en raison de l'utilisation croissante par les consommateurs de nos réseaux sans-fil et à large bande. Par exemple, une croissance de l'utilisation du réseau entraîne une croissance de la charge thermique par station, puisqu'il faut ajouter de l'équipement, et donc les besoins en refroidissement augmentent. Pour contrebalancer ces effets, nous cherchons à optimiser l'efficacité du refroidissement, c'est pourquoi nous avons continué de mettre en œuvre le refroidissement à l'air libre afin de réduire la consommation d'énergie. Nous comptons actuellement 504 projets de refroidissement à l'air libre dans nos stations cellulaires à l'échelle nationale, ainsi que des systèmes efficaces de climatisation des salles d'ordinateurs.

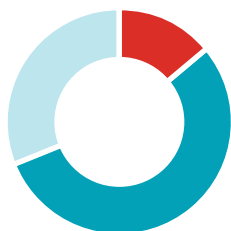
Au Rogers Centre, nous avons remplacé les soupapes de commande pour le gaz naturel dans les bureaux, de façon à obtenir une température uniforme et une efficacité énergétique grandement améliorée. Nous avons également installé des compteurs divisionnaires additionnels qui améliorent notre capacité de surveiller la charge des bâtiments et de réduire la consommation d'énergie.

Nous participons au programme Race to reduce de CivicAction, qui invite les propriétaires d'immeubles commerciaux, les gestionnaires d'installations et les locataires partout dans la région du Grand Toronto à trouver des moyens novateurs de réduire leur consommation d'énergie totale de 10 % sur une période de quatre ans. En 2015, nous avons remporté deux prix Race to Reduce, notre bureau du 1, chemin Mount Pleasant pour avoir obtenu la note impressionnante de 97 et notre bureau de Brampton Park pour avoir réduit de façon soutenue sa consommation d'énergie de 12,8 % sur quatre ans.

Émissions de GES par source (tonnes de CO₂e)



Émissions de GES par paramètre

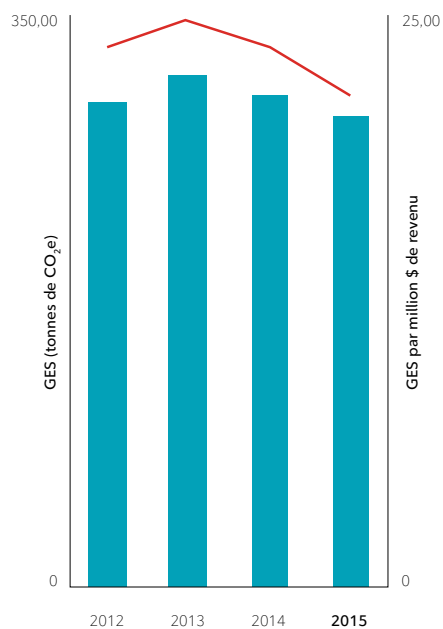


- Paramètre 1 : 14 %
- Paramètre 2 : 55 %
- Paramètre 3 : 31 %

Émissions de GES totales

(absolue et normalisée en fonction du revenu)

■ Émissions de GES totales
Paramètre 1, 2 et 3 (tonnes de CO₂e)



Notre empreinte carbone

Tendance du rendement	2015	2014	2013	2012
Émissions de gaz à effet de serre (tonnes de CO₂ émis)				
Paramètre 1 (émissions provenant de sources de combustion fixes et mobiles, émissions fugitives, etc.)	33 558	38 197	36 885	34 945
Paramètre 2 (achats d'électricité)	136 729	140 928	147 383	133 677
Total, paramètres 1 et 2	170 287*	179 125	184 268	168 622
Paramètre 3 (voyages d'affaires, consommation de papier, déplacements quotidiens des employés, déchets provenant des bureaux, etc.)	77 693	78 723	86 361	85 268
Émissions de gaz à effet de serre totales	247 980	257 848	270 629	253 890
Total des GES (tonnes de CO₂e) en fonction du revenu (en millions de \$)	18	20	21	20

* Validé de façon indépendante en 2015.

Nous continuons d'adopter une approche globale de la mesure de nos émissions de GES en tenant compte de tous les éléments de l'entreprise, dont nos réseaux et nos immeubles, les répercussions des déplacements de nos employés, les activités de l'équipe de Baseball Toronto Blue Jays et celles du Rogers Centre. Nos immeubles, qui comprennent nos bureaux, nos magasins et le Rogers Centre, sont responsables de la plus grande part de nos émissions (32,4 %), suivis de nos stations de transmission (26,1 %), puis des déplacements quotidiens de nos employés (19,8 %) et, enfin, du parc automobile de la Société (6,6 %).

Nous avons réduit nos émissions de GES totales de 3,8 % par rapport à 2014, les émissions de paramètres 1 et 2 ayant décliné de 4,9 %. La réduction de nos émissions de paramètres 1 et 2 est principalement due à l'utilisation de sources d'électricité à basse teneur en carbone ainsi qu'à la réduction des facteurs d'émissions d'Environnement et Changement climatique Canada. Nos émissions de paramètre 1 ont diminué à elles seules de 12,1 % en raison de diverses initiatives favorisant l'efficacité énergétique et d'un hiver canadien plus doux, et donc d'une baisse des degrés-jours de chauffage, une façon de mesurer les besoins en chauffage liés à la température.

Nos émissions de paramètre 3 ont baissé pour atteindre 77 693 tonnes d'équivalent en dioxyde de carbone (CO₂e), une réduction de 1,3 % par rapport à 2014. Cette réduction est due à une diminution de la consommation de papier, les émissions liées au papier ayant diminué de 19 %.

Comme nous le faisons pour notre rendement énergétique, nous produisons des rapports sur nos émissions de GES par rapport à la croissance de notre entreprise. En 2015, les émissions de GES de Rogers par million de dollars de revenus ont diminué de 10 %.



Comme le reste du monde, nous nous sommes intéressés aux résultats du Sommet sur les changements climatiques de l'ONU (COP21) en décembre 2015, et nous en sommes satisfaits. Les dirigeants mondiaux se sont réunis afin de conclure une entente qui prévoit des cibles d'émissions et un engagement à limiter le réchauffement mondial bien en deçà de 2 degrés Celsius. Nos objectifs environnementaux, et notre engagement à les respecter, devraient déjà nous permettre de respecter les cibles de la COP21. Étant donné que les politiques issues de la COP21 sont adoptées partout sur la planète, nous continuerons de surveiller nos propres progrès et de nous assurer de respecter les cibles de l'entente comme celles de notre pays.

Parc automobile et déplacements

La gestion responsable de notre parc de 1 886 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 Toronto Blue Jays et leur hébergement à l'hôtel) et les déplacements quotidiens des employés.

Voici les faits saillants de la dernière année :

- Remplacement de 263 véhicules par des modèles plus récents au moteur plus petit et au groupe motopropulseur plus économique. En fonction du nombre de kilomètres parcourus, ces changements nous ont permis de réduire la consommation de carburant de 29 212 litres et nos émissions de GES de 67 188 kg.
- Investissement dans des technologies automobiles plus intelligentes, notamment des systèmes de convertisseur continu-alternatif avec accumulateurs de réserve dans nos véhicules de service. Nos techniciens peuvent ainsi utiliser leur équipement et l'éclairage de sécurité en bordure de route sans avoir à laisser tourner le moteur. À ce jour, nous avons équipé environ 900 véhicules, ce qui a permis de réduire le temps quotidien de marche au ralenti d'environ deux journées et d'économiser près de 2 000 litres de carburant par année.
- Production de rapports d'analyse mensuels comprenant des données sur les diagnostics de moteur et l'entretien préventif en retard. Nous pouvons ainsi connaître les véhicules qui doivent être entretenus et utiliser des véhicules en bon état tout en réduisant nos coûts d'exploitation.
- Application d'une politique d'entreprise interdisant la marche au ralenti afin de réduire les émissions, et utilisation continue de 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 GES, et de les réduire. Actuellement, 1 536 de nos véhicules sont dotés de cette technologie.
- Réduction des déplacements d'affaires, en incitant les employés à utiliser nos 94 salles de vidéoconférence partout au pays. Nous comptons aussi quatre salles de téléprésence au Canada, grâce auxquelles les employés qui participent aux réunions à distance peuvent apparaître virtuellement autour d'une table à côté des employés présents. Nos employés se servent également de technologies d'appel vidéo comme Skype Entreprise et Adobe Connect, toutes installées sur les ordinateurs de nos employés à la suite du passage à Espacepartagé.

Réduction de la consommation de papier

Pourquoi il s'agit d'une question importante

Le papier est un élément important de nos activités – en plus d'être le premier éditeur du Canada, nous avons besoin de papier aux fins de marketing, de facturation et d'administration.

Principes de la direction

Même si le papier est un élément important de nos activités, nous nous sommes engagés à réduire la quantité que nous utilisons. En plus d'aider l'environnement, cet engagement rend le travail de nos employés plus efficace et reflète la façon dont nos clients consomment du contenu et de l'information.

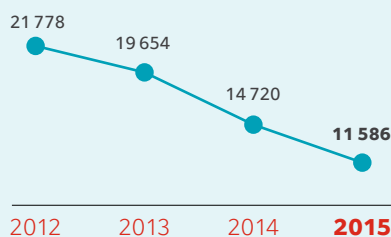
Notre sous-comité de réduction du papier et d'approvisionnement surveille notre rendement en ce qui a trait au papier et nos initiatives d'approvisionnement responsables. La promesse de la politique d'approvisionnement en papier des Éditions Rogers détermine aussi nos décisions d'achat quant au papier utilisé pour ses publications.

Nos tendances en matière de rendement

	2015	2014	2013	2012
En tonnes métriques, sauf les données en pourcentage				
Consommation de papier totale	11 586*	14 720	19 654	21 778
- Éditions Rogers	8 676	11 098	14 051	15 642
- Marketing et communications	1 779	2 362	4 084	4 264
- Facturation	865	937	1 190	1 563
- Administration dans les bureaux	266	323	329	309
Proportion de clients ayant reçu des factures électroniques	58 %*	60 %	55 %	43 %

* Validé de façon indépendante en 2015.

Consommation de papier totale



En 2015, nous avons réduit notre consommation totale de papier de 21,3 % par rapport à l'année précédente. Voici les mesures que nous avons prises pour y parvenir :

- Nous avons fourni aux employés les outils technologiques dont ils ont besoin pour travailler de façon efficace, ce qui réduit leur besoin en papier, notamment en leur fournissant des ordinateurs portables et en les encourageant à utiliser des documents numériques au lieu de documents papier. Dans le cadre de notre stratégie de gestion des impressions à l'interne, nous avons également retiré 300 imprimantes de nos bureaux. Grâce à ces changements, nous avons réduit de 17,6 % notre consommation de papier à des fins administratives.
- Cette année, nous avons réduit de 24,7 % notre consommation de papier à des fins de marketing en ayant davantage recours à la publicité numérique et sur les réseaux sociaux.

- Nous avons réduit notre consommation de papier à des fins de facturation de 7,7 % même si la proportion de nos clients qui reçoivent des factures électroniques est passée de 60 % à 58 %. Nous avons continué d'encourager les clients à passer à la facture électronique afin de réduire la consommation de papier et avons amélioré l'application MonRogers pour rendre les factures en ligne plus faciles à comprendre.
- 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 Texture par Next Issue. Ce service a permis de réduire de 21,8 % en 2015 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 haute valeur pour la conservation.

Déchets et recyclage

Pourquoi il s'agit d'une question importante

Nous produisons des déchets dans nos bureaux et à la fin du cycle de vie de nos produits et services. Il est important que nous réduisions ces déchets pour améliorer notre efficacité opérationnelle et satisfaire nos intervenants.

Principes de la direction

Au cours des dernières années, nous avons réduit les déchets de nos bureaux en encourageant nos employés à modifier leur comportement. Notre programme Pousse vert a retiré les poubelles aux bureaux des employés afin de les encourager à déposer leurs déchets dans les bacs de tri centralisés, dans l'objectif d'atteindre un taux de réacheminement des déchets d'au moins 70 %. Nous continuons de surveiller le rendement 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 à des fins confidentielles.

Le sous-comité de gestion des déchets et de recyclage de notre Comité directeur en matière de responsabilité environnementale assure l'efficacité de notre rendement et de nos initiatives de réacheminement de déchets.

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
En tonnes, à l'exception du pourcentage de la totalité des déchets détournés				
Total des déchets produits (comprend les déchets des bureaux)	9 428	7 276	7 550	6 564
Total des déchets recyclés (comprend les déchets des bureaux)	5 877	4 019	4 739	3 502
Pourcentage de la totalité des déchets détournés des sites d'enfouissement	62,3 %	55,2 %	62,8 %	53,4 %

En 2015, nous avons produit 9 428 tonnes de déchets, une augmentation de 30 % par rapport à 2014, principalement attribuables à nos efforts de nettoyage dans le cadre de la mise en place d'Espacepartagé. Nos matériaux recyclés prenaient la forme de produits du papier, suivis des déchets électroniques, du mobilier de bureau, des produits recyclables mélangés et des déchets organiques. Nous avons ainsi réalisé un taux de réacheminement des déchets d'environ 62,3 % à l'échelle de la Société, une hausse de 6,9 points par rapport à l'année précédente.

Voici les mesures que nous avons prises pour y parvenir :

- Nous avons encouragé les employés à faire le ménage de leur espace de travail dans le cadre de notre programme de réaménagement de bureau Espacepartagé à Calgary, à Brampton et à Toronto, ce qui a contribué à éliminer 1 326 tonnes de classeurs, de mobilier de bureau et de fournitures superflus. Grâce à la collaboration de fournisseurs de services, nous avons envoyé 4 % de ces matériaux dans des sites d'enfouissements, 49 % ont été recyclés, 34 % ont été revendus à l'externe, 11,5 % ont été donnés à des œuvres de bienfaisance locales et 1,5 % ont été déménagés.
- Nous avons étendu notre programme Pousse vert à Ottawa, à Calgary, à Mississauga et à Vancouver. Ce programme, dont l'objectif est d'atteindre un taux de réacheminement de 70 % grâce aux efforts de recyclage des employés, prévoit l'installation de conteneurs centraux de déchets et de recyclage ainsi que la formation des employés sur les meilleures pratiques de recyclage. À la fin de 2015, nous avions 620 unités centralisées Pousse vert en place dans 13 de nos immeubles de bureaux. Les réalisations de notre programme de recyclage Pousse vert ont été soulignées par le Conseil du recyclage de l'Ontario, ce qui lui a valu le prix Or dans la catégorie industries, commerces et institutions.
- Nous nous servons de boîtes réutilisables pour les expéditions de produits du câble entre nos entrepôts, nos magasins, les entrepreneurs et les techniciens.
- Nous tenons des événements de recyclage à nos plus grands bureaux pendant le Jour de la Terre et la Semaine de réduction des déchets afin d'encourager les employés à retirer de leur espace de travail les fournitures de bureau inutilisées et à les remettre à des organismes de bienfaisance locaux.
- Nous collaborons avec nos fournisseurs de nourriture afin d'utiliser des contenants à emporter responsables (compostables), d'étendre les programmes de nourriture biologique et d'encourager l'utilisation de couverts et d'ustensiles non jetables. Nous avons également mis au défi nos fournisseurs de nourriture de réduire de 25 % la quantité de leurs résidus de cuisine. Au Rogers Centre, nous avons atteint cet objectif en travaillant avec notre fournisseur afin qu'il donne les restes de nourriture à Second Harvest, qui les livre ensuite à divers groupes communautaires de Toronto.



1 326

tonnes quantité totale de matériaux éliminés des bureaux à la suite du réaménagement Espacepartagé;

96 % de ces matériaux ont été détournés des sites d'enfouissement.

Déchets et recyclage en 2015



- Carton et fibres mélangées 24 %
- Mobilier 9 %
- Produits électroniques 9 %
- Produits recyclables mélangés 8 %
- Déchets organiques 6 %
- Autre 6 %
- Déchets destinés aux sites d'enfouissement 38 %

- Nous avons atteint notre objectif visant à ce que 25 % de tous les aliments utilisés dans les cafétérias de Rogers proviennent de sources locales et durables d'ici la fin de 2015. Pour y parvenir, nous avons collaboré avec 100km Foods Inc., ce qui nous a donné accès à 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.
- Dans nos nouveaux locaux Espacepartagé, nous avons posé du tapis fait à 36 % de matériel recyclé pré-consommation. Les murs de ces mêmes locaux ont été couverts d'une peinture sans composé organique volatile (COV), de panneaux décoratifs en feutre de laine pur et de panneaux acoustiques 100 % biodégradables, sans COV ni formaldéhyde. Ces éléments ont amélioré la qualité de l'air et augmenté la proportion de matériaux réutilisés de nos espaces.

Déversements et rejets

Afin de réduire nos risques de déversements et de rejets, nous offrons fréquemment des séances de formation sur la gestion des déversements dans le cadre de notre système de gestion environnementale. Cette formation permet à nos employés de comprendre les conséquences possibles des rejets, les exigences réglementaires applicables et les mesures nécessaires à prendre quand un déversement survient. Nous avons également distribué 300 trousse de lutte contre les déversements à nos immeubles et aux sites de réseau dans le cadre de notre planification de mesures d'urgence visant à prévenir la contamination des sols et de l'eau.

En 2015, les déversements et rejets suivants sont survenus chez Rogers :

- Aucun rejet de niveau 3. Il s'agit des rejets qui doivent être signalés à Environnement et Changement climatique Canada dans un délai de 24 heures et dont le poids est supérieur à 100 kilogrammes.
- 13 déversements de niveau 2, soient les déversements qu'il faut signaler, de 10 à 100 kilogrammes.
- 116 déversements de niveau 1, de moins de 10 kg, qui ne doivent pas être signalés à Environnement et Changement climatique Canada.

Réduction de la consommation d'eau

Pour assurer la durabilité de notre écosystème, il est essentiel de protéger les réserves limitées d'eau douce en réduisant notre consommation et en évitant de contaminer les sources d'eau potable. Notre consommation d'eau est surtout destinée à répondre aux besoins des employés, notamment dans les salles de bain et les cuisines de nos immeubles. En 2015, nous avons consommé 314 756 mètres cubes d'eau.

La conservation de l'eau est l'un des principes importants énoncés dans les lignes directrices sur la conception écologique de Rogers, qui régissent la conception et l'exploitation d'immeubles. Nous mettons en œuvre des initiatives visant à réduire au minimum les conséquences néfastes de nos activités sur les réserves d'eau. Par exemple, dans le cadre d'Espacepartagé, nous avons installé des robinets et des appareils ménagers à haut rendement et mis en œuvre des stratégies d'aménagement paysager plus économes en eau.



60

En mars, l'éclairage a été éteint dans 60 immeubles de Rogers dans le cadre de l'activité Une heure pour la Terre

Sensibilisation des employés à la durabilité

Il est essentiel pour le succès de notre programme environnemental d'entreprise que nos employés y participent. Nous dirigeons diverses initiatives visant à encourager la participation des employés, nous soutenons leurs projets et les encourageons à faire du bénévolat.

Programmes et mesures incitatives écologiques

- Nous avons continué de développer notre programme de recyclage à l'intention des employés, Pousse vert, en installant des stations centrales de tri de déchets et de matières recyclables dans un plus grand nombre de bureaux. Jusqu'à maintenant, nous avons installé environ 620 stations de tri dans 13 immeubles.
- Afin d'encourager le déplacement quotidien écologique de nos employés, nous offrons des rabais d'entreprise sur les titres de transport de la Toronto Transit Commission (TTC), ce qui rend le transport en commun plus abordable. Plus de 10 000 employés ont profité de ce programme en 2015.

Équipes vertes

- De plus en plus d'équipes vertes sont créées, dont l'objectif est de faire connaître les programmes environnementaux de Rogers et de renseigner les employés quant aux meilleures pratiques dans nos bureaux partout au Canada.
- Pour souligner notre septième participation à l'activité de sensibilisation annuelle Une heure pour la Terre, nous avons éteint l'éclairage dans plus de 60 immeubles de Rogers en mars 2015.

Formation et éducation

- Nous avons mis en œuvre pour nos employés une série de modules de formation relativement à notre système de gestion environnementale afin de renseigner les membres des équipes au sujet de nos divers programmes de réduction des déchets et de réduction de la consommation de papier et d'énergie.
- Nous avons participé à des événements nationaux comme la Journée de la Terre, la Semaine de réduction des déchets et Une heure pour la Terre en tenant des activités locales pendant lesquelles les employés ont pris connaissance de questions environnementales et proposé des solutions. Pendant nos événements dans le cadre de la Journée de la Terre 2015, par exemple, nous avons recueilli près de six tonnes de matériel électronique à envoyer au recyclage.

Bénévolat d'entreprise

- De nombreux employés participent au Programme des employés bénévoles de Rogers. Ce programme permet aux employés de consacrer une journée rémunérée par année à faire du bénévolat pour une cause qui leur tient à cœur, par exemple des activités écologiques comme des journées de nettoyage et des événements de plantation d'arbres.

Investissement communautaire



Investissement communautaire

Nous sommes déterminés à participer à l'édification de solides collectivités et à résoudre les questions qui importent aux Canadiens, qu'il s'agisse d'aider les enfants à atteindre leur plein potentiel au moyen du Fonds pour la jeunesse Rogers ou de combler le fossé numérique au moyen de notre programme Branché sur le succès.

Faits saillants de cette année

65,6

millions de dollars donnés afin de contribuer à la croissance de collectivités fortes et dynamiques

10 258

foyers à faible revenu ont bénéficié du programme Branché sur le succès, une solution Internet abordable qui permet de combler le fossé numérique



Bienfaisance communautaire



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.

La bienfaisance communautaire contribue à l'essor de l'économie canadienne, mobilise les employés et fait partie de notre responsabilité à titre de grande entreprise canadienne.

Principes de la direction

Nous souhaitons engendrer des retombées sociales et économiques positives grâce à nos investissements communautaires et aligner nos activités de bienfaisance sur des œuvres qui sont importantes pour nos partenaires et nos employés.

Nous suivons les normes d'investissement communautaire établies par Imagine Canada, et avons pour objectif de consacrer au moins 1 % de nos bénéfices nets avant impôt à des organismes de bienfaisance et à des organismes à but non lucratif. Notre politique en matière de dons d'entreprise vise à assurer que ces derniers concordent tous avec notre stratégie d'investissement communautaire, sont dûment approuvés et font l'objet d'un suivi dans le but d'avoir une incidence plus grande dans nos collectivités.

Nos employés mettent également la main à la pâte. En effet, le Programme des employés bénévoles de Rogers et notre politique de bénévolat permet à nos employés de consacrer une journée de congé payé par année à des activités de bénévolat pour l'organisme de bienfaisance de leur choix.

Dons d'entreprise

Nos tendances en matière de rendement

(millions de dollars)	2015	2014	2013	2012
Dons en espèces	7,5	10,4	10,5	11,6
Investissement communautaire réglementé - dons en espèces	1,8	2,6	2,7	2,8
Total des dons en espèces	9,3*	13,0	13,2	14,4
Investissement communautaire - dons en nature	27,6	24,6	21,5	16,3
Investissement communautaire réglementé - dons en nature ¹	28,7	33,2	36,4	37,4
Total des dons en nature	56,3*	57,8	57,9	53,7
Total de l'investissement communautaire	65,6*	70,8	71,1	68,1
Pourcentage de bénéfice avant impôts remis à des organismes de bienfaisance et à des organismes à but non lucratif	4 %*	4 %	3 %	3 %

¹ 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.

² Comprend les dons en espèces versés pendant la période de référence et liés à une décision ou à un processus réglementaire, comme les conditions d'obtention d'une licence pour entités de radiodiffusion.

* Validé de façon indépendante en 2015.

Le Fonds pour la jeunesse Rogers... en chiffres

Le Fonds pour la jeunesse Rogers a vu le jour en 2011, et nous sommes fiers de ses bienfaits sur les jeunes à risque à la grandeur du pays. Voici quelques faits saillants :

36

Clubs Garçons et filles ont été dotés d'un centre de technologie, desservant 42 collectivités

16

partenaires régionaux ont offert des activités parascolaires dans les grands centres urbains du Canada

5 419

jeunes se sont inscrits au programme Visez la réussite Rogers et ont utilisé les centres de technologie

341

mentors ont pris part au programme Visez la réussite Rogers

En 2015, Rogers a remis 65,6 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 correspondent à 4 %* de nos revenus avant impôts, tout comme en 2014, et dépassent l'objectif de référence de 1 % établi par [Imagine Canada](#).

Notre principal programme communautaire pour 2015 était le [Fonds pour la jeunesse Rogers](#). Ce fonds servait à financer des programmes de soutien aux études après l'école à l'échelle du Canada et en particulier à aider les jeunes à obtenir leur diplôme d'études secondaires. L'année dernière, le fonds a continué à soutenir des programmes éducatifs - aide aux devoirs après l'école, cours particuliers et enseignement non traditionnel - offerts par 16 partenaires communautaires à l'échelle du Canada, aidant ainsi les jeunes à exceller tant en classe qu'à l'extérieur de la classe.

Pas moins de 977 jeunes se sont joints à [Visez la réussite Rogers](#), un programme parascolaire interactif offert par l'intermédiaire des 36 Clubs Garçons et Filles. Ce programme aide les jeunes à définir leurs objectifs professionnels et à planifier leur avenir au moyen d'un système de mentorat, d'activités d'apprentissage et de centres de technologie.



Autres investissements communautaires

- Notre [Fondation Jays Care](#) a recueilli 4,3 millions de dollars qui ont servi à financer des programmes et des installations à l'échelle du Canada qui sont axés sur l'activité physique, l'éducation et l'acquisition de connaissances pratiques.
- Nous avons fait un don en nature de 56,3 millions de dollars en 2015. Cette somme inclut le coût du temps d'antenne à nos stations de radio et de télévision pour la diffusion de messages d'intérêt public faisant la promotion de causes ou d'événements d'œuvres de bienfaisance et d'organismes à but non lucratif. Par l'intermédiaire de TV Rogers, nous avons fait la promotion d'œuvres de bienfaisance locales et d'événements communautaires organisés dans notre zone de couverture du câble, par la diffusion de messages d'intérêt public et de segments en direct.
- Les propriétés de Rogers Média ont soutenu le Global Citizen Festival en l'intégrant aux sites web de Rogers Radio et en le diffusant en continu et en direct depuis New York. Le festival faisait partie de la campagne Global Citizen, laquelle comporte 17 objectifs globaux visant à éradiquer la pauvreté, à combattre les inégalités et l'injustice et à s'attaquer aux changements climatiques.
- Nous avons soutenu plusieurs organismes artistiques et célébré notre culture et nos artistes en plus d'en avoir fait la promotion. Par exemple, nous commanditons le prix Rogers Writers' Trust Fiction depuis sa création en 1997. Ce prix est décerné aux écrivains canadiens en reconnaissance du meilleur roman ou recueil de nouvelles de l'année.
- Rogers a remis 100 000 \$ à la Croix-Rouge canadienne afin de venir en aide aux 25 000 réfugiés syriens qui sont venus au Canada.
- Pour une 12^e année, nous avons commandité le défilé Rogers Santa Claus Parade de Vancouver qui a attiré plus de 300 000 spectateurs et qui a permis d'amasser des fonds et des denrées destinées aux familles dans le besoin.



Nouveau départ à Central Saanich : aider les jeunes des Premières nations à planifier leur avenir

Angi Eddy est intarissable à propos des retombées positives du programme Visez la réussite Rogers dans sa communauté.

« J'ai pu aider un adolescent qui avait abandonné l'école à retourner en classe, explique la responsable de l'enseignement du Club Garçons et Filles de la région du Grand Victoria. J'ai vu une jeune mère déjouer toutes les attentes qu'elle avait envers elle-même et s'inscrire à l'université. Une jeune qui avait échoué à tous ses cours l'an dernier m'a récemment montré un bulletin scolaire honorable. Et le programme est en place depuis moins de six mois! »

Angi travaille dans les locaux du tout nouveau Club Central Saanich qui dessert une grande population de jeunes provenant des Premières nations de Tsartlip, Pauquachin, Tseycum et Tsawout. La communauté a senti le besoin de faire appel au type de soutien scolaire et de mentorat qu'offre le programme Visez la réussite Rogers aux adolescents. Constatant que les nouveaux locaux ne seraient pas prêts avant janvier 2015, Angi a pris l'initiative d'organiser des rencontres avec les jeunes, à raison de quelques fois par semaine, dans un café-restaurant du coin, apportant avec elle des ordinateurs portables et des tablettes.

Depuis l'ouverture du centre technologique Visez la réussite Rogers du Club Garçons et Filles, les adolescents ont maintenant un endroit où aller après l'école. Ils y reçoivent de l'aide aux devoirs et tissent des liens avec des mentors et d'autres jeunes tout en améliorant leur culture numérique et en faisant des plans au sujet de ce qu'ils veulent faire après leur secondaire. Aujourd'hui, le centre technologique est souvent rempli au maximum de sa capacité, et Angi attribue la popularité du centre au fait que la technologie éducative est mise à la disposition de jeunes qui n'ont pas facilement accès à des ordinateurs ou à Internet.

« Visez la réussite Rogers est un programme incroyable, commente Angi. Ça me fascine de voir les jeunes découvrir des programmes d'études et des possibilités de carrière qu'ils n'ont jamais envisagés. Souvent, un jeune ne s'est jamais fait dire qu'il pouvait réussir à l'école, et c'est un privilège de les soutenir et de les célébrer. Chaque jour, nous voyons grandir leur intérêt et leur motivation. C'est très stimulant pour la communauté. »

Activités de bienfaisance et bénévolat des employés

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Employés qui ont effectué des activités de bénévolat par l'intermédiaire du Programme des employés bénévoles de Rogers	787 👤	1 263	1 386	512
Heures de bénévolat investies par les employés de Rogers	5 116 👤	8 210	9 009	3 328

👤 Validé de façon indépendante en 2015.

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 787👤 employés ont fait du bénévolat par l'entremise de notre Programme des employés bénévoles de Rogers, représentant 5 116👤 heures de bénévolat. Nous avons atteint un sommet en 2013, quand 1 386 employés ont participé. Ce nombre a chuté depuis. Nous attribuons cette baisse en grande partie au fait qu'il a toujours été difficile d'amener nos employés à déclarer leurs heures et leurs activités de bénévolat dans notre portail, ce qui nous empêche de connaître le nombre total d'heures de bénévolat réalisées par les employés. En 2016, nous souhaitons faire mieux connaître le programme par l'entremise de communications et d'événements destinés aux employés, et en encourageant les participants à consulter notre portail en ligne.

Exemples de bénévolat par les employés en 2015 :

- L'équipe des opérations de crédit de Toronto a fait du bénévolat à la Yonge Street Mission, triant des jouets pour les enfants et faisant des boîtes de vivres destinées aux personnes âgées. Il s'agissait d'une belle occasion de travailler ensemble et de renforcer l'esprit d'équipe à l'extérieur du bureau.
- L'équipe des services immobiliers a aidé à mettre sur pied une maison hantée pour les enfants du Club Garçons et Filles de St. Alban's. L'objectif était de faire vivre une expérience mémorable aux enfants à l'occasion de la fête d'Halloween au Club.
- Nos bureaux de Moncton s'unissent encore une fois afin de participer à la Journée d'entraide de Centraide de la région du Grand Moncton et du sud-est du Nouveau-Brunswick. Une centaine d'employés de Rogers ont fait du bénévolat à l'occasion de cette Journée d'entraide afin de donner un coup de main à des organismes de Centraide comme le Jardin communautaire de Shediac, St. Augustine's Housing et la Société John Howard.



« L'activité de bénévolat à la Yonge Street Mission nous a permis de constater à quel point nous sommes privilégiés de pouvoir donner aux autres et d'avoir un employeur qui soutient et encourage le bénévolat. Il ne fait aucun doute que cette activité deviendra un événement annuel, et nous étudions actuellement la possibilité de faire du bénévolat plus souvent en dehors de nos heures de travail. »

Kara Simpson
directrice, Opérations de crédit

En plus de faire du bénévolat, nos employés consacrent également du temps à collecter des fonds dans le cadre de la campagne annuelle de Centraide. En 2015, ils ont encore une fois amassé plus d'un million de dollars pour les sections locales de Centraide à l'échelle du pays en organisant diverses activités de financement et en faisant des dons par retenues à la source.

Nous proposons aussi des occasions de bénévolat au public par l'intermédiaire de notre chaîne communautaire, [TV Rogers](#). En 2015, nous avons travaillé avec 2 300 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.



Pour obtenir plus de renseignements en ligne :

- + [Fonds pour la jeunesse Rogers](#)
- + [Visez la réussite Rogers](#)
- + [Fondation Jays Care](#)

Soutenir les familles et les réfugiés syriens : collecte de jouets et de manteaux de Rogers

L'an dernier, durant la période des Fêtes, nous avons organisé une collecte de jouets et de manteaux à l'échelle de l'entreprise pour les familles dans le besoin, y compris pour les nombreux réfugiés syriens qui sont arrivés au Canada. Grâce à la sollicitude et à l'engagement de nos employés de Rogers, nous avons fait don de manteaux et de jouets à plusieurs organismes de bienfaisance au Canada. Dans le cadre du programme, nous avons livré des jouets neufs et des manteaux en bon état à des œuvres de bienfaisance telles que Moncton Headstart, Culture for Youth, Centraide et Clubs Garçons et Filles.

Inclusion numérique

Pourquoi il s'agit d'une question importante

Internet est devenu un outil essentiel qui nous donne accès à l'information, à l'éducation et au monde qui nous entoure. Cependant, de nombreux Canadiens n'y ont pas accès, et nous trouvons des façons de pallier cette situation. Le programme Branché sur le succès de Rogers vise à brancher davantage de Canadiens en leur offrant un accès à Internet à prix abordable.

Principes de la direction

Rogers est à l'avant-scène de la technologie canadienne et de l'innovation. 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 également conscients du fossé numérique qui sépare les utilisateurs d'Internet de ceux qui n'y ont même pas accès.

En voulant combler ce fossé numérique, Rogers peut faire une vraie différence. Nous avons les compétences et les ressources qui nous permettent de changer les choses. Notre programme Branché sur le succès, que gère notre équipe de la Responsabilité sociale d'entreprise, offre un service Internet à large bande abordable aux personnes qui habitent dans des logements gérés par des organismes à but non lucratif.

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013
Nouveaux abonnés grâce au programme Branché pour le succès	4 129	4 204	1 925 ¹

¹ Le programme a été mis en place en juin 2013.

Accès Internet abordable

L’an dernier, par l’intermédiaire de notre programme [Branché sur le succès](#), nous avons encore offert le service Internet abordable à des familles à faible revenu. Le programme a pris son envol en août 2013 en offrant le service Internet résidentiel haute vitesse à 9,99 \$ par mois aux résidents du Toronto Community Housing. C’est un tarif inférieur à celui d’Internet 5, notre service abordable qui coûterait 24,99 \$ à une autre personne de la même région. En 2015, nous avons ajouté 4 129 abonnés, et à ce jour, 10 258 personnes en tout ont profité du programme depuis sa création. En 2016, nous prévoyons élargir le programme à d’autres collectivités situées dans notre zone de couverture, soit dans l’Est et le Sud-Ouest de l’Ontario, au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve-et-Labrador.

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 Expérience client du présent rapport.

L’Essentiel Techno



Pour obtenir plus de renseignements en ligne :

- + [Branché sur le succès](#)
- + [L’Essentiel Techno](#)

La culture numérique

En plus d’élargir l’accès 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 des 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



Économie et société

Nous sommes déterminés à être une entreprise canadienne à forte croissance. De plus, nous nous efforçons de créer une valeur positive pour les économies locales et la société canadienne grâce à nos activités commerciales quotidiennes.

Faits saillants de cette année

13,1

milliards de dollars de valeur économique distribuée

881

millions de dollars en impôts et autres paiements aux gouvernements

2,3

milliards de dollars en taxes de vente et en impôts sur les salaires recueillis au nom des gouvernements

977

millions de dollars versés à nos actionnaires sous forme de dividendes

Rendement économique

Pourquoi il s'agit d'une question importante

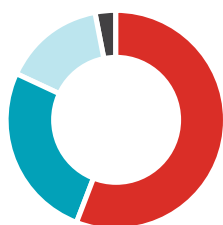
En tant que grande entreprise canadienne et important employeur, nous avons la responsabilité d'exercer une incidence positive sur la société et l'économie du Canada.

Principes de la direction

Être une entreprise en pleine croissance ayant une incidence positive sur la société canadienne est un pilier essentiel de notre stratégie Rogers 3.0. Une croissance rentable et de solides résultats financiers nous permettent d'investir dans notre réseau et notre personnel, de soutenir les petites entreprises et de garantir des profits à nos actionnaires. Nous avons aussi une incidence indirecte sur l'économie en fournissant des biens et des services, en payant des impôts, en versant d'autres sommes importantes au gouvernement ainsi qu'en soutenant nos communautés.

Le conseil d'administration de Rogers supervise le rendement économique global de l'entreprise, alors que le comité des finances du conseil d'administration passe en revue les questions se rapportant aux stratégies d'investissement de l'entreprise et à sa structure des capitaux propres et d'emprunt.

Revenus d'exploitation en 2015
13,4 milliards \$



- Sans-fil 56 %
- Câble 26 %
- Média 15 %
- Solutions d'affaires 3 %

Nos tendances en matière de rendement

(millions de dollars)	2015	2014	2013	2012
Valeur économique directe générée :				
Revenus	13 414	12 850	12 706	12 486
Valeur économique distribuée :				
Coûts d'exploitation	6 155	5 631	5 541	5 506
Salaires et avantages sociaux des employés ainsi que rémunération à base d'actions (excluant les cotisations sociales)	1 839	1 805	1 811	1 689
Actionnaires et fournisseurs de capitaux :				
Dividendes versés ²	977	930	876	803
Intérêts payés ²	771	778	700	680
Impôts payés et autres paiements au gouvernement ²	881	1 140	1 022	1 001
Dépenses en immobilisations ²	2 440	2 366	2 240	2 142
Investissement communautaire	9	13	13	14
Valeur économique totale distribuée¹	13 072 ✦	12 663	12 203	11 835

¹ En 2015, nous avons mis à jour notre méthode de présentation de la valeur économique totale distribuée par activité de Rogers. Les données des années antérieures ont été révisées pour s'harmoniser à notre nouvelle méthodologie.

² Certains éléments sont présentés selon un système de comptabilité de caisse puisque ce format est plus pertinent pour les actionnaires.

✦ Validé de façon indépendante en 2015.

Valeur économique générée et distribuée

La valeur économique générée par l'entreprise en 2015 a augmenté de 4 % par rapport à l'année dernière. Quant à la valeur économique totale distribuée, elle a augmenté pour atteindre 13,1 milliards✦ de dollars en 2015. Certains des éléments clés de notre valeur économique comprennent ce qui suit :

- Nous avons continué à offrir de bons résultats aux actionnaires en 2015; les revenus ont connu une croissance de 4 % pour atteindre 13,4 milliards de dollars. Nous avons ainsi versé 977 millions de dollars en dividendes aux actionnaires, soit une augmentation de 47 millions de dollars par rapport à 2014.
- Nous avons payé 1,84 milliard de dollars en salaires et en avantages sociaux en 2015; les avantages sociaux comprennent notamment les avantages relatifs aux soins de santé, le Programme d'actions de contrepartie et les prestations de retraite.
- Nous avons payé un total de 881 millions de dollars en impôts et autres paiements au gouvernement. Il s'agit d'un montant inférieur à celui versé en 2014. Cette baisse est principalement attribuable au fait que nous avons payé moins d'impôt sur le revenu en raison du report des pertes fiscales découlant de l'acquisition de Mobilicity.
- Nous avons continué d'investir dans nos réseaux et nos centres de données, avec un total de 2 440 millions✦ de dollars en dépenses en immobilisation; une somme distribuée directement à nos fournisseurs puis, par ricochet, dans l'économie.

Impôts sur le revenu et autres paiements au gouvernement

Nous gérons de façon proactive nos questions de fiscalité afin d'améliorer les décisions commerciales de Rogers et d'optimiser notre flux de trésorerie après impôt disponible afin d'investir dans l'entreprise et d'augmenter les profits pour les actionnaires. Nous avons instauré un ensemble complet de politiques et de procédures pour nous assurer de respecter toutes les lois fiscales et les exigences en matière de déclaration, et que 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. En outre, nous communiquons avec des décideurs gouvernementaux afin de discuter de questions fiscales qui ont une incidence sur Rogers et nos actionnaires, nos employés, nos clients et d'autres parties prenantes.

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 26 000 employés actifs;
- impôt foncier et taxes professionnelles;
- droits de douane et taxes de vente non recouvrables;
- 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 2015 s'est élevé à environ 881 millions de dollars. En outre, nous avons recueilli pour le compte des gouvernements environ 1 735 millions de dollars en taxes sur les ventes de produits et services et 561 millions de dollars en cotisations sociales des employés.

Impôts sur le revenu et autres paiements au gouvernement



- 21 % impôt sur le revenu
- 15 % cotisations sociales
- 58 % droits réglementaires et de licence de spectre
- 6 % impôt foncier et taxes professionnelles, taxes de vente non recouvrables et droits de douane

(millions de dollars)	Impôt sur le revenu	Taxes sur les ventes payées	Cotisations sociales	Droits réglementaires de licence de spectre ¹	Impôt foncier et taxes professionnelles	Total
Gouvernement fédéral canadien	101,4	-	86,7	509,1	3,7	700,9
Colombie-Britannique	4,7	4,1	1,6	-	3,7	14,1
Alberta	16,0	-	0,1	-	5,3	21,4
Saskatchewan	1,4	0,2	-	-	0,3	1,9
Manitoba	1,0	0,6	0,2	-	0,6	2,4
Ontario	46,6	3,9	36,1	-	21,3	107,9
Québec	9,3	0,5	7,9	-	7,9	25,6
Provinces maritimes	3,2	-	0,6	-	3,1	6,9
Total	183,6*	9,3	133,2	509,1	45,9	881,1

¹ Comprend une allocation de 265,8 millions \$ associée aux montants de 1 milliard \$, de 3,3 milliards \$ et de 24 millions \$ que nous avons versés pour l'acquisition de spectre en 2008, en 2014 et en 2015, respectivement.
* Certifié de façon indépendante en 2015.

Soutien aux entreprises canadiennes

Nous nous engageons à offrir aux entreprises canadiennes de toutes tailles des outils et des ressources destinés à accroître leur productivité et leur efficacité ainsi qu'à stimuler leur croissance. Nous avons donc mis l'accent sur le lancement de technologies « en tant que service » afin de permettre aux entreprises de se concentrer sur leurs tâches quotidiennes et d'offrir la meilleure expérience client qui soit, pendant que nous veillons à la maintenance et à la surveillance de leur technologie et de leur connectivité. En 2015, nous avons lancé le Wi-Fi en tant que service afin de nous assurer que les entreprises canadiennes gardent le contact au moyen d'une connexion Internet fiable et sécurisée qui fonctionne de façon transparente en arrière-plan, avec le soutien en tout temps de Rogers. Au début de 2016, nous avons également fait l'annonce d'une nouvelle solution de cybersécurité « en tant que service » permettant aux entreprises canadiennes d'être protégées et d'avoir l'esprit en paix grâce à une nouvelle gamme de solutions de cybersécurité. Nous continuerons de lancer de nouveaux produits « en tant que service » pour les entreprises canadiennes en 2016.

Les petites entreprises représentent environ 98 % de l'ensemble des entreprises du pays et notre fondateur, Ted Rogers, est reconnu comme l'un des entrepreneurs ayant connu le plus de succès au Canada. C'est dans cet esprit que nous souhaitons continuer à favoriser l'innovation et l'entrepreneuriat dans notre pays. En 2015, nous avons tenu notre seconde série d'événements annuels, Conférence Rogers, dans le cadre de laquelle nous offrons aux propriétaires de petite entreprise l'occasion d'échanger avec des experts de l'industrie afin qu'ils puissent obtenir des conseils pratiques à mettre en œuvre pour connaître du succès. La participation aux événements est gratuite et ceux-ci ont lieu dans six villes partout au Canada, soit à Vancouver, à Calgary, à Winnipeg, à Ottawa, à Montréal et à Toronto. Des chefs de petites entreprises canadiennes bien connus participent à ces événements à titre de conférenciers, profitant ainsi de l'occasion pour offrir des conseils et faire part de leurs expériences aux propriétaires de petites entreprises.

En 2016, nous continuerons de faire en sorte d'offrir aux petites entreprises de partout au pays, les outils, la technologie et l'expertise nécessaires afin de les aider à prospérer. Nous procéderons ainsi au déploiement de 72 centres pour petites entreprises dans des magasins partout au pays. La mise en place de ces centres nous permettra de communiquer avec nos clients et de les soutenir de façon plus directe. Par ailleurs, nous avons également lancé le service Internet gigabit en Ontario afin que les petites entreprises puissent devenir plus efficaces et plus productives en profitant de vitesses plus rapides pour le transfert et le téléchargement de fichiers ainsi que la gestion de multiples applications et systèmes simultanément et de façon sécurisée.

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

Principes de la direction

Nous nous assurerons d'avoir en place un processus d'approvisionnement solide et rigoureux et que nos fournisseurs se conforment à notre Code de déontologie des entrepreneurs ainsi qu'au Code de déontologie de Rogers. Ces derniers présentent les comportements en matière d'éthique, de société, d'emploi, de santé et de sécurité ainsi que d'environnement auxquels nous nous attendons de la part de nos fournisseurs.

La supervision du processus de sélection des fournisseurs est assurée par notre premier vice-président, Approvisionnement et gestion des fournisseurs.

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Total - fournisseurs	15 015	15 623	16 479	17 481
Pourcentage des processus d'offre concurrente où le fournisseur a accepté notre Code de déontologie des entrepreneurs et les lignes directrices de notre Code de déontologie	100 %	100 %	100 %	100 %
Pourcentage de nos 200 plus importants fournisseurs qui sont canadiens ou qui mènent des activités importantes au Canada ¹	67 %	S.O.	S.O.	S.O.

¹ Indicateur ajouté en 2015.

Gestion de l'approvisionnement et de la chaîne d'approvisionnement

Nous travaillons avec 15 015 fournisseurs au Canada et à l'étranger. Nous ne disposons pas d'une politique particulière quant au fait d'acheter uniquement auprès de fournisseurs canadiens, puisqu'un grand nombre de produits que nous vendons ne sont offerts que par des entreprises internationales. Toutefois, de nos 200 principaux fournisseurs, 67 % sont des entreprises canadiennes ou des entreprises menant des activités importantes au Canada.

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	<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• Équipement de diffusion• Papier aux fins de publication de magazines grand public/d'affaires
Pour nos activités à l'échelle de l'entreprise, internes et d'entreprise	<ul style="list-style-type: none">• Services de marketing• Services de ressources humaines et d'administration des avantages sociaux• Services professionnels

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 propositions;
- soumission, meilleure offre et offre finale;
- enchère inversée;
- demande de renseignements, que nous utilisons dans certains cas pour mieux choisir 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 entrepreneurs](#) et aux lignes directrices du Code de déontologie de Rogers.

Approvisionnement éthique

Notre Code de déontologie des entrepreneurs définit la politique et les normes que nos fournisseurs doivent respecter selon nos attentes. Ce Code comprend les dispositions relatives aux normes en matière d'emploi, de société, de santé et de sécurité, de systèmes de gestion et d'éthique. Tous nos fournisseurs doivent se conformer au Code de déontologie. Si nous remarquons qu'un de nos fournisseurs a fait preuve d'un comportement constituant une violation à ce code, nous lui remettons un avis lui demandant de prendre des mesures correctives. Si aucune mesure corrective n'est prise, il est possible que nous mettions un terme à notre entente avec lui.

En 2015, nous avons mené un sondage relatif aux pratiques d'approvisionnement éthique auprès de nos 200 plus importants fournisseurs, lesquels comptaient pour environ 60 % de nos dépenses dans ce secteur. Notre sondage en matière de pratiques d'approvisionnement éthique constitue un élément de nos modèles de demande d'information et de soumission concurrentielle habituels, dans notre logiciel de solutions d'approvisionnement. Il est obligatoire d'y répondre et celui-ci fait partie intégrante de la liste d'évaluation des fournisseurs. L'année dernière, nous avons connu 137 activités d'approvisionnement; le sondage relatif aux pratiques d'approvisionnement éthique a été mené pour chacune d'elle.

Le sondage comprend des questions portant sur cinq éléments clés : emploi, société, santé et sécurité, environnement, éthique et lutte contre la corruption. Sur nos 200 fournisseurs d'importance, 104 ont répondu au questionnaire, en plus de tous les fournisseurs potentiels dans le cadre de notre processus de demande d'information de 2015. Ce sondage ne nous a permis de déceler aucun signe que notre chaîne d'approvisionnement ne respectait pas les principes en matière de responsabilité sociale et nos valeurs.

Les minéraux provenant de zones de conflit sont une source de préoccupation chez les parties prenantes depuis quelques années. Notre Code de déontologie des entrepreneurs 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. Tous nos fournisseurs d'appareils disposent de politiques ou de déclarations publiques au sujet des minéraux provenant de zones de conflit ou ont présenté des rapports à la U.S. Securities and Exchange Commission (SEC), conformément à la Frank-Dodd Act. 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.

Joint Audit Cooperation

Au début de 2016, nous nous sommes joints au Joint Audit Cooperation (JAC), un groupe d'entreprises de télécommunication à l'échelle mondiale qui font affaire avec les mêmes fournisseurs et souhaitent s'assurer que ces derniers adoptent les principes de durabilité dans le cadre de leurs activités. JAC souhaite sensibiliser une même base de fournisseurs à l'importance des principes en matière de responsabilité sociale et s'assurer que ces derniers se conforment aux normes en matière de chaîne d'approvisionnement et de durabilité reconnues à l'échelle mondiale, de même qu'aux normes en ce qui a trait à la chaîne d'approvisionnement pour l'équipement TIC, aux droits de la personne, au droit social, à l'emploi et à l'environnement.

Chaque membre est chargé de procéder à la vérification d'un groupe de fournisseurs en particulier. Les critères utilisés pour vérifier les activités des fournisseurs reposent sur les lignes directrices établies par le JAC, qu'il est possible de consulter en ligne. Les renseignements recueillis sont partagés entre les membres de JAC, et chacun d'eux évalue alors les résultats, puis élabore et met en œuvre des mesures correctives et des programmes d'améliorations continus, au besoin, avec des fournisseurs et sous-traitants de fournisseurs. JAC cherche également à établir des relations à long terme reposant sur la coopération avec les fournisseurs afin de réduire les risques à cet égard et de veiller à l'adoption de comportements éthiques et durables dans l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement des technologies. Rogers est la première entreprise canadienne à se joindre à JAC; nous commencerons nos premières vérifications en 2016.

Politique publique

Pourquoi il s'agit d'une question importante

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

Principes de la direction

Nous participons activement aux discussions sur la politique publique relatives à notre exploitation et faisons preuve de transparence à propos de nos positions et de nos activités. Notre équipe des Affaires d'entreprise et notre chef de la direction des Affaires d'entreprise gèrent nos activités de lobbying et nos interactions avec les décideurs, le gouvernement et les organismes de réglementation. Nous sommes engagés de façon très active auprès des gouvernements et des organismes de réglementation fédéraux, par l'entremise des équipes des Affaires d'entreprise, à Ottawa et à Toronto. La majorité de nos interactions se déroulent avec deux groupes qui réglementent nos activités : i) le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) en vertu de la Loi sur la radiodiffusion et la Loi sur les télécommunications; et ii) Innovation, Sciences et Développement économique Canada.

Les lignes directrices du Code de déontologie de Rogers régissent toutes les interactions avec les élus et les employés gouvernementaux. Elles définissent les activités de lobbying appropriées et interdisent d'offrir des cadeaux, de l'argent, des biens, des divertissements, des faveurs ou des pots-de-vin à tout fonctionnaire. À l'occasion, Rogers fait des contributions aux partis politiques du Canada. Elles respectent toutes les lois applicables et les lignes directrices du Code de déontologie de Rogers et doivent être approuvées par notre vice-président, Relations gouvernementales, conformément à notre politique en matière de dons.

La gestion de nos activités de lobbying ainsi que de nos contributions aux politiques publiques est assurée par notre chef de la direction des Affaires d'entreprise, qui relève directement de notre chef de la direction.

21,4

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

Nos tendances en matière de rendement	2015	2014	2013	2012
Contributions à des partis politiques	129 580 \$ [⚡]	142 350 \$	s.o. ¹	s.o. ¹
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)	21,4 \$	28,4 \$	27,6 \$	25,8 \$

¹ L'indicateur a été divulgué pour la première fois en 2014.

[⚡] Validé de façon indépendante en 2015.

En 2015, Rogers a versé 129 580 \$ 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. Toutes nos activités de lobbying auprès du gouvernement fédéral sont déclarées au Commissariat au lobbying du Canada. La section Réglementation de notre secteur de notre Rapport annuel 2015 contient un exposé complet au sujet des réglementations gouvernementales et des changements de réglementation qui ont touché Rogers l'an dernier.

En 2015, nous avons défini l'objectif et la vision de notre entreprise : offrir un brillant avenir numérique aux Canadiens. Les Canadiens veulent des connexions simples et sécurisées aux choses qui leur tiennent le plus à cœur au travail, à la maison et au sein de leur collectivité. Ils comparent tous les produits et services numériques aux meilleurs dans le monde, quel que soit leur lieu d'origine. Ils s'attendent à profiter d'un bon rapport qualité-prix et pensent que tout le monde devrait profiter des avantages qu'offre Internet. En outre, ils s'attendent à ce que des entreprises aussi importantes que la nôtre continuent d'investir de manière à ce que leurs réseaux offrent une vitesse et une fiabilité de calibre mondial. Ils comptent également sur le fait que toutes les entreprises qui ont des activités commerciales au Canada se conforment aux règles canadiennes en vigueur.

Cette vision consiste à donner la priorité aux Canadiens et nous concentrons nos efforts en matière de politique et de positionnement afin de soutenir cet objectif. Par ailleurs, nous appuyons la position du gouvernement canadien de s'appuyer sur les forces du marché, une stratégie qui favorise l'innovation et l'amélioration du service. Nous sommes également conscients de l'évolution du domaine de la télévision et des habitudes télévisuelles des clients. En outre, nous préconisons l'imposition de règles équitables afin de veiller à ce que les Canadiens profitent du meilleur choix de contenu.

Soutenir le contenu canadien

Nous appuyons la création de programmation et de contenu canadiens et l'investissement dans ce secteur. Nous soutenons ce secteur d'activité grâce à l'appui du Fonds des médias du Canada et par l'entremise du [Groupe de Fonds Rogers](#), qui comprend le Téléfonds Rogers, le Rogers Cable Network Fund et le Fonds de financement Rogers pour le cinéma documentaire.

En 2015, le groupe de Fonds Rogers a soutenu 86 productions en anglais et en français, investissant environ 21,4 millions de dollars, une baisse par rapport aux 28,4 millions de dollars de l'année précédente. Ce financement a aidé les producteurs à créer du nouveau contenu canadien original pour le cinéma et la télévision.

En outre, nous avons commandité des festivals du film et de la télévision comme le Vancouver International Film Festival, le Banff Festival et Hot Docs. Nous continuons également à commanditer le Prix Rogers du meilleur film canadien, le prix en argent le plus élevé au pays, et en 2015, le réalisateur Dennis Villeneuve a remporté le prix de 100 000 dollars pour son film *Enemy*.

493 +

million de dollars 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

Pour en savoir davantage sur nos normes de responsabilité sociale d'entreprise : rogers.com/rse

Communiquez avec nous à l'aide des médias sociaux



Facebook



Twitter



FilRouge

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

Design : Flywheel Strategic

© 2016 Rogers Communications Inc.