

Présentation aux investisseurs, aux analystes financiers et aux médias NBAA 2009

20 octobre 2009



Guy C. Hachey - Président et chef de l'exploitation, Bombardier Aéronautique
Steve Ridolfi - Président, Bombardier Avions d'affaires
James Hoblyn - Président, Services à la clientèle et avions spécialisés et amphibies

Énoncés prospectifs

Cette présentation contient des énoncés prospectifs. Les énoncés prospectifs se reconnaissent habituellement à l'emploi de termes comme « pouvoir », « prévoir », « avoir l'intention de », « estimer », « planifier », « entrevoir », « croire », « continuer », la forme négative de ces termes ou de leurs variations, ou une terminologie semblable. De par leur nature, les énoncés prospectifs exigent que Bombardier Inc. (la « Société ») formule des hypothèses et sont assujettis à d'importants risques et incertitudes, connus et inconnus, de sorte que les résultats réels des périodes futures de la Société pourraient différer de façon importante des résultats prévus. Bien que la Société juge ses hypothèses raisonnables et appropriées selon l'information à sa disposition, il existe un risque qu'elles ne soient pas exactes. Pour en savoir davantage sur les hypothèses sous-jacentes aux énoncés prospectifs formulés dans la présentation qui suit, il convient de se reporter aux sections sur le secteur aéronautique de la Société (« Aéronautique ») et sur le secteur transport de la Société (« Transport ») du Rapport de gestion de l'exercice 2009.

Parmi les facteurs qui pourraient faire en sorte que les résultats réels diffèrent de manière importante des résultats prévus dans les énoncés prospectifs, notons les risques liés à la conjoncture économique, au contexte commercial de la Société (la situation financière de l'industrie aérienne, les politiques et priorités gouvernementales et la concurrence d'autres entreprises), à l'exploitation (la réglementation et la dépendance à l'égard du personnel clé, les partenaires commerciaux, le développement de nouveaux produits et services, les pertes découlant de garanties et de sinistres, les aspects juridiques découlant de poursuites, la dépendance à l'égard de certains clients clés et fournisseurs clés, les engagements à modalités fixes, les ressources humaines et l'environnement), au financement (la dépendance à l'égard de l'aide gouvernementale, le financement en faveur de certains clients, la situation de trésorerie et l'accès aux marchés financiers, les modalités de certaines clauses restrictives de conventions d'emprunt et le marché - y compris les risques de change, de taux d'intérêt et de prix des produits de base) – se reporter à la section Risques et incertitudes du Rapport de gestion de l'exercice 2009. Le lecteur est prévenu que la présente liste de facteurs pouvant influencer sur la croissance, les résultats et le rendement futurs n'est pas exhaustive et qu'il ne faudrait pas s'y fier indûment. Les énoncés prospectifs décrits aux présentes reflètent les attentes de la Société à la date du Rapport de gestion de l'exercice 2009 et pourraient subir des modifications après cette date. À moins qu'elle n'y soit tenue selon les lois sur les valeurs mobilières applicables, la Société nie expressément toute intention ou obligation de mettre à jour ou de réviser tout énoncé prospectif, que ce soit à la lumière de nouveaux renseignements, d'événements futurs ou autrement.

Sommaire exécutif

Bombardier Aéronautique *(Guy C. Hachey)*

- La récession mondiale se répercute sur nos commandes et sur le rapport entre la valeur au livre et la valeur au marché
- Le carnet de commandes nous protège contre les annulations et les reports de commandes à court terme
- La stratégie d'entreprise de Bombardier Aéronautique oriente nos actions
- Il faut continuer d'investir dans l'avenir

Bombardier Avions d'affaires *(Steve Ridolfi)*

- Les bases demeurent solides à long terme et les perspectives d'expansion vers de nouveaux segments et régions semblent positives à long terme
- On met l'accent sur l'importance de continuer d'offrir de nouveaux produits novateurs pour demeurer le chef de file

Services à la clientèle de Bombardier *(James Hoblyn)*

- Continuer de consolider les services et le soutien
- Établir des capacités de service et de soutien d'envergure internationale
- Concevoir des solutions de gestion de flottes innovatrices

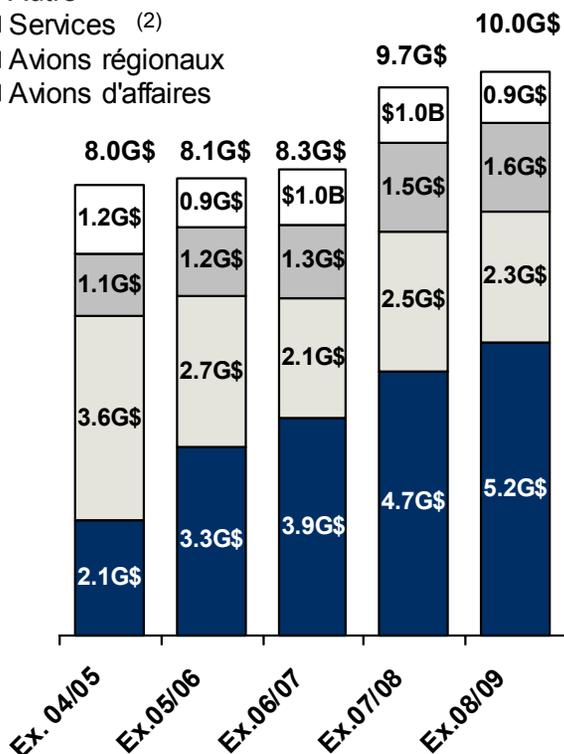
Bombardier Aéronautique a amélioré son rendement au cours des dernières années

RÉSULTATS FINANCIERS DE BOMBARDIER AÉRONAUTIQUE

REVENUS

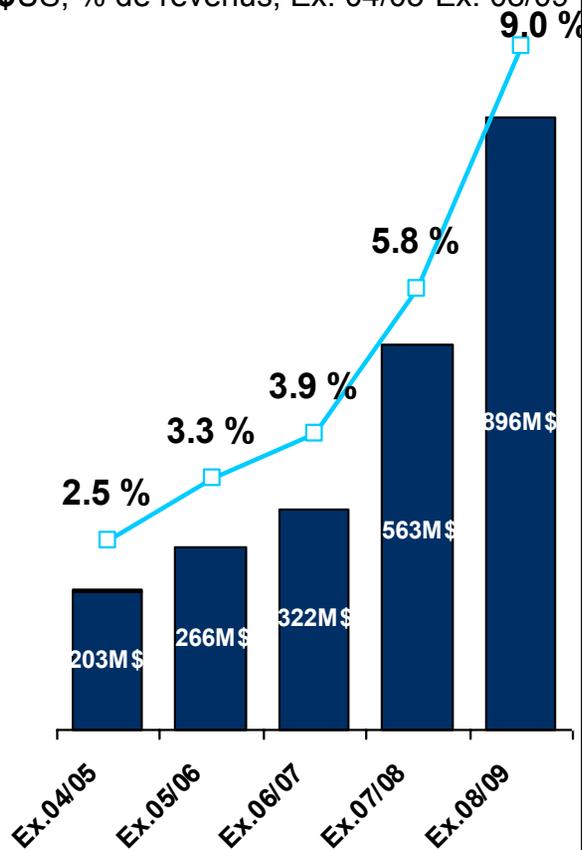
\$US, Ex.04/05-Ex.08/09

- Autre (1)
- Services (2)
- Avions régionaux
- Avions d'affaires



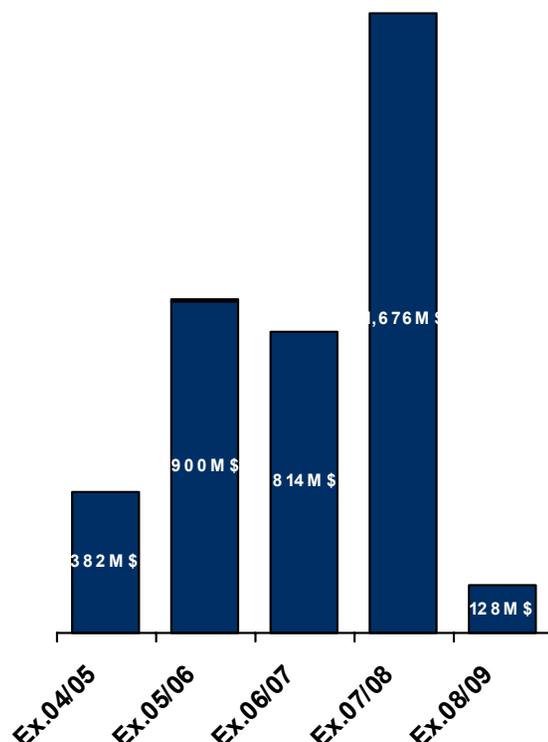
BAIL

\$US, % de revenus, Ex. 04/05-Ex. 08/09



FLUX DE TRÉSORERIE DISPONIBLE

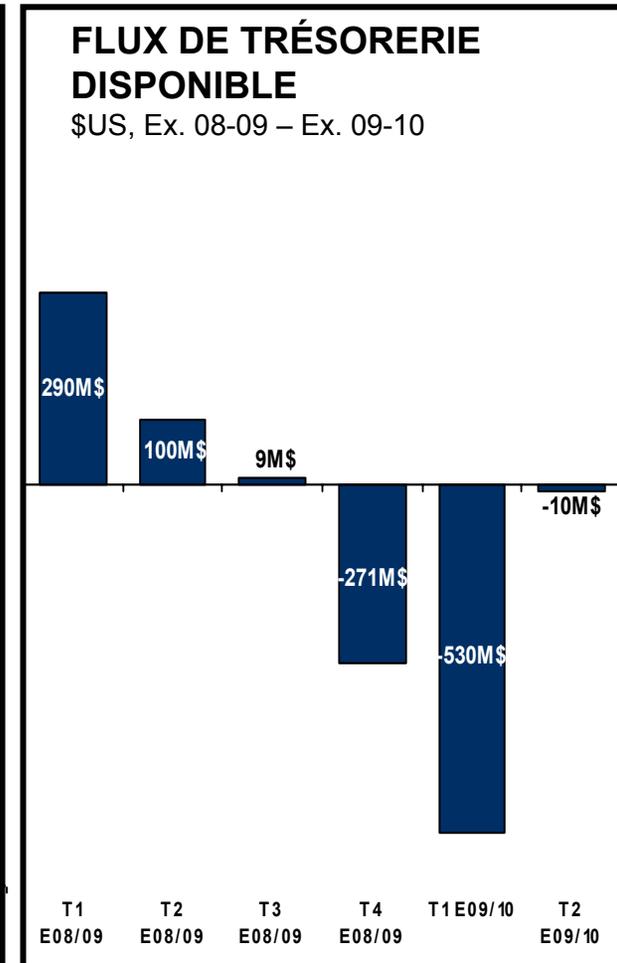
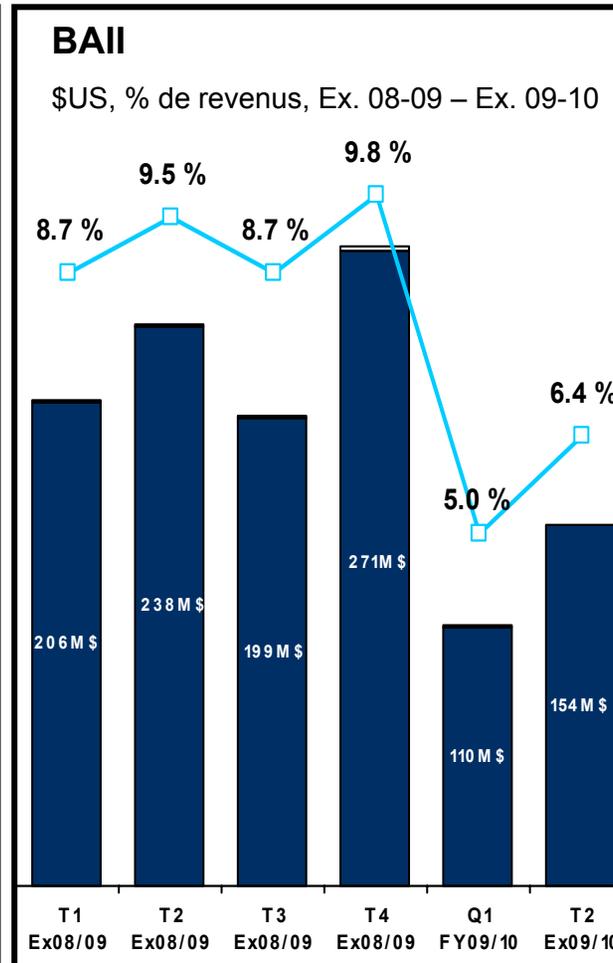
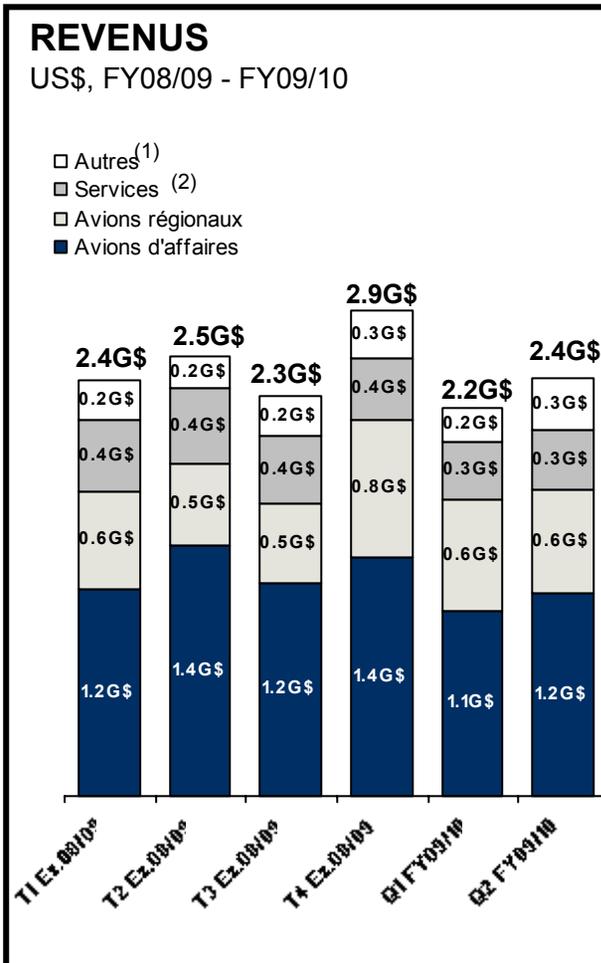
\$US, Ex.04/05-Ex. 08/09



(1) « Autres » comprend principalement les autres secteurs de fabrication (p. ex. avions amphibies, sous-traitance) et les ventes d'avions d'occasion.
 (2) « Services » comprend les revenus générés par les services (autres que la fabrication) et les revenus des services Flexjet.

Toutefois, les derniers trimestres reflétaient le contexte économique difficile

RÉSULTATS FINANCIERS DE BOMBARDIER AÉRONAUTIQUE



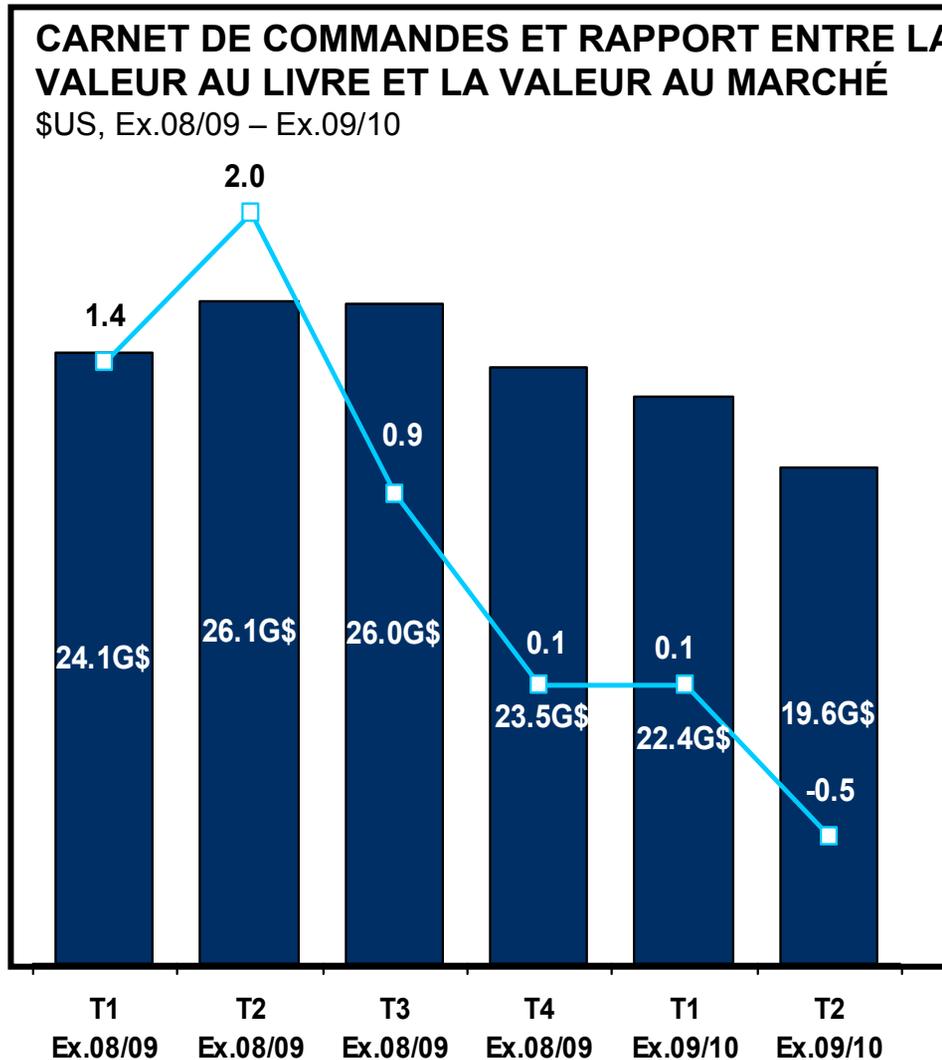
(1) « Autres » comprend principalement les autres secteurs de fabrication (p. ex. avions amphibies, sous-traitance) et les ventes d'avions d'occasion.

(2) « Services » comprend les revenus générés par les services (autres que la fabrication) et les revenus des services Flexjet.

Source : Rapports annuels de Bombardier

BOMBARDIER

Notre carnet de commandes reste solide mais notre rapport entre la valeur au livre et la valeur au marché est affecté par le nombre d'annulations et de reports plus élevé que la normale



Les perspectives économiques générales se sont améliorées au cours des derniers six mois

Facteurs	Tendance	Justification
Économie américaine		L'économie américaine continue de subir un repli prolongé mais on constate des signes de reprise.
Économie mondiale		L'économie mondiale est affectée par la réduction du commerce mondial, mais certaines personnes croient que c'est la Chine qui mènera la reprise.
Carnet de commandes de l'industrie		Le rapport entre la valeur au livre et la valeur au marché a chuté sous la barre du un et les commandes nettes de l'industrie sont négatives, sans compter le nombre élevé d'annulations. Le carnet de commandes de l'industrie est plus risqué en raison de l'exposition élevée au nombreuses annulations de contrats d'avions.
Santé des clients		On prévoit encore de faibles bénéfices pour les entreprises et d'énormes pertes dans l'industrie du transport aérien (l'IATA prévoit des pertes de 11G\$ en date de septembre 2009.) Les livraisons à l'aviation d'affaires entre le 1 ^{er} janvier et le 30 juin cette année ont chuté de 36 % - soit 291 unités, comparativement à 453 unités enregistrées pour la même période en 2008 (GAMA – Tous les segments dans lesquels Bombardier livre concurrence).
Financement des avions		Le financement continue de poser un problème car les banques et les agences de crédit scrutent à la loupe la viabilité des compagnies aériennes. Les conditions de financement se sont légèrement relâchées mais les acheteurs d'avions sont toujours aux prises avec des possibilités d'emprunt réduites.
Avions d'occasion		Le nombre d'avions d'occasion sur le marché des avions d'affaires reste élevé bien qu'il semble se stabiliser; toutefois les prix à la baisse continuent d'exercer une pression sur les transactions d'appareils nouveaux et existants.
Risque de la chaîne d'approvisionnement		Aucune interruption importante des fournisseurs à ce jour; l'affaiblissement de la demande de l'industrie et les annulations de programme pourraient accroître les risques de faillite.
Voyages d'affaires		La publicité négative des médias sur l'aviation d'affaires se poursuit, mais à un degré moindre; les restriction budgétaires imposées aux voyages d'affaires influent sur la santé financière des compagnies aériennes.
Utilisation de la flotte de Bombardier Aéronautique ¹		La réduction annuelle de l'utilisation de la flotte des avions d'affaires et des avions commerciaux s'est chiffrée à -15 % (août) et à -5 % (juillet) respectivement.

Tendence favorable pour les catégories de marché où Bombardier Aéronautique livre concurrence.

Tendence défavorable dans les catégories de marché où Bombardier Aéronautique livre concurrence.

Tendence neutre dans les catégories de marché où Bombardier Aéronautique livre concurrence.

BOMBARDIER

¹ Source : Base de données FRACAS

Notre but : exécuter notre stratégie d'entreprise

STRATÉGIE D'ENTREPRISE DE BOMBARDIER AÉRONAUTIQUE

*Objectif
et
portée*

Renforcer le leadership à long terme dans nos segments de l'industrie en affichant une croissance des revenus et le meilleur rendement financier auprès de notre bassin de clients les plus fidèles d'ici 2020. Pour ce faire, nous tirerons parti de notre gamme complète d'avions d'affaires ultraperformants, de nos biréacteurs et biturbopropulseurs commerciaux rentables, de nos services aéronautiques de qualité, en plus de :

ALLER DE L'AVANT

OPÉRATIONS

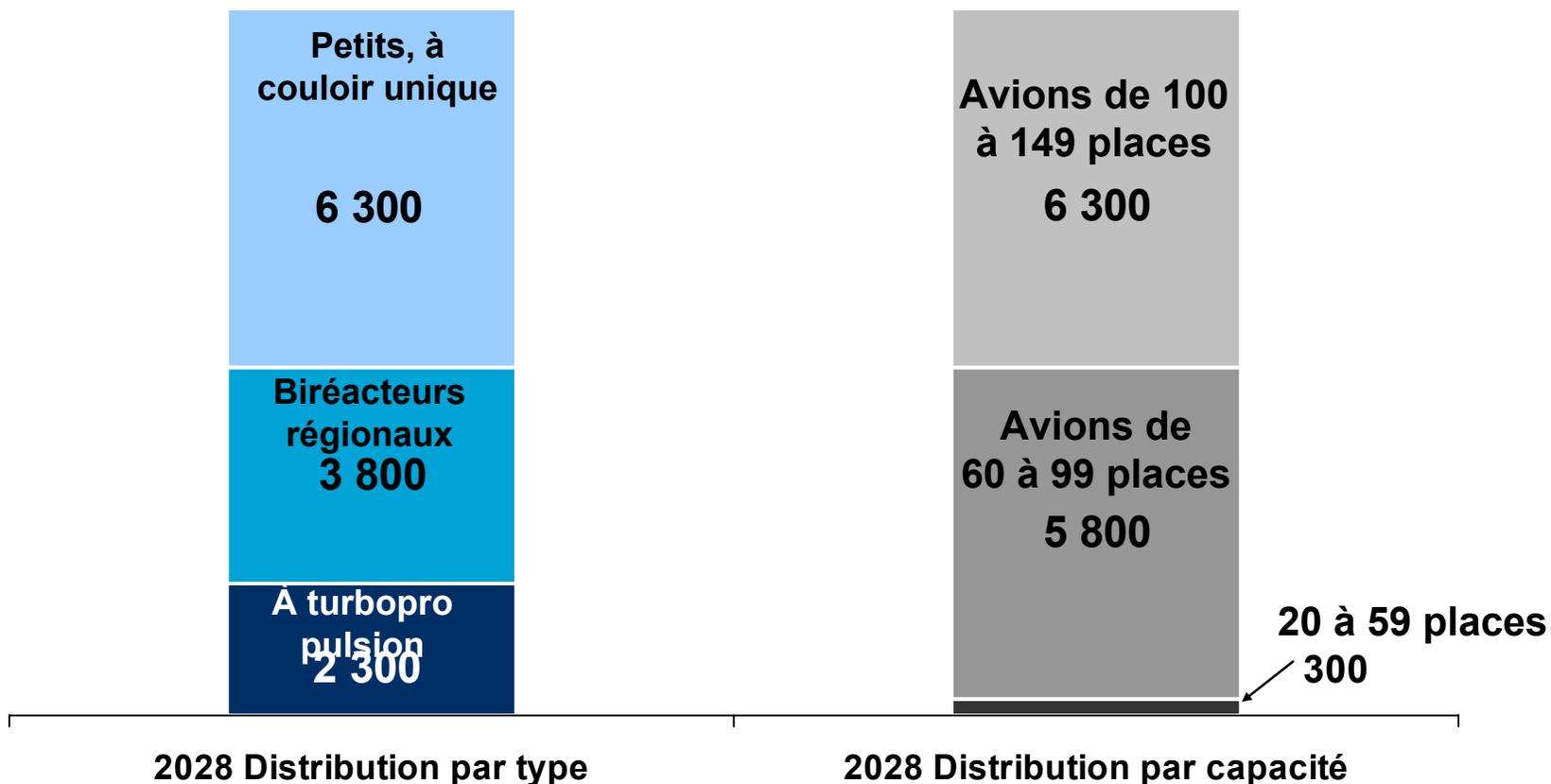
*Leviers
de notre
stratégie*

1	2	3	4	5	6	7
Devenir le n° 1 pour la satisfaction de la clientèle par une plus grande discipline d'exécution	Parfaire notre gestion mondiale des talents	Gérer activement nos risques	Établir des racines locales dans tous les marchés clés	Améliorer notre responsabilité sociale d'entreprise	Concevoir des produits novateurs et soucieux de l'environnement qui répondent aux besoins des clients partout dans le monde	Devenir une entreprise rationalisée par de solides partenariats dans la chaîne d'approvisionnement mondiale

Selon les prévisions de Bombardier sur 20 ans, il y aurait de bonnes occasions d'affaires pour les avions commerciaux

6 Concevoir des produits novateurs et soucieux de l'environnement qui répondent aux besoins des clients partout dans le monde

Demande de livraisons sur 20 ans par type et par catégorie



Le point : le programme CSERIES amorce la prochaine étape de son développement

6 Concevoir des produits novateurs et soucieux de l'environnement qui répondent aux besoins des clients partout dans le monde

Programme de développement de la CSeries



Le point sur la PDC

- Inauguration du centre *d'essais des systèmes d'avions intégrés*
- Terminé : démonstrateur du baril de fuselage en aluminium évolué
- Terminé : banc de démonstration de l'aile en PRFC
- Essais en soufflerie à haute vitesse et en effet de sol conformes au calendrier, avec 35 % des essais réalisés
- Revue finale de la conception préliminaire conforme au calendrier, avec 25 % des travaux exécutés

PDCC : Phase de définition de conception conjointe
PDC : Phase de définition conjointe
PCD : Phase de conception détaillée

PLDP : Phase de lancement de la définition du produit
MES : Mise en service
PRFC : Polymère renforcé de fibre de carbone

BOMBARDIER

C SERIES • Les partenaires et fournisseurs

6 Concevoir des produits novateurs et respectueux de l'environnement qui répondent aux besoins des clients partout dans le monde



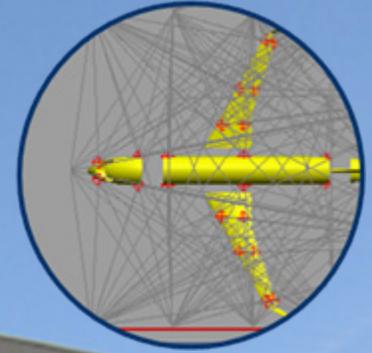
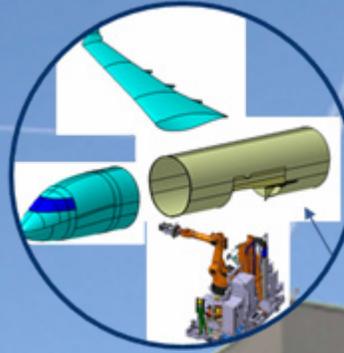
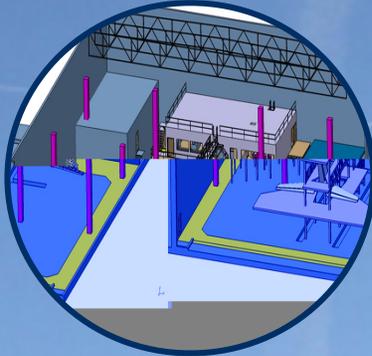
98 %
Liste du matériel
garantie

PurePower™ PW1500G engine est une marque de commerce de United Technologies Corp. – Pratt & Whitney ou de ses filiales..

BOMBARDIER

C SERIES • La nouvelle usine d'assemblage ultramoderne de Mirabel se prépare en vue de la livraison en 2013

6 Concevoir des produits novateurs et soucieux de l'environnement qui répondent aux besoins des clients partout dans le monde



BOMBARDIER

Sommaire

Bombardier Aéronautique *(Guy C. Hachey)*

- La récession mondiale se répercute sur nos commandes et sur le rapport entre la valeur au livre et la valeur au marché
- Le carnet de commandes nous protège contre les annulations et les reports de commandes à court terme
- La stratégie d'entreprise de Bombardier Aéronautique oriente nos actions
- Il faut continuer d'investir dans l'avenir

Bombardier Avions d'affaires *(Steve Ridolfi)*

- Les bases demeurent solides à long terme et les perspectives d'expansion vers de nouveaux segments et régions semblent positives à long terme
- On met l'accent sur l'importance de continuer d'offrir de nouveaux produits novateurs pour demeurer le chef de file

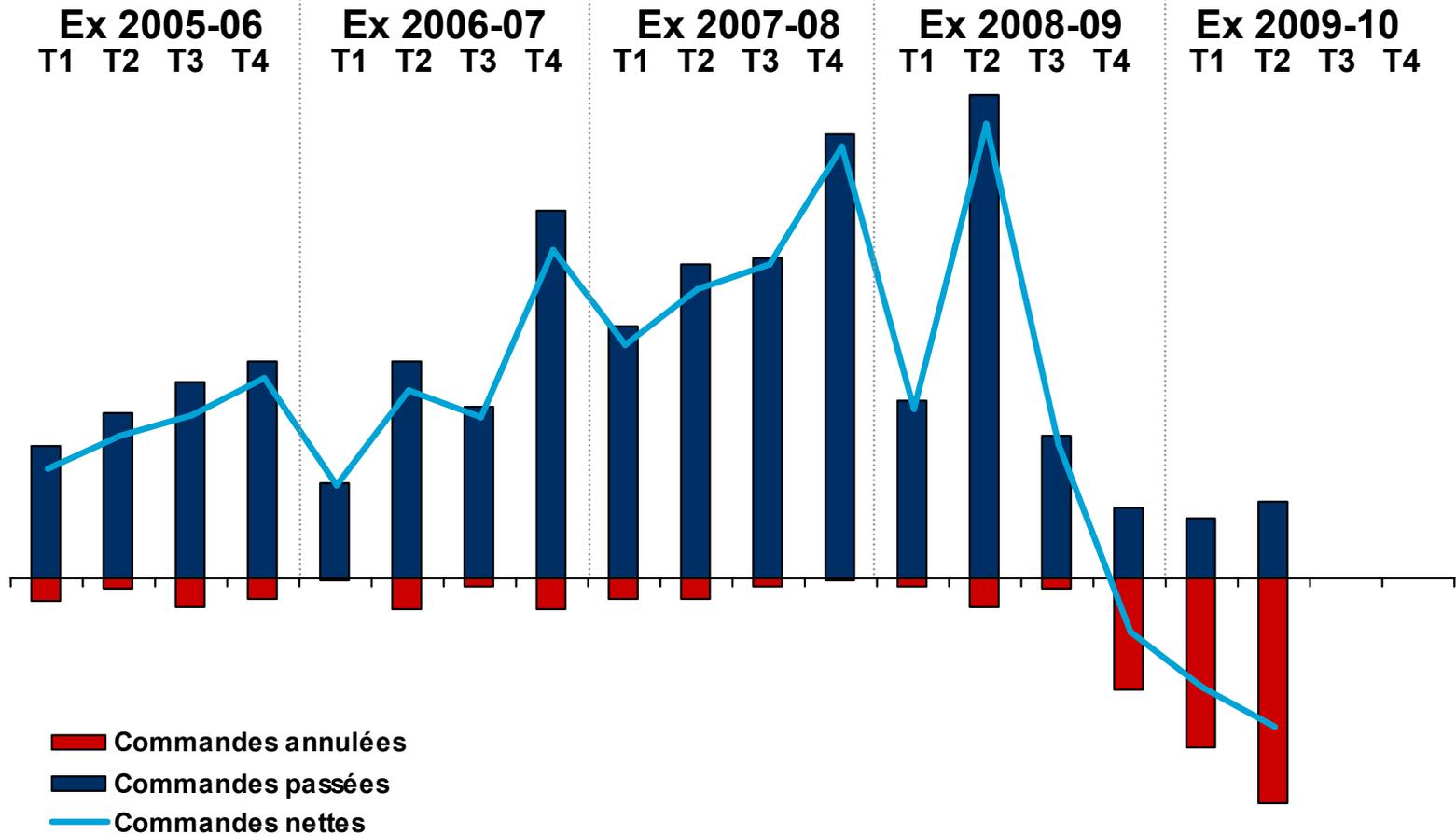
Services à la clientèle de Bombardier *(James Hoblyn)*

- Continuer de consolider les services et le soutien
- Établir des capacités de service et de soutien d'envergure internationale
- Concevoir des solutions de gestion de flottes innovatrices

Les trois derniers trimestres ont affiché d'importantes annulations et une prise de commandes négative

ANALYSE DES COMMANDES BRUTES / NETTES

Unités, T1 Ex06-T2 Ex10

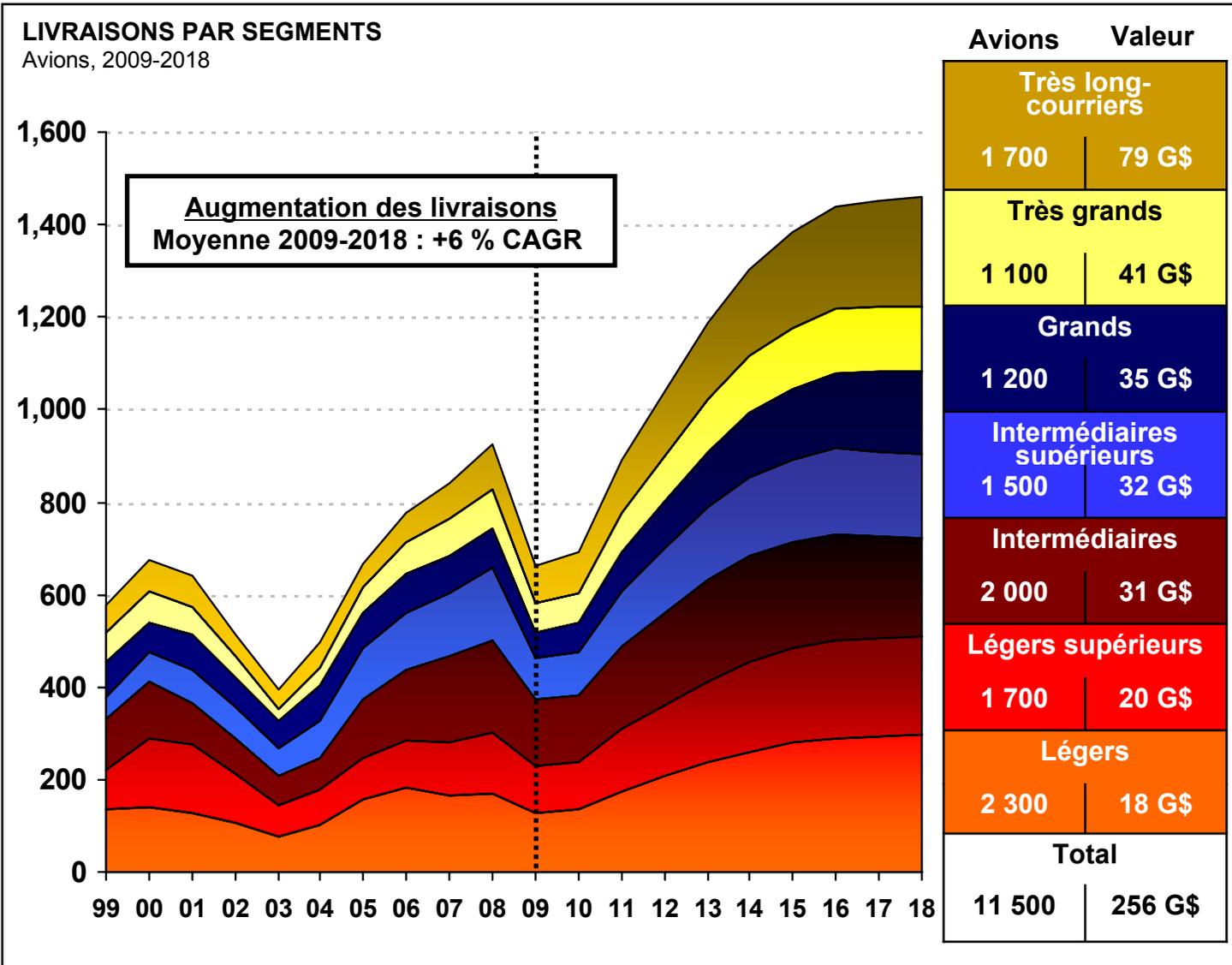


Les bases des avions d'affaires demeureront solides à long terme

Perspectives sur 10 ans		
Facteurs	Description	Perspectives
Mondialisation du marché	Avec l'élimination progressive des barrières commerciales et l'augmentation de la mobilité dans le monde, le milieu des affaires cherche des moyens de transport souples, comme les biréacteurs d'affaires, pour se déplacer entre les centres de travail.	↑
Marchés émergents	Les pays émergents offrent un potentiel de croissance important avec le développement du commerce international. Une fois leur infrastructure en place, les pays comme l'Inde et la Chine devraient stimuler un nouvel ordre de croissance.	↑
Demande d'appareils neufs	Il y a plus de 13 000 biréacteurs d'affaires ⁽¹⁾ en service dans le monde. Comme plus de 60 % des clients remplacent leurs appareils par de plus gros avions, à intervalle moyen de 6,6 ans, le marché des avions d'affaires devrait rester actif.	↑
Accessibilité	Les solutions non traditionnelles (p. ex. avions de marque nolisés, programmes à la carte ou de multipropriété) offrent aux clients des services taillés sur mesure. Ces solutions personnalisées représentent de nouvelles occasions pour l'aviation d'affaires.	↑

(1) Ne comprend pas les avions très légers et les appareils ACJ et BBJ.

Les livraisons dans l'industrie repartiront en hausse



Bombardier possède la gamme de produits la plus solide de l'industrie

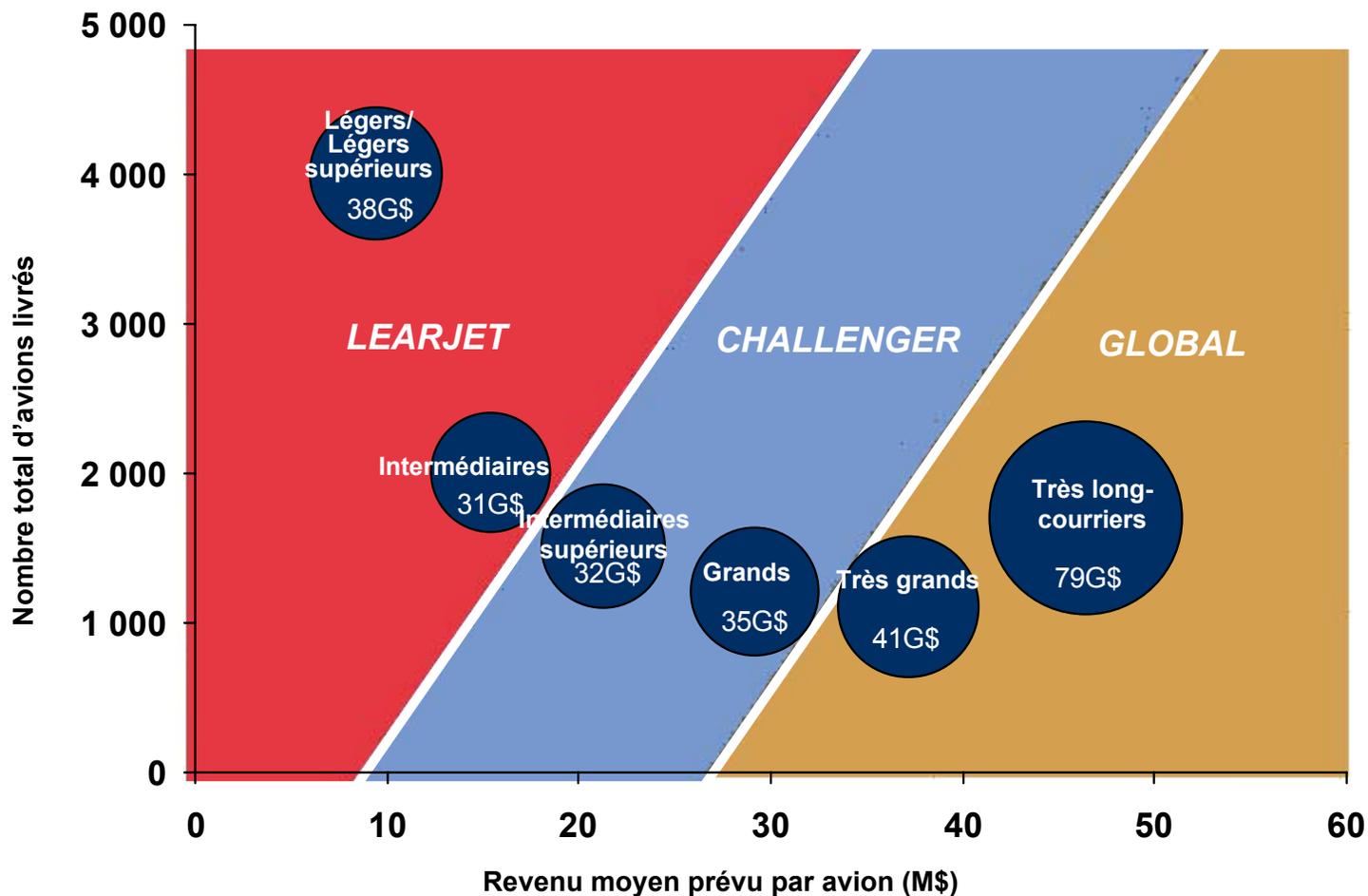


BOMBARDIER

Bombardier est bien placée pour profiter de la croissance future dans tous les grands segments de l'aviation d'affaires

PRÉVISIONS DES AVIONS D'AFFAIRES PAR SEGMENT

Avions livrés, revenu moyen par avion, revenu total du marché (G\$US)



Sources : Analyses de Bombardier. Revenus estimés à partir des listes de prix de Gamma et de B&CA.

Valeur constante en \$ de 2008, années civiles 2009-2018.

Mesures de Bombardier Avions d'affaires pour aller de l'avant

Leviers de notre stratégie

Mesures stratégiques

ALLER DE L'AVANT

1 Devenir n° 1 pour la satisfaction de la clientèle par une plus grande exécution

En bout de ligne, c'est la satisfaction des clients qui démarquera Bombardier de la concurrence

2 Parfaire notre gestion mondiale des talents

Des employés motivés et engagés auront un effet marqué sur le rendement de l'entreprise

3 Gérer activement nos risques

Jumeler la demande et la capacité se traduira par des stocks minimaux et un potentiel de ventes maximal

4 Établir des racines locales dans tous les marchés clés

Le fait de se concentrer sur de nouveaux segments et de nouvelles régions aura un effet positif sur les ventes

5 Améliorer notre responsabilité sociale de société

Diriger la stratégie écologique de l'aviation d'affaires pour assurer une activité commerciale durable à long terme

OPÉRATIONS

6 Concevoir des produits novateurs et soucieux de l'environnement qui répondent aux besoins des clients partout dans le monde

Planifier une gamme de produits solides pour assurer un bon rendement financier et une bonne croissance de la part de marché

7 Devenir une entreprise rationalisée par de solides partenariats dans la chaîne d'approvisionnement mondiale

Développer un avantage concurrentiel au niveau des coûts et de la gestion du fonds de roulement

BOMBARDIER

Les mesures de Bombardier Avions d'affaires pour aller de l'avant

Leviers de notre stratégie

Mesures stratégiques

1 Devenir no 1 pour la satisfaction de la clientèle par une plus grande exécution

En bout de ligne, c'est la satisfaction des clients qui démarquera Bombardier de la concurrence

ALLER DE L'AVANT

2 Raise our game on global talent management

Motivated, engaged employees significantly impact business performance

3 Actively manage risks

Matching demand & capacity ensures minimum inventory and maximum sales potential

4 Establish local roots in all key markets

Focusing on new segments and geographies will positively impact sales performance

5 Enhance our corporate social responsibility

Leading business aviation environmental strategy to ensure sustainable long-term business

OPÉRATIONS

6 Develop innovative, environmentally conscious products that meet customer needs globally

Robust product portfolio plan to ensure solid financial performance & market share growth

7 Evolve into a lean enterprise with strong global supply chain partnerships

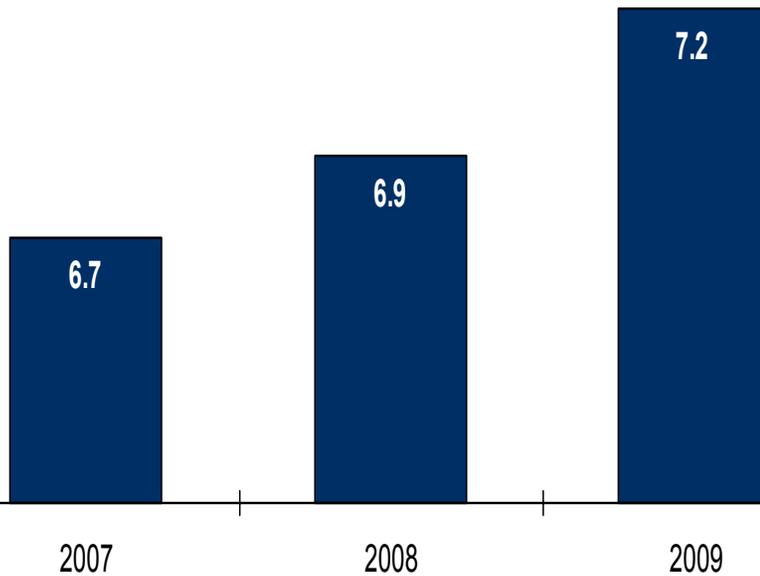
Develop competitive advantage, in costs and working capital management

Augmentation marquée de la satisfaction des clients

AIN (Aviation International News)

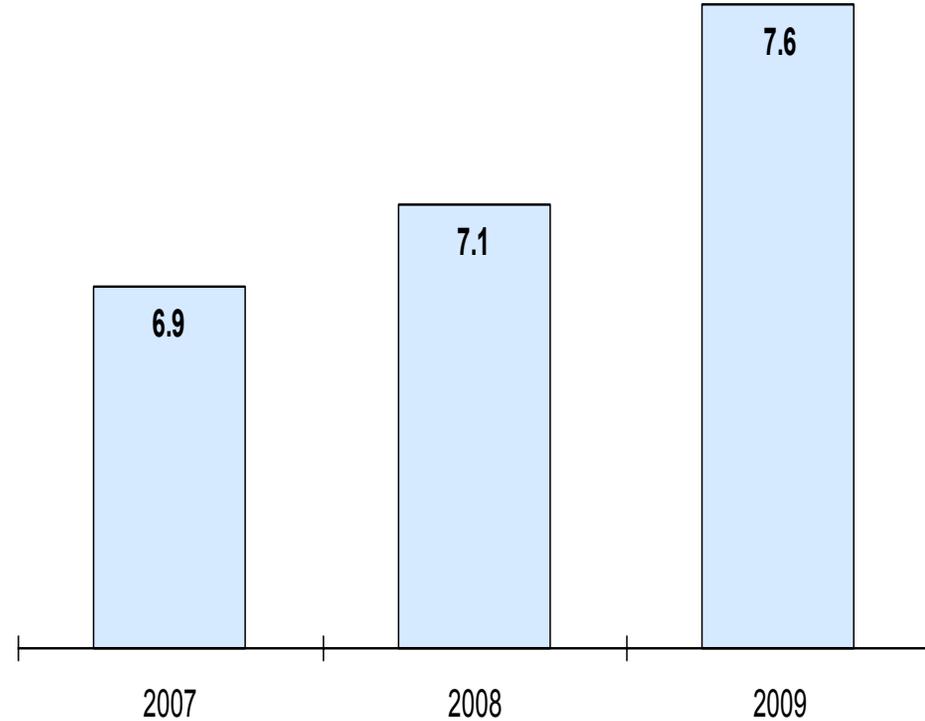
Résultat moyen du sondage mené par Bombardier Avions d'affaires

Analyse interne de BAA basée sur les données d'AIN pour les gammes d'avions *Learjet*, *Challenger* et *Global* de <10 ans



Pilote professionnel

Résultat général du sondage de Bombardier

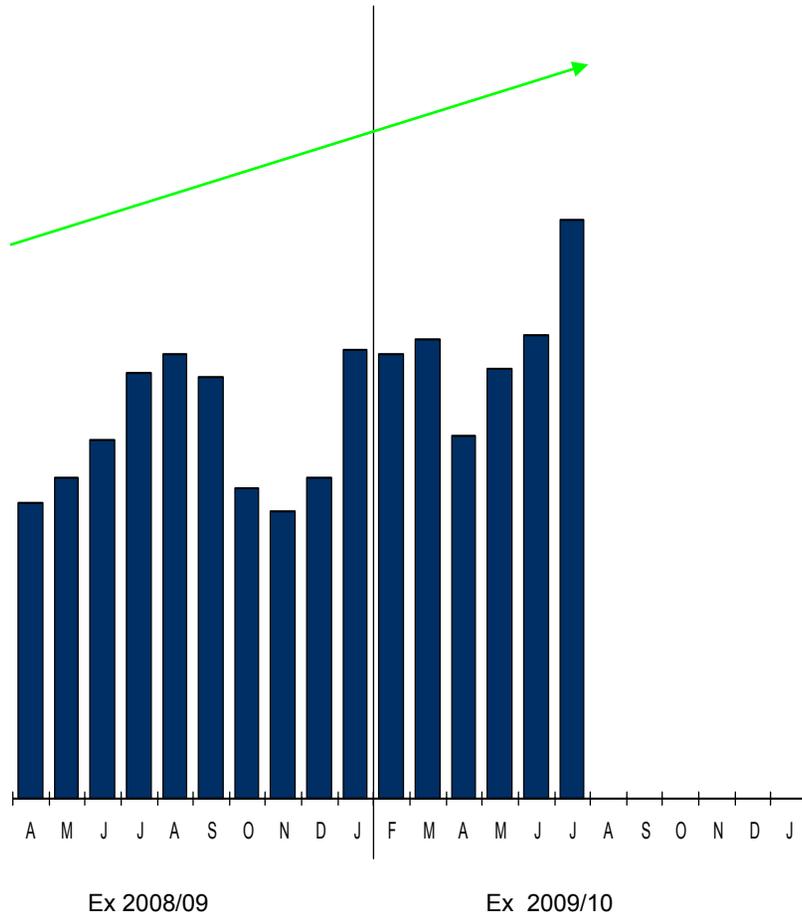


Nous faisons de bons progrès au chapitre de la satisfaction des clients

Améliorer l'exécution est un facteur essentiel pour assurer la satisfaction des clients

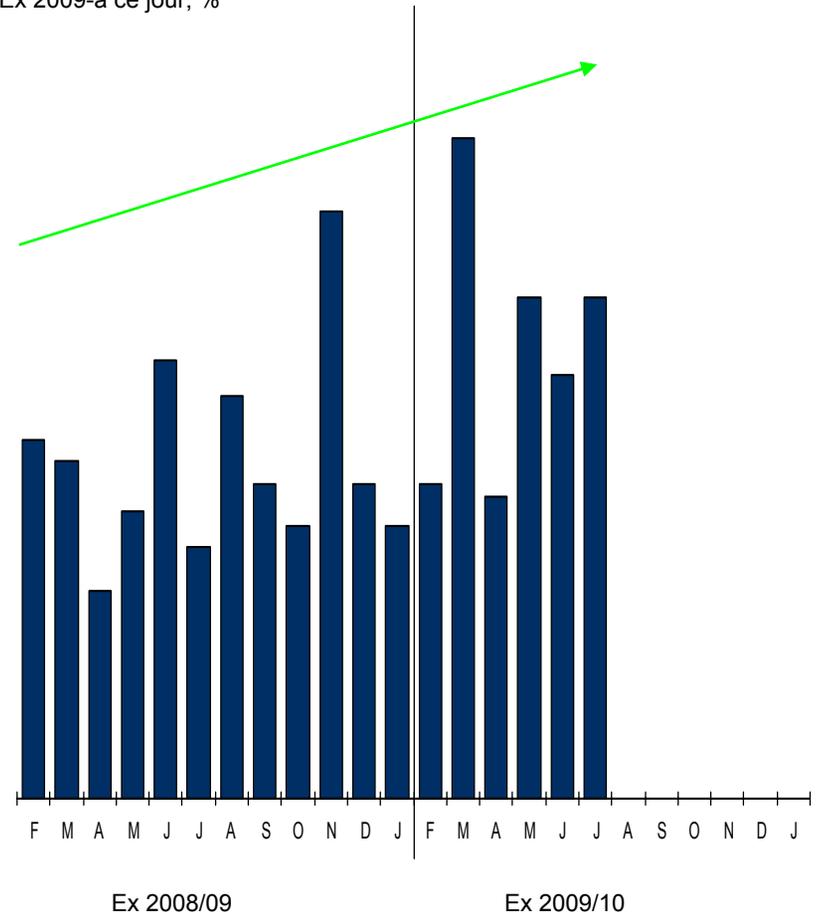
SATISFACTION DES CLIENTS DE BAA

Sondage sur les avions livrés, Ex 2009-à ce jour



RENDEMENT DE BAA POUR LA LIVRAISON À TEMPS

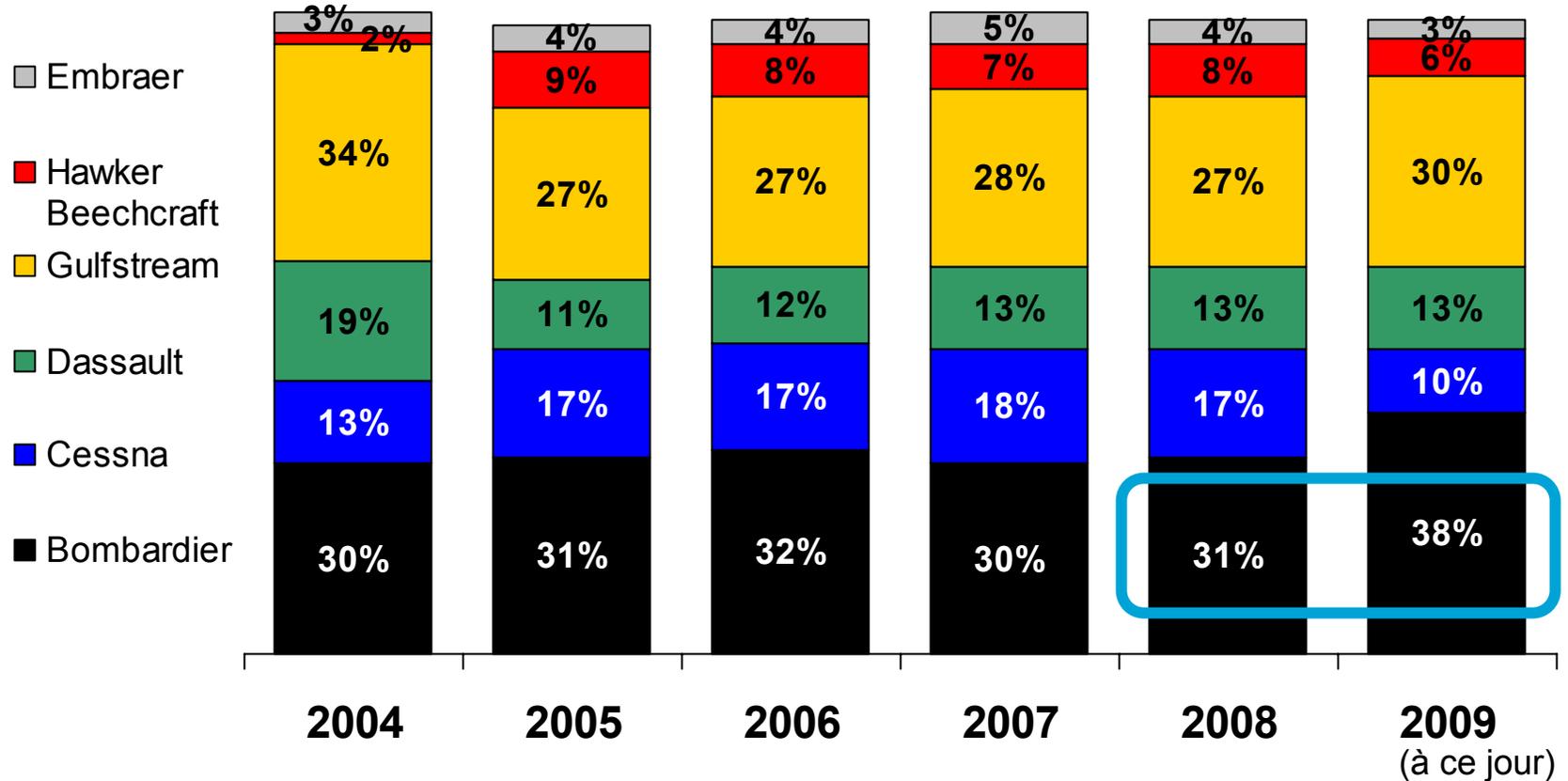
Ex 2009-à ce jour, %



Bombardier a augmenté sa part de marché

REVENU ESTIMÉ DE LA PART DE MARCHÉ

Segments dans lesquels Bombardier livre concurrence, %, année civile



BOMBARDIER

Les mesures de Bombardier Avions d'affaires pour aller de l'avant

Leviers de notre stratégie

Mesures stratégiques

1 Become #1 in customer satisfaction

Ultimately, customer satisfaction will differentiate Bombardier from competitors

2 Parfaire notre gestion mondiale des talents

Des employés motivés et engagés auront un effet marqué sur le rendement de l'entreprise

3 Actively manage risks

Matching demand & capacity ensures minimum inventory and maximum sales potential

4 Establish local roots in all key markets

Focusing on new segments and geographies will positively impact sales performance

5 Enhance our corporate social responsibility

Leading business aviation environmental strategy to ensure sustainable long-term business

6 Develop innovative, environmentally conscious products that meet customer needs globally

Robust product portfolio plan to ensure solid financial performance & market share growth

7 Evolve into a lean enterprise with strong global supply chain partnerships

Develop competitive advantage, in costs and working capital management

ALLER DE L'

OPÉRATIONS

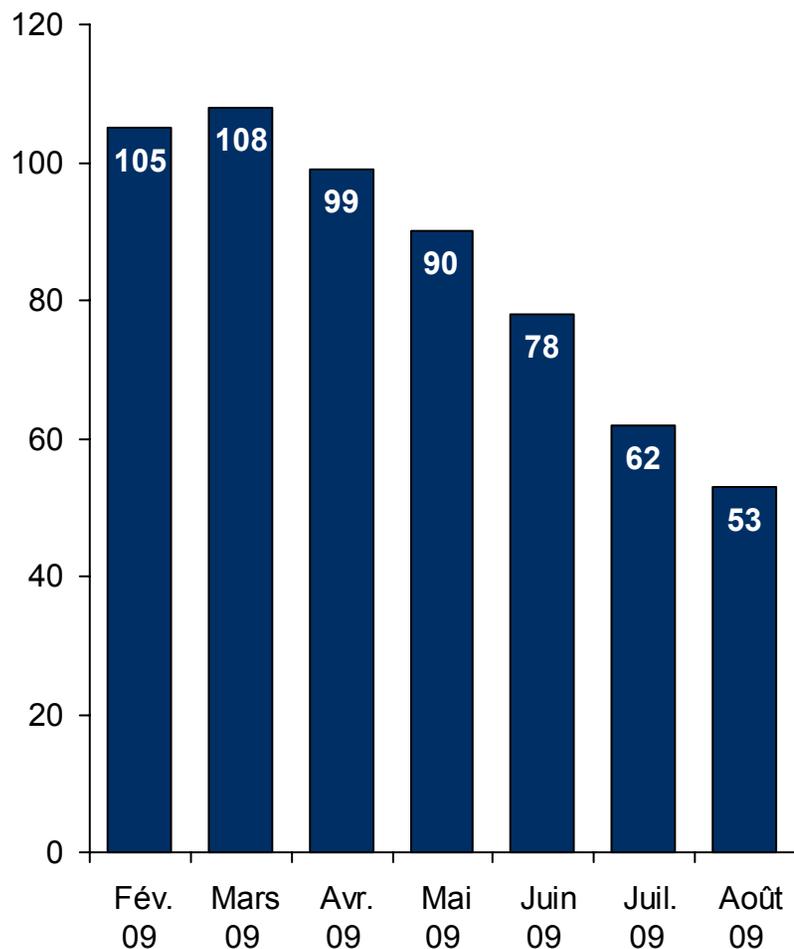
Des employés engagés auront un effet marqué sur le rendement de l'entreprise



Avions d'affaires continue de mettre l'accent sur la santé et la sécurité et cherche à obtenir un rendement de classe mondiale

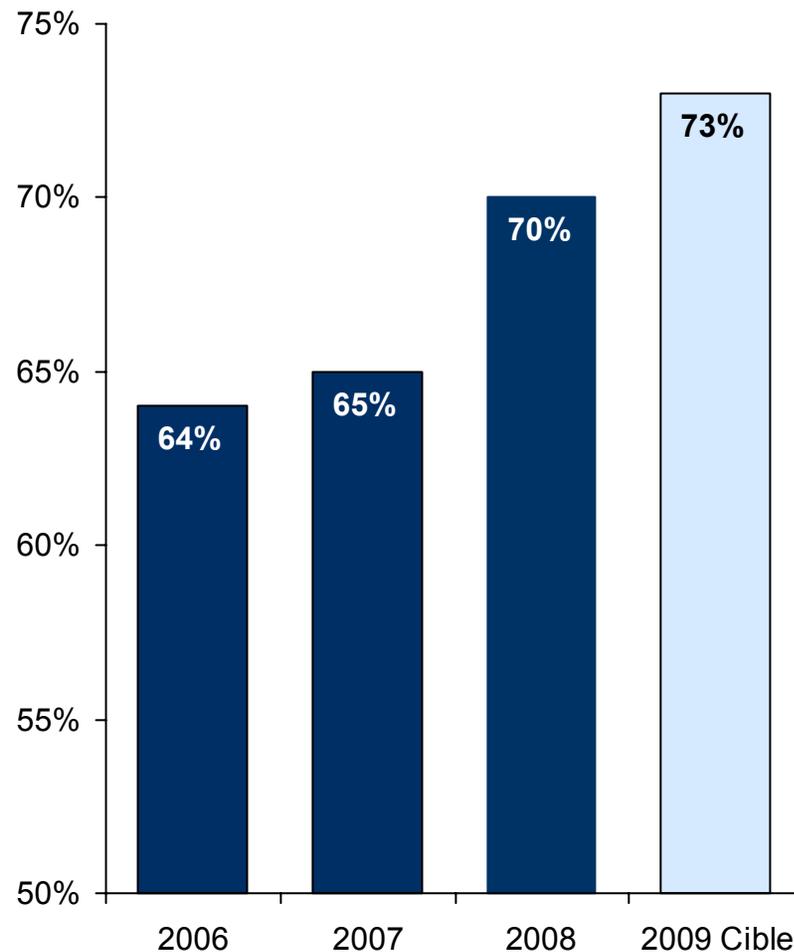
Santé et sécurité environnementales de BAA

Nombre de journées ouvrables perdues par 200 kh



Engagement des employés de BAA

Résultat obtenu à la suite d'un sondage interne



BOMBARDIER

Les mesures de Bombardier Avions d'affaires pour aller de l'avant

Leviers de notre stratégie

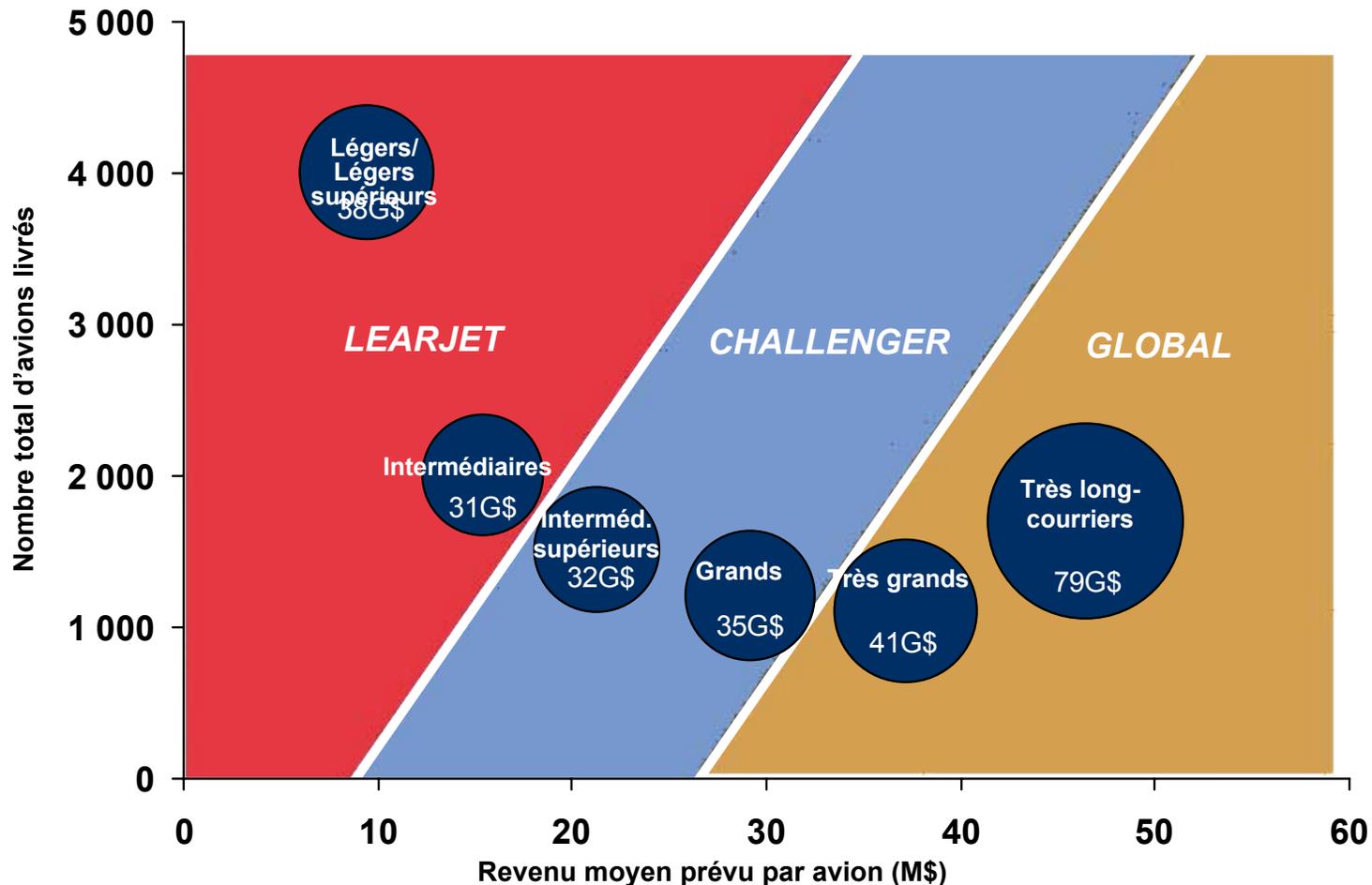
Mesures stratégiques



Bombardier est bien placée pour profiter de la croissance future dans tous les grands segments de l'aviation d'affaires

PRÉVISIONS DES AVIONS D'AFFAIRES PAR SEGMENT

Avions livrés, revenu moyen par avion, revenu total du marché (G\$US)



Sources : Analyses de Bombardier. Revenus estimés à partir des listes de prix de Gamma et de B&CA.

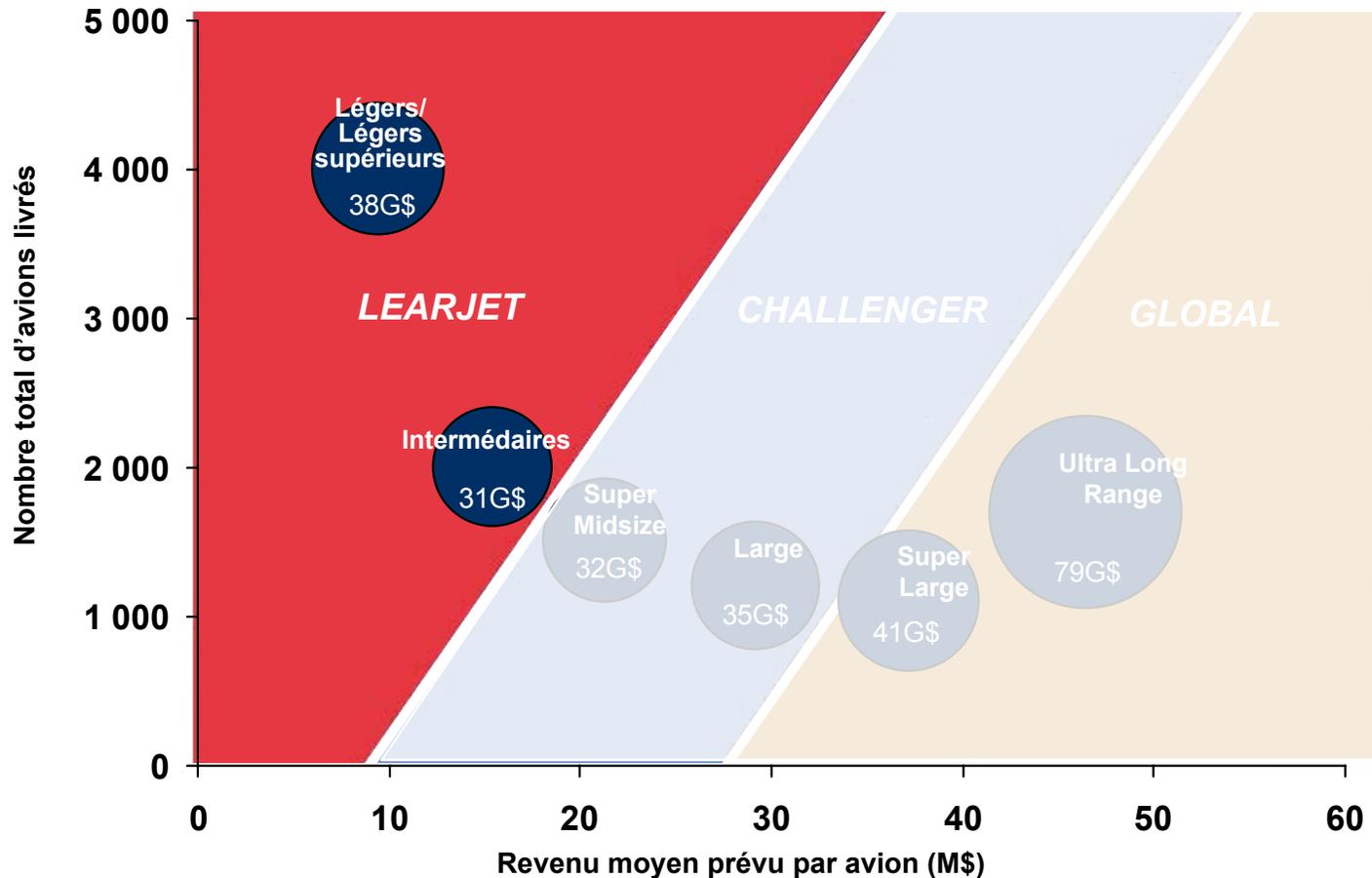
Valeur constante en \$ de 2008, années civiles 2009-2018.

BOMBARDIER

Bombardier est bien placée pour profiter de la croissance future dans tous les grands segments de l'aviation d'affaires

PRÉVISIONS DES AVIONS D'AFFAIRES PAR SEGMENT

Avions livrés, revenu moyen par avion, revenu total du marché (G\$US)



Sources : Analyses de Bombardier. Revenus estimés à partir des listes de prix de Gamma et de B&CA.
Valeur constante en \$ de 2008, années civiles 2009-2018.

BOMBARDIER



LEARJET 40^{XR}



LEARJET 45^{XR}

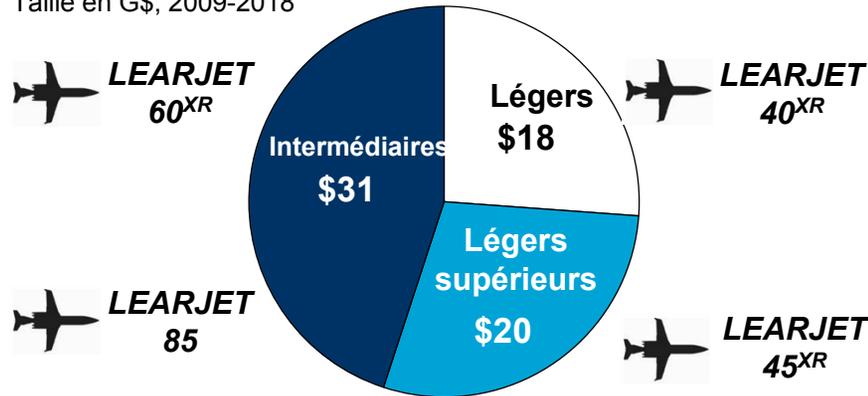


LEARJET 60^{XR}

Le révolutionnaire biréacteur *Learjet 85* augmentera notre présence dans le segment des avions intermédiaires

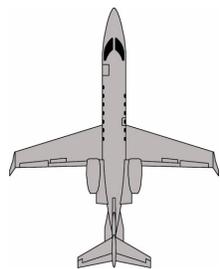
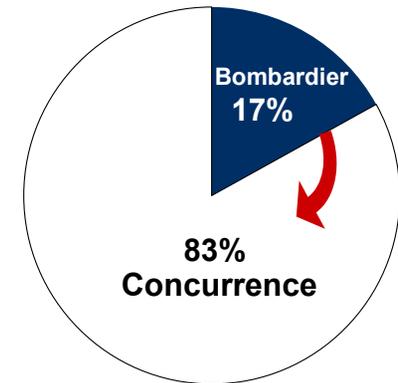
TAILLE PRÉVUE DU SEGMENT

Taille en G\$, 2009-2018

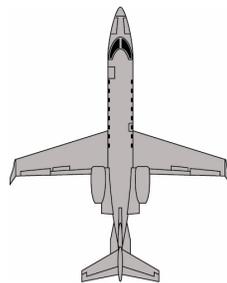


PART DE MARCHÉ ACTUELLE

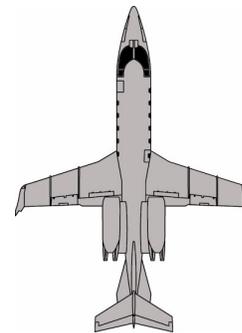
% d'avions livrés, 2004-2008



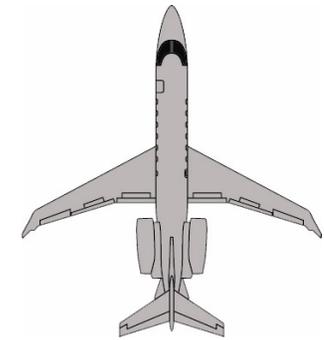
LEARJET
40^{XR}



LEARJET
45^{XR}



LEARJET
60^{XR}



LEARJET
85

BOMBARDIER

BOMBARDIER
LEARJET 85

PROGRESS

IS
EVERYTHING

Respect de l'échéancier pour la mise en service en 2013





Le biréacteur *Learjet 85* modifie les règles du jeu dans le marché des avions intermédiaires

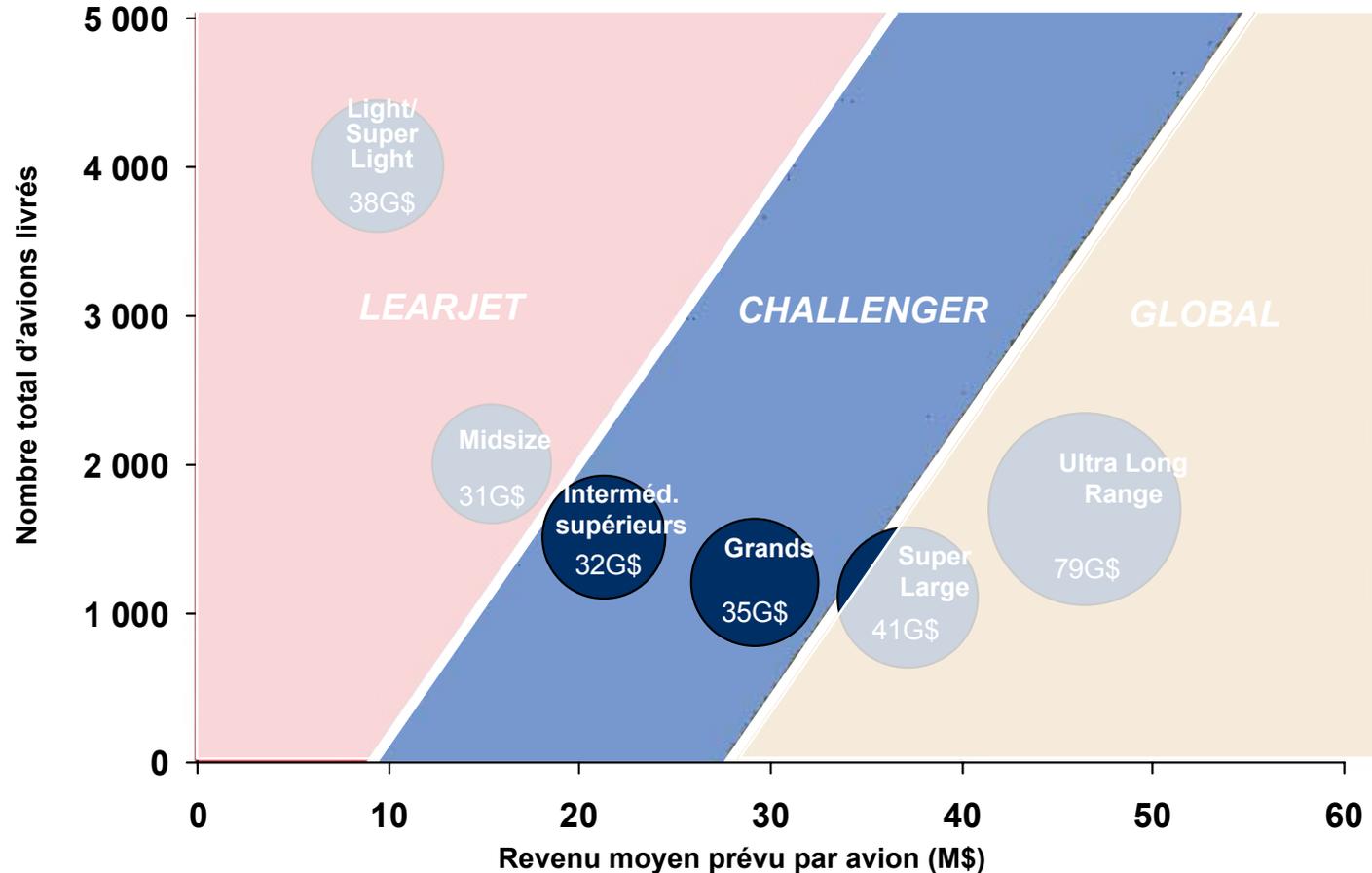


**La cabine la plus confortable dans la catégorie
des avions intermédiaires**

Bombardier est bien placée pour profiter de la croissance future dans tous les grands segments de l'aviation d'affaires

PRÉVISIONS DES AVIONS D'AFFAIRES PAR SEGMENT

Avions livrés, revenu moyen par avion, revenu total du marché (G\$US)



Sources : Analyses de Bombardier. Revenus estimés à partir des listes de prix de Gamma et de B&CA. Valeur constante en \$ de 2008, années civiles 2009-2018.

BOMBARDIER



CHALLENGER 300



CHALLENGER 605

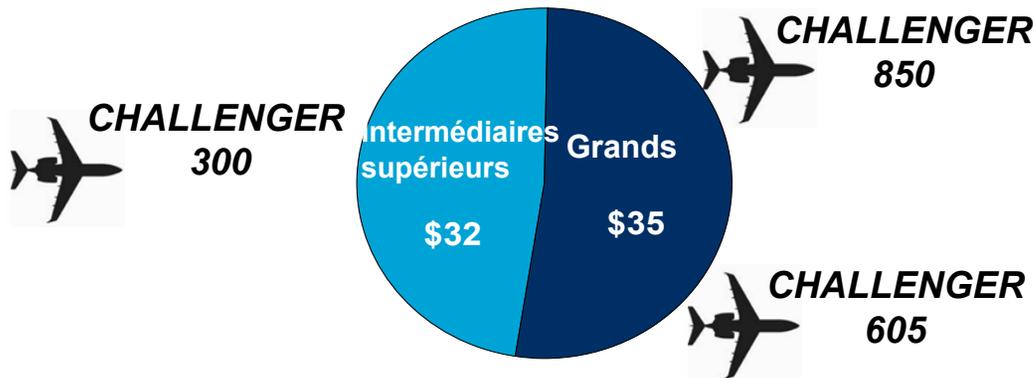


CHALLENGER 850

La stratégie de marché du biréacteur *Challenger* veillera à protéger notre part de marché importante dans les segments des avions intermédiaires supérieurs et grands

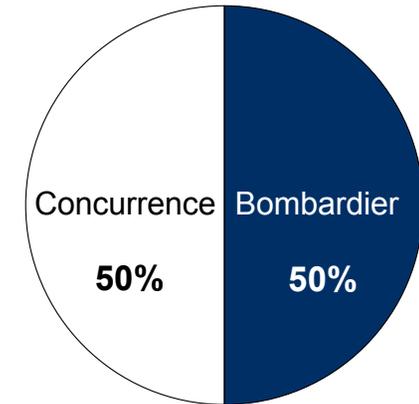
TAILLE PRÉVUE DU SEGMENT

Taille du segment en G\$, 2009-2018

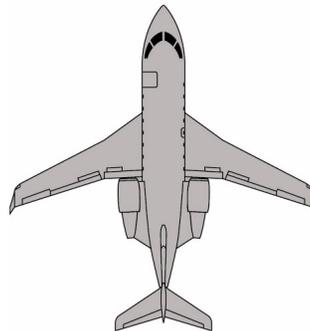


PART DE MARCHÉ ACTUELLE

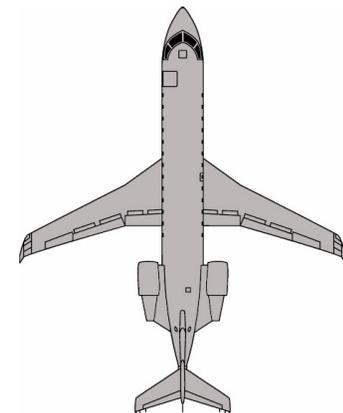
% d'avions livrés, 2004-2008



CHALLENGER
300



CHALLENGER
605



CHALLENGER
850

BOMBARDIER

850



DEFINE YOUR SPACE

850now.com

BOMBARDIER
CHALLENGER 850

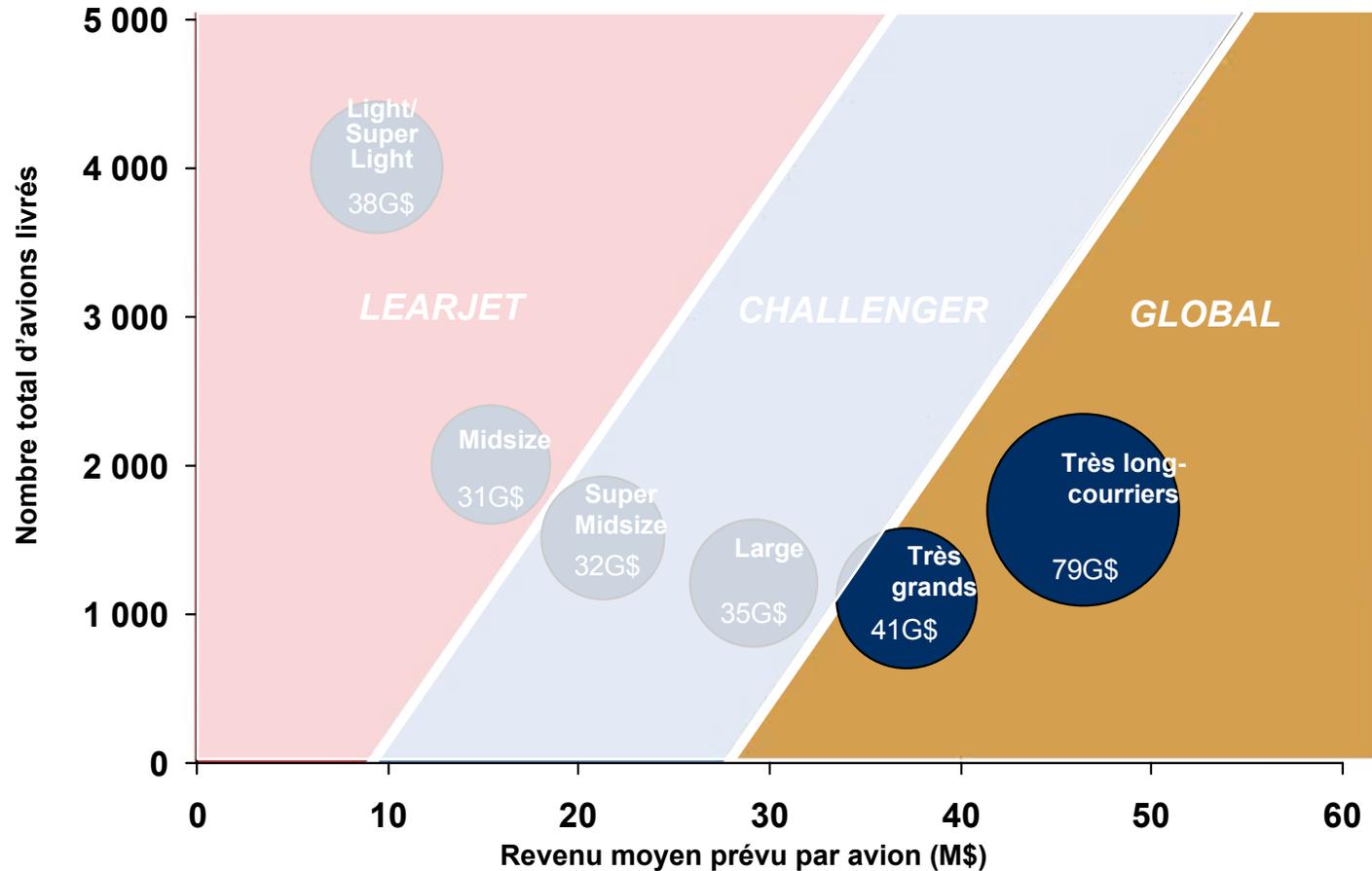


**Confort et performance
pensés en fonction de vous.**

Bombardier est bien placée pour profiter de la croissance future dans tous les grands segments de l'aviation d'affaires

PRÉVISIONS DES AVIONS D'AFFAIRES PAR SEGMENT

Avions livrés, revenu moyen par avion, revenu total du marché (G\$US)

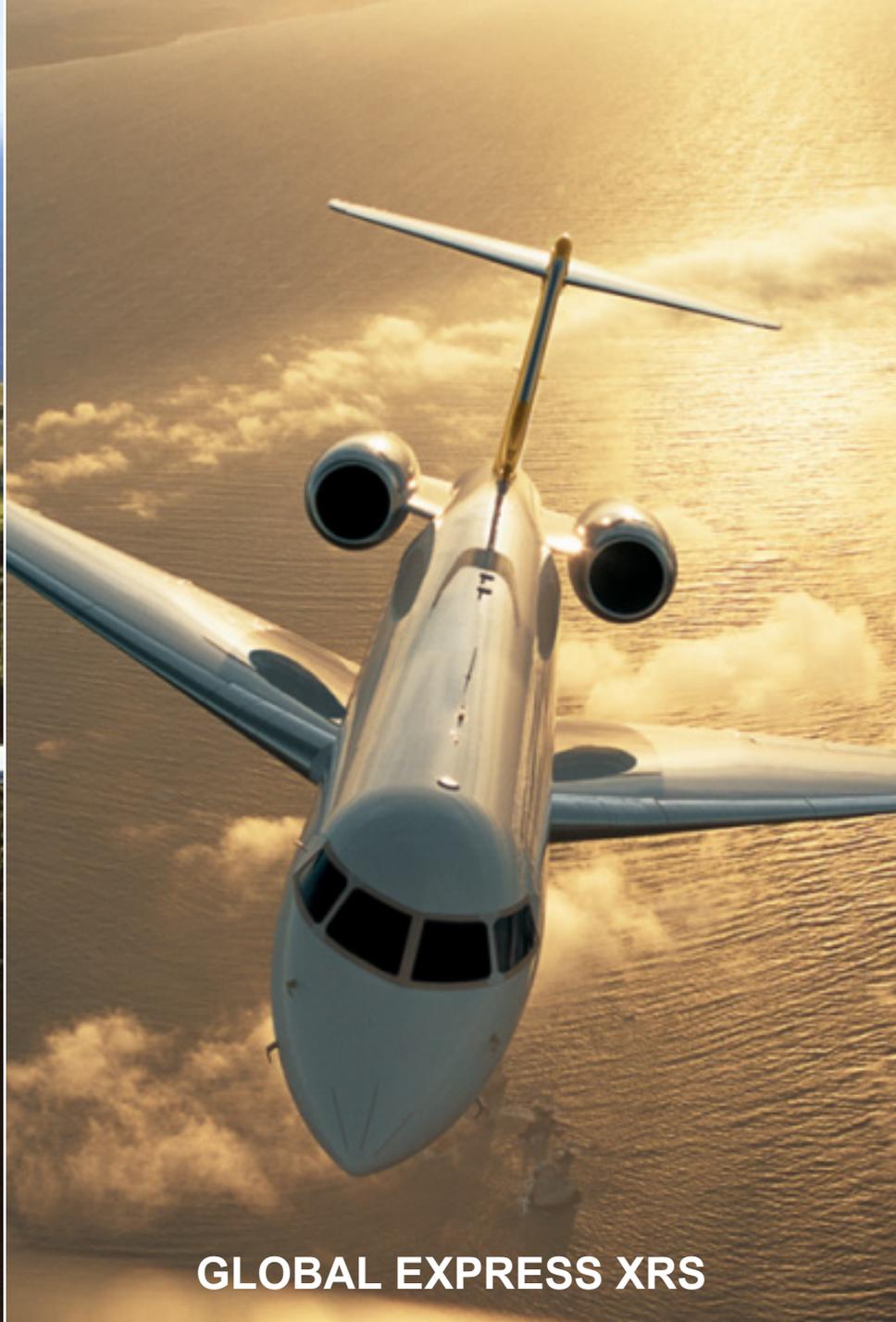


Sources : Analyses de Bombardier. Revenus estimés à partir des listes de prix de Gamma et de B&CA. Valeur constante en \$ de 2008, années civiles 2009-2018.

BOMBARDIER



GLOBAL 5000

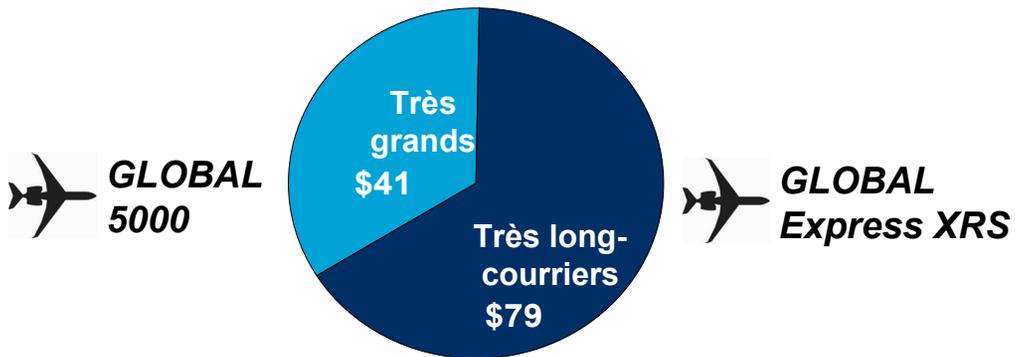


GLOBAL EXPRESS XRS

L'innovation dans la famille **Global** raffermira notre position dans les segments des avions très grands et des avions très long-courriers

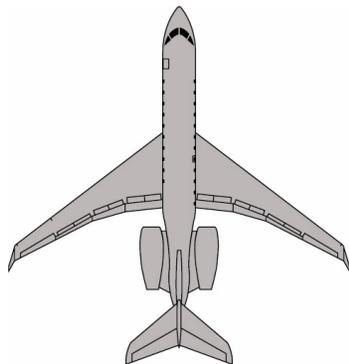
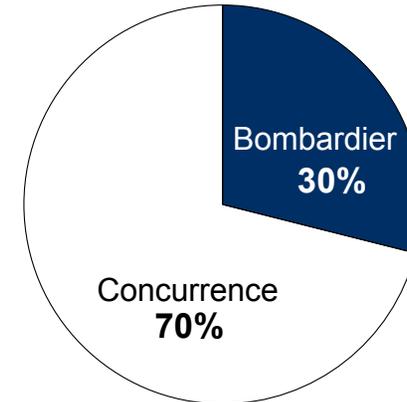
TAILLE PRÉVUE DU SEGMENT

Taille du segment en G\$, 2009-2018

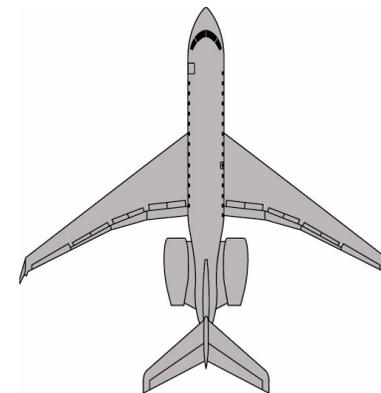


PART DE MARCHÉ ACTUELLE

% d'avions livrés, 2008-2009



GLOBAL 5000



GLOBAL EXPRESS XRS

BOMBARDIER



Le Global Vision respecte l'échéancier pour la mise en service en 2012

✓ **Premier vol le 3 août 2009**

✓ **Effectue actuellement son programme d'essais en vol**



Poste de pilotage de pointe conçu en tenant compte des besoins du client

Mesures de Bombardier Avions d'affaires pour aller de l'avant

Leviers de notre stratégie

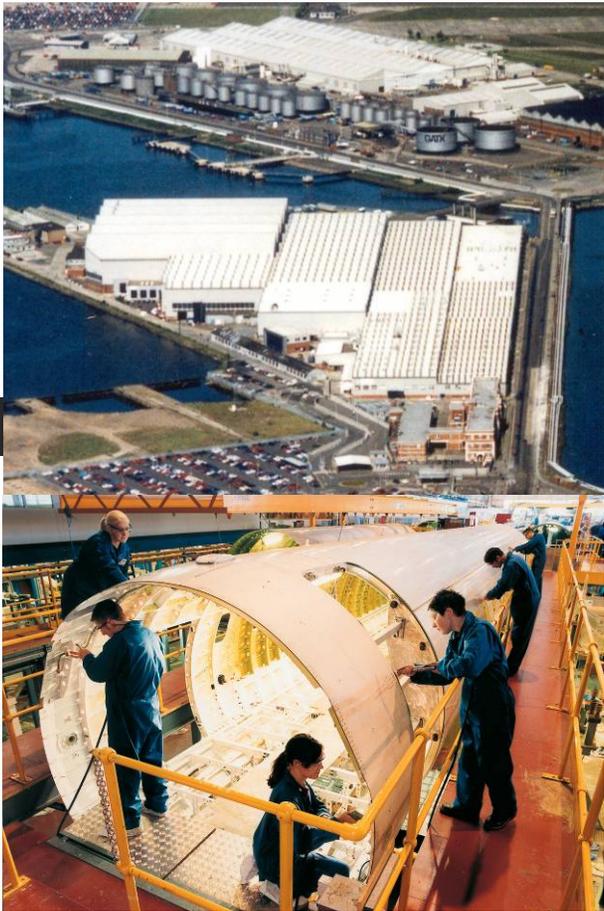
Mesures stratégiques

ALLER DE L'AVANT	1	Become #1 in customer satisfaction through enhanced execution	Ultimately, customer satisfaction will differentiate Bombardier from competitors
	2	Raise our game on global talent management	Motivated, engaged employees significantly impact business performance
	3	Actively manage risks	Matching demand & capacity ensures minimum inventory and maximum sales potential
	4	Establish local roots in all key markets	Focusing on new segments and geographies will positively impact sales performance
	5	Enhance our corporate social responsibility	Leading business aviation environmental strategy to ensure sustainable long-term business
IONS	6	Develop innovative, environmentally conscious products that meet customer needs globally	Robust product portfolio plan to ensure solid financial performance & market share growth

7 Devenir une entreprise rationalisée par des partenariats solides dans la chaîne d'approvisionnement mondiale

Développer un avantage concurrentiel au niveau des coûts et de la gestion du fonds de roulement

Stratégie de rationalisation – usines de fabrication de composants et de sous-ensembles



BOMBARDIER

Stratégie de rationalisation – usines de montage final et de finition

Chaînes de montage final

Centres de finition d'avions à l'interne



Wichita, É.-U.



Dorval, Canada



Toronto, Canada

Montréal, Canada

Conclusion

- **La situation économique à court terme affiche toujours des signes de faiblesse.**
- **Notre excellente qualité d'exécution nous positionne avantageusement pour profiter de la reprise du marché.**
- **Les perspectives de moyen à long terme sont positives car les prévisions indiquent un volume de ventes important pour les dix prochaines années.**
- **La stratégie de Bombardier Avions d'affaires vise à accroître notre position de leadership en assurant la satisfaction du client et en offrant une excellente qualité d'exécution et des produits novateurs.**

Sommaire

Bombardier Aéronautique (Guy C. Hachey)

- La récession mondiale se répercute sur nos commandes et sur le rapport entre la valeur au livre et la valeur au marché
- Le carnet de commandes nous protège contre les annulations et les reports de commandes à court terme
- La stratégie d'entreprise de Bombardier Aéronautique oriente nos actions
- Il faut continuer d'investir dans l'avenir

Bombardier Avions d'affaires (Steve Ridolfi)

- Les bases demeurent solides à long terme et les perspectives d'expansion vers de nouveaux segments et régions semblent positives à long terme
- On met l'accent sur l'importance de continuer d'offrir de nouveaux produits novateurs pour demeurer le chef de file

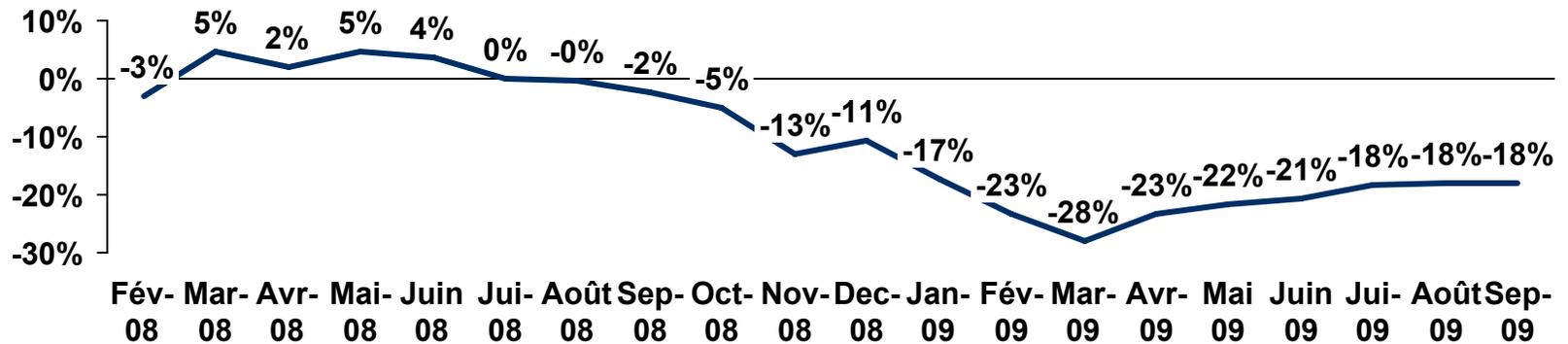
Services à la clientèle de Bombardier (James Hoblyn)

- Continuer de consolider les services et le soutien
- Établir des capacités de service et de soutien d'envergure internationale
- Concevoir des solutions de gestion de flottes innovatrices

L'utilisation de la flotte se stabilise

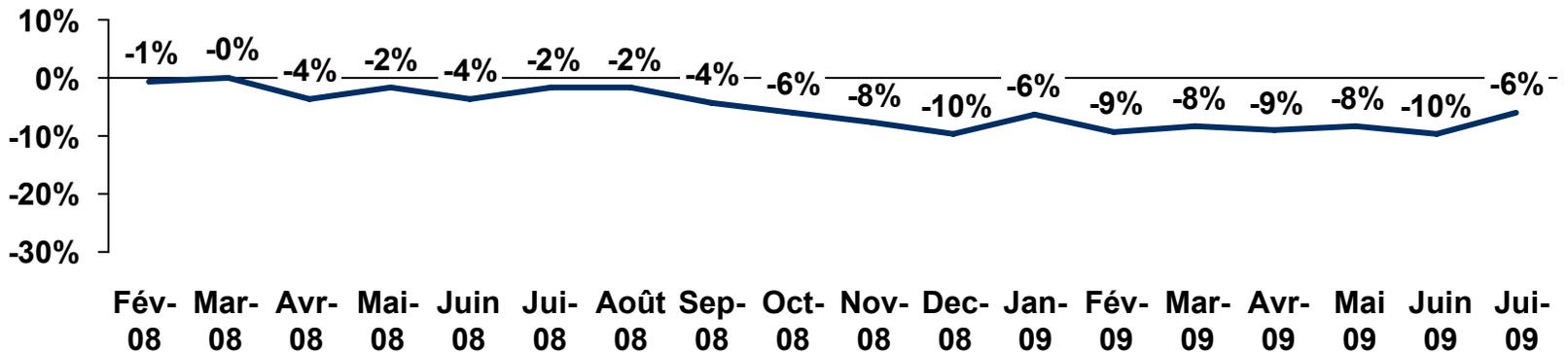
Utilisation de la flotte d'avions d'affaires*

% d'heures/avion depuis janv. 2008 avec ajustement pour les effets saisonniers



Utilisation de la flotte d'avions commerciaux**

% d'heures/avion depuis janv. 2008 avec ajustement pour les effets saisonniers



* Ceci comprend les avions non classiques utilisés uniquement comme avions d'affaires.

** Ceci comprend les avions CRJ 100, 200 700 et Q400 utilisés uniquement comme avions commerciaux.

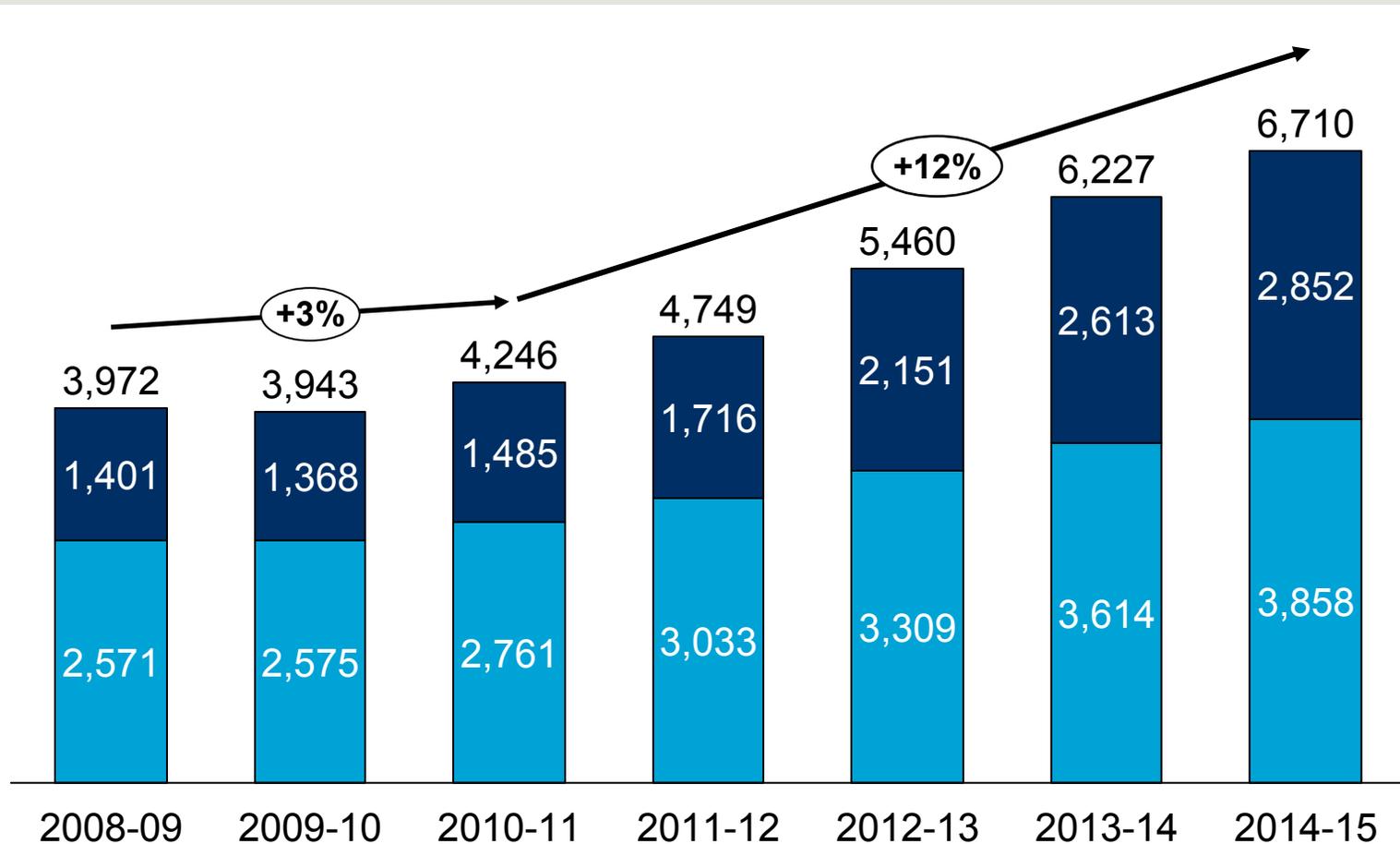
Source : Base de données FRACAS, avec ajustement pour les effets saisonniers

Le marché MRO devrait connaître une reprise en 2011

Prévisions sur 5 ans du marché MRO de BA

Millions \$US (dollars de 2009), TCAC (%)

- Avions d'affaires
- Avions commerciaux



Source : Analyse de Bombardier

BOMBARDIER

Nos priorités doivent porter sur trois secteurs d'intervention

Exploitants



Avions
commerciaux



Avions
d'affaires



Avions
spécialisés

Priorités

Engagement
de classe
mondiale
auprès des
clients

Croissance
rentable
des
services

Secteurs d'intervention

1

Consolider les
services et le
soutien

2

Établir des
capacités de
service et de
soutien d'envergure
internationale

3

Concevoir des
solutions de
gestion de flottes
innovatrices

Nous avons fait de bons progrès en ce qui a trait aux facteurs de satisfaction de la clientèle

Fiabilité et qualité des avions



- Résolution de 51 des 98 dossiers de fiabilité des avions en service
- Expansion des programmes de maintenance des avions CRJ et Q-Series
- Mise en place d'un processus d'évaluation des fournisseurs

Soutien mondial 24 heures sur 24



- Ouverture de nouveaux bureaux de soutien aux avions commerciaux à Tokyo, Sydney et Munich et agrandissement du bureau de Shanghai
- Ajout de nouvelles équipes mobiles de réparation AOG en Europe et aux É.-U.

Pièces AOG



- Amélioration de la fiabilité des pièces portée à 95 % à Francfort et Sydney
- Lancement du nouveau système de gestion des stocks
- Lancement de *PartsExpress* Europe pour les clients des avions d'affaires

Soutien et formation à la maintenance



- Ajout de quatre nouveaux centres de maintenance en ligne dans le monde
- Partenariat avec CAE comme fournisseur attitré de la formation (ATP)
- Entente ATP avec Lufthansa Flight Training pour la CSeries

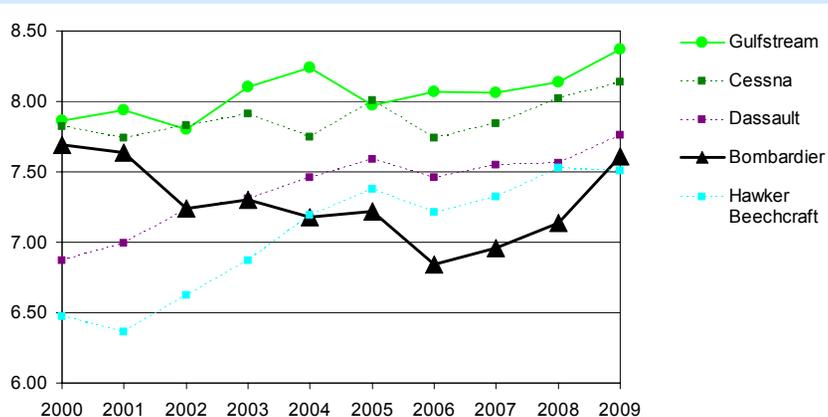
Assistance au client



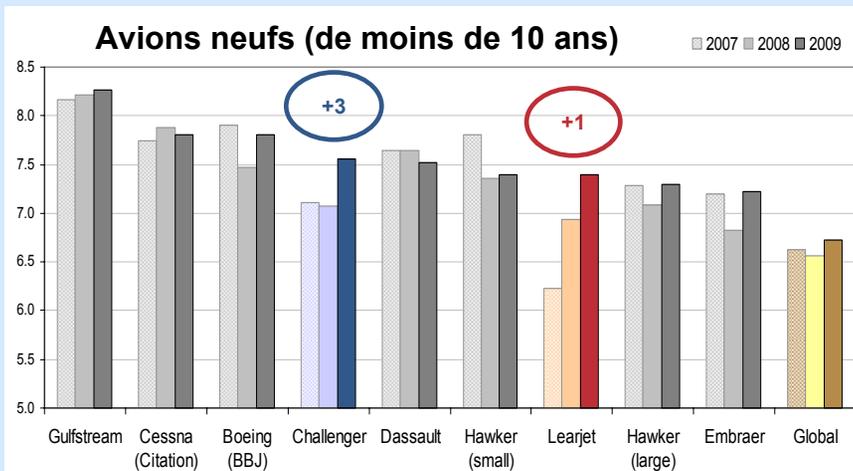
- Consolidation des équipes de gestion des comptes clients
- Lancement du nouveau portail pour les clients iflybombardier.com

Nos clients d'avions d'affaires disent que nous nous améliorons

Résultats moyens de Pro-Pilot Overall, 2000-2009



Aviation International News (AIN) 2009



Objectifs actuels :

- Expérience de livraison
- Capacité de réaction / Résolution de problèmes
- Fiabilité ; Q400, Global
- Gestion des fournisseurs
- Disponibilité des pièces partout dans le monde

Nota : Résultat moyen général de 2007-2009 pour les avions neufs et plus âgés

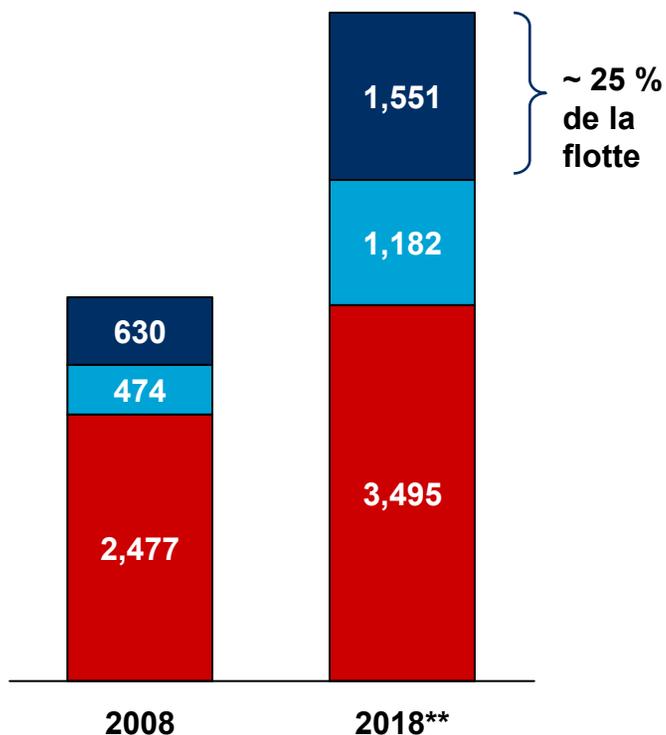
Notre flotte est de plus en plus internationale

Répartition de la flotte, prévisions sur 10 ans*

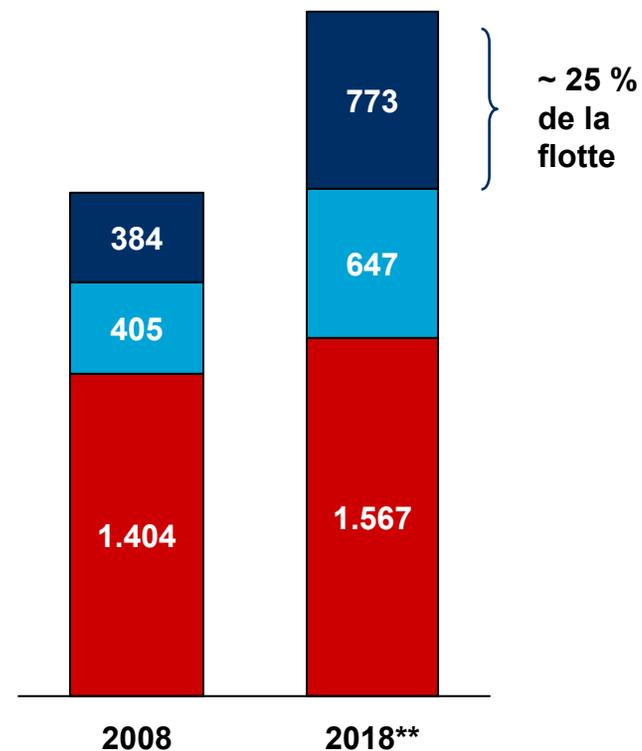
Nbre d'avions



Avions d'affaires



Avions commerciaux



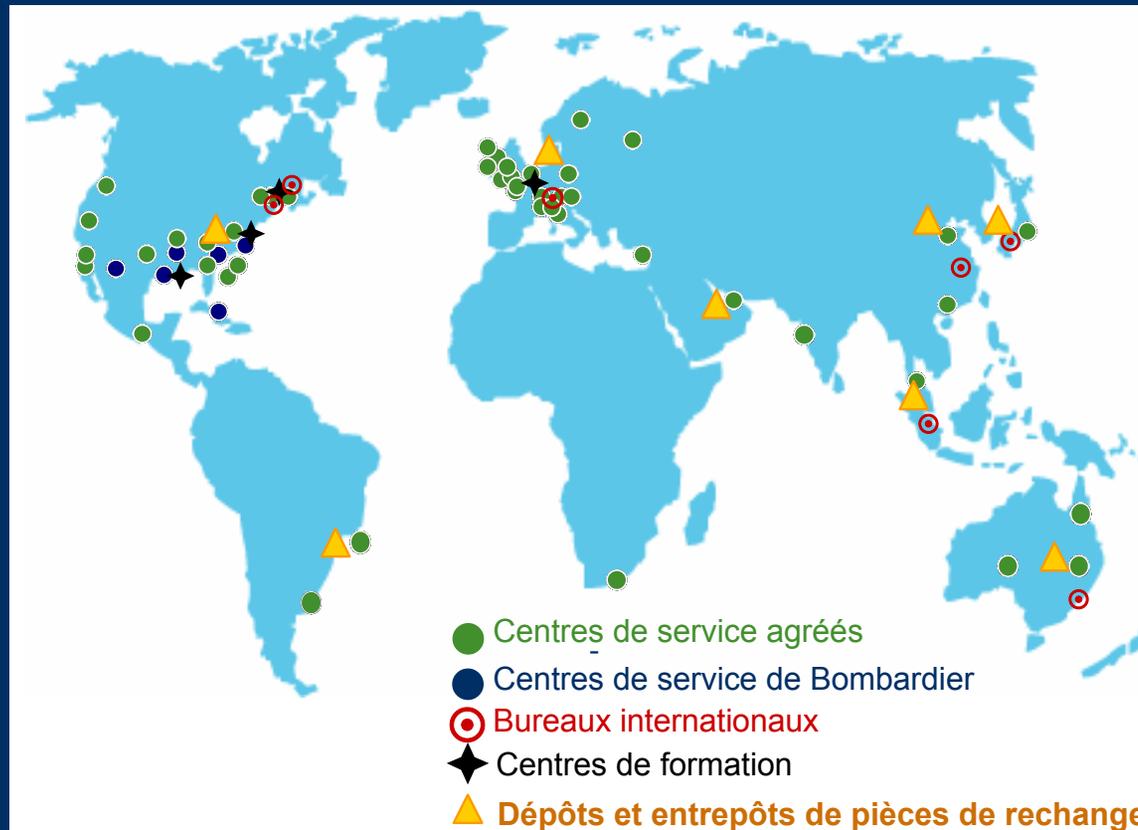
* Fondé sur l'horizon actuel en incluant le remarketing des CRJ.

** En appliquant la juste part de marché de Bombardier aux livraisons mondiales prévues de BAA et BAC.

Source : Analyse de Bombardier

Nous établissons un réseau international pour desservir la clientèle mondiale et profiter de la croissance future

Desservir la clientèle mondiale à l'aide de :



- Quatre centres de réponse aux clients ouverts jour et nuit
- Sept bureaux de soutien régionaux
- Quatre centres de formation
- 53 centres de service en usine et centres de service agréés
- Deux centres de distribution de pièces de rechange et six dépôts

Les solutions de gestion de flottes innovatrices feront partie intégrante des plateformes nouvelles et existantes

Smart Services

Avions d'affaires

- Année de lancement : 1988
- Plateformes : Toutes
- Avions gérés : >1000

Avions commerciaux

- Année de lancement : 2008
- Plateformes : Q400
- Clients : 4

FUTURES PLATEFORMES



Learjet 85



CSeries

Sommaire

Bombardier Aéronautique *(Guy C. Hachey)*

- La récession mondiale se répercute sur nos commandes et sur le rapport entre la valeur au livre et la valeur au marché
- Le carnet de commandes nous protège contre les annulations et les reports de commandes à court terme
- La stratégie d'entreprise de Bombardier Aéronautique oriente nos actions
- Il faut continuer d'investir dans l'avenir

Bombardier Avions d'affaires *(Steve Ridolfi)*

- Les bases demeurent solides à long terme et les perspectives d'expansion vers de nouveaux segments et régions semblent positives à long terme
- On met l'accent sur l'importance de continuer d'offrir de nouveaux produits novateurs pour demeurer le chef de file

Services à la clientèle de Bombardier *(James Hoblyn)*

- Continuer de consolider les services et le soutien
- Établir des capacités de services et de soutien d'envergure internationale
- Concevoir des solutions de gestion de flottes innovatrices

Glossaire des acronymes de Bombardier Aéronautique

Acronyme	Définition
ACJ	Airbus Corporate Jets
AIN	Aviation International News
AOG	Avion immobilisé au sol
ATP	Fournisseur attitré de la formation
BA	Bombardier Aéronautique
BAA	Bombardier Avions d'affaires
BBD	Bombardier
BBJ	Boeing Business Jets
BAC	Bombardier Avions commerciaux
B&CA	Business and Commercial Aviation
BOM	Liste du matériel
CIASTA	Centre d'essais des systèmes d'avions intégrés
PRFC	Polymère renforcé de fibre de carbone
PCD	Phase de conception détaillée
MES	Mise en service
FRACAS	Système de signalement et de correction des défaillances
GAMA	General Aviation Manufacturers Association
IATA	Association du transport aérien international
PDCC	Phase de définition de conception conjointe
PDC	Phase de définition conjointe
MRO	Entretien, réparation et révision
PLDP	Phase de lancement de la définition de produit

Information relative aux marques de commerce

Bombardier, Bombardier Global 5000, Challenger, Challenger 300, Challenger 605, Challenger 850, CRJ200, CRJ700, CRJ900, CRJ1000, CSeries, Global, Global Vision, Learjet 40, Learjet 45, Learjet 60, Learjet 85, NextGen, Parts Express, Q200, Q300, Q400, XR et XRS sont des marques de commerce de Bombardier inc. ou de ses filiales.

BOMBARDIER