

Encontact

Bulletin à l'intention des retraités
Prestations déterminées



Rémunération totale

Régime de retraite | Avantages sociaux | Rémunération et primes | Santé et mieux-être



Porteurs d'un Canada plus fort

Nous nous transformons pour répondre aux attentes et aux besoins en évolution des Canadiens

Les attentes des Canadiens envers nous sont plus grandes que jamais. Nous sommes ici pour y répondre et pour jouer un rôle significatif dans leur vie. Tout commence par ce plan audacieux visant à transformer la façon dont nous servons notre grande nation.

L'heure est venue de se réinventer. La pandémie a provoqué un changement fondamental au Canada : pensez à la transition accélérée vers le magasinage en ligne. Les répercussions économiques et sociales de la pandémie engendrent un besoin de se reconstruire plus solidement. On s'attend également à ce qu'une grande organisation comme la nôtre fasse preuve d'un leadership permettant de dépasser l'offre de services et de produits.

Ce dont les Canadiens ont besoin. Les Canadiens veulent nous voir aborder notre responsabilité envers le pays au-delà de nos services fiables et rapides. Ils s'attendent à ce que nous reflétions leurs valeurs et objectifs communs tout en faisant la promotion.

Notre plan exhaustif. Nous n'avons pas peur de prendre nos responsabilités : nous sommes fiers de les assumer. Notre plan fera en sorte que Postes Canada reflète les valeurs communes de notre pays et répondra aux besoins changeants des Canadiens en matière de service.

(suite à la page 2)

DANS CE NUMÉRO

- 5 Le Club Héritage
- 6 Rendement des placements

ENVOYEZ-NOUS VOS COMMENTAIRES

Si vous souhaitez formuler des commentaires ou proposer un sujet en vue de notre prochain numéro, veuillez nous faire part de vos idées en nous écrivant à l'adresse :

pension.services@postescanada.ca ou SERVICE DES PENSIONS DE POSTES, CANADA, 2701, PROMENADE RIVERSIDE, BUREAU N0660, OTTAWA ON K1A 0B1

AVONS-NOUS VOTRE ADRESSE ACTUELLE?

Lorsque vous changez d'adresse, il est important de nous en aviser : Centre des services du régime de retraite : 1 877 480-9220 / 1 866 370-2725 (ATS) / 613 683-5908 (à l'extérieur de l'Amérique du Nord). Pour vos régimes de soins de santé et de soins dentaires après la retraite, communiquez avec Canada Vie au 1 866 716-1313.

Remarque : Dans cette publication, le nom « Régime » renvoie au Régime de pension agréé de la Société canadienne des postes, l'abréviation « PD » renvoie au volet à prestations déterminées. **Avis :** Le texte officiel du Régime détermine vos prestations payables du Régime et est la référence ultime en cas de dispute. Pour obtenir d'autres renseignements, consultez le site Web www.retraitescp.com.



Offrir un service sur lequel tous les Canadiens peuvent compter

Qu'il s'agisse d'augmenter notre capacité ou de répondre aux besoins des collectivités mal desservies, nous répondons présents.

Accroître la capacité

Notre plan pluriannuel nous permettra d'augmenter de façon appropriée la capacité en matière de colis et d'améliorer le service dans son ensemble. Nous prévoyons investir quatre milliards de dollars au cours des cinq prochaines années pour accroître la capacité, améliorer le service, moderniser notre réseau, remplacer nos véhicules et rendre nos opérations plus écologiques. Cela comprend l'augmentation de la capacité de livraison, de tri et de notre parc de véhicules.

Améliorer le service et le suivi

Les Canadiens veulent plus de choix, de commodité, de contrôle et de visibilité. Ils s'attendent aussi à un service de livraison de colis rapide, sécuritaire, fiable et abordable, et veulent savoir où se trouvent leurs colis, ainsi que le moment auquel ils seront livrés. Nous mettons en œuvre un meilleur suivi, ajoutons des casiers à colis et aidons les clients à personnaliser leurs livraisons, entre autres améliorations.

Améliorer nos services de vente au détail

Les Canadiens comptent sur notre réseau de vente au détail de plus de 6 000 bureaux de poste pour les services importants, le ramassage des colis et du courrier, et les retours de produits. Nous investissons plus de 100 millions de dollars dans de nouveaux produits et services de vente au détail afin de

continuer à répondre aux besoins variés des Canadiens partout au pays. Voici certains des principaux investissements :

Collectivités rurales et communautés autochtones et du Nord

En 2020, nous avons approuvé une stratégie visant à améliorer les services postaux des collectivités rurales ainsi que des communautés autochtones et du Nord mal desservies. De nouveaux bureaux de poste à service intégral ouvriront leurs portes dans certaines collectivités. Ailleurs dans les bureaux existants, les services seront améliorés. Un service amélioré favorisera l'accès au marché du cybercommerce.

Services financiers

Nous avons l'intention de mettre à l'essai de nouveaux services financiers dans certains de nos bureaux de poste.

Carrefours communautaires

Nous prévoyons mettre en place des carrefours communautaires qui offriront une vaste gamme de services dans les régions rurales du Canada, y compris des services financiers améliorés et éventuellement de nouveaux services gouvernementaux et communautaires. Certains pourraient être adaptés aux petites entreprises (p. ex., une aire de préparation, d'emballage et d'expédition comprenant une option de dépôt de colis en libre-service, ainsi que des salles de réunion à réserver), tandis que d'autres, comme des bornes de recharge pour véhicules électriques, pourraient contribuer à la protection de l'environnement. Deux carrefours communautaires sont en phase de préparation dans des communautés autochtones. Le premier projet a été lancé en novembre 2021.

Ces carrefours communautaires nous aideront à déterminer quels services pourront être offerts dans d'autres communautés selon les besoins.

Nouvelle technologie de points de vente

Afin d'améliorer l'expérience client, nous investissons plus de 100 millions de dollars dans la modernisation de la technologie utilisée dans nos bureaux de poste pour accélérer les transactions des clients et réduire l'attente. Nous avons aussi ajouté un outil pour que les clients nous fournissent leurs commentaires en temps réel. Nous pourrions donc suivre et mesurer la satisfaction de la clientèle dans tous nos points de vente. Cette nouvelle technologie commencera à être déployée dans notre réseau en 2021.

Autres plans pour 2021 et au-delà

- Investir dans de nouvelles technologies afin d'améliorer les **retours de produits** pour les consommateurs et les entreprises. En effet, l'essor du cybercommerce entraîne de plus en plus de retours par la poste.
- Élargir notre offre pour **permettre aux consommateurs et aux petites entreprises de déposer des colis** à certains lieux de ramassage. Les clients pourraient ramasser et déposer des colis, y compris les retours de produits.
- Offrir des **produits plus respectueux de l'environnement** qui contiennent plus de matières recyclées et recyclables, et éliminer les matières plastiques inutiles de nos opérations (cesser l'emploi des pellicules rétrécissables pour les boîtes à tarif fixe, par exemple).

Aider la population à rester en contact et soutenir la réussite des entreprises

Colis et cybercommerce

Les petites et moyennes entreprises sont le moteur de l'économie et ont changé leurs manières de faire en lançant des boutiques en ligne ou en augmentant leurs ventes sur leur site Web. Elles comptent sur nous pour joindre leur clientèle et demeurer concurrentielles sur les marchés d'ici et d'ailleurs; c'est pourquoi nous investissons dans notre réseau, nos opérations et nos produits pour les soutenir et les aider à prospérer :

- Nous augmentons notre capacité pour offrir un service rapide et une meilleure visibilité à nos clients afin qu'ils puissent faire le suivi de leurs achats aussi souvent qu'ils le souhaitent, avec suffisamment de détails pour les rassurer.
- Pour soutenir directement les entreprises, nos investissements visent certaines améliorations et mesures clés.
- En 2021, nous lancerons un nouveau système de repérage infonuagique de plusieurs millions de dollars qui permettra aux consommateurs et aux clients commerciaux de suivre plus précisément le cheminement de leurs colis dans notre réseau.
- Nous désirons offrir des options de dépôt de colis plus pratiques dans certains emplacements afin de simplifier ce processus pour nos clients.
- Pour répondre aux besoins changeants de la clientèle, nous travaillons à améliorer les interactions et la personnalisation de l'expérience de livraison.

- Nous préparons la mise en place d'une plateforme centralisée sur les préférences générales pour que les consommateurs et les clients commerciaux configurent leurs préférences en ligne.
- Nous appuyons les entreprises canadiennes de plusieurs autres façons, notamment en :
 - ~ les aidant à se lancer en leur faisant découvrir des plateformes de vente en ligne;
 - ~ leur fournissant des outils d'expédition en ligne et des données sur les publics cibles, en plus de leur offrir des réductions sur leurs envois au Canada et à l'étranger;
 - ~ les aidant à créer des campagnes de marketing intégrées soigneusement ciblées.

Marketing direct et Poste-lettres^{MC}

Nous permettons aux Canadiens de rester en contact grâce au courrier et nous aidons les entreprises locales à joindre leurs clients actuels et potentiels grâce à la publicité et aux offres promotionnelles.

- Nous explorons de nouvelles solutions virtuelles et physiques permettant d'améliorer la pertinence et la valeur de notre service Poste-lettres et de notre marché du marketing direct, par exemple en faisant en sorte qu'il soit possible pour les Canadiens de connaître le moment de la livraison d'un article de courrier.
- Le service Poste-lettres est toujours important pour permettre aux Canadiens de rester en contact pendant une période où de nombreuses personnes ont été isolées de leur famille et de leurs amis. Notre campagne nationale *Écrivez un mot, créez un moment* cherchait à rappeler aux Canadiens le lien émotionnel qui les unit à la réception et à l'envoi de lettres, de notes et de cartes par la poste.
- À mesure que l'économie de la vente au détail se remet de la pandémie et que les Canadiens se tournent vers les commerces locaux, le publipostage (coupons et circulaires) demeurera un outil important. Il possède en effet la capacité de communiquer le message d'une entreprise directement à ses clients potentiels et incite les gens à se rendre aux magasins. Le publipostage demeure très pertinent pour les entreprises canadiennes qui veulent joindre leurs clients dans leur région immédiate.
- Nous travaillons à l'élaboration de solutions physiques, numériques et de données novatrices qui augmenteront la valeur et mettront l'accent sur les pratiques durables de l'approche Marketing Intelligente de Postes Canada^{MC}, et nous élargirons sa portée en tirant parti de partenariats au sein de l'industrie.
- Nous continuons d'investir pour aider les spécialistes du marketing, les annonceurs, les facilitateurs et les influenceurs à améliorer leurs efforts de ciblage et à amplifier leur message publicitaire en intégrant le marketing direct à d'autres médias.
- Nous créons également des occasions de réunir tous les acteurs du secteur du marketing direct afin de les renseigner, de discuter des meilleures pratiques et d'accroître les efforts de développement durable.

(suite à la page 4)

^{MC} Marque de commerce de la Société canadienne des postes.

Faire preuve de leadership en matière d'environnement et de responsabilité sociale

Plus que jamais, nous créons des milieux de travail équitables, diversifiés et inclusifs, qui reflètent nos efforts envers la protection de l'environnement et la réconciliation avec les communautés autochtones et du Nord.

Valoriser l'équité, la diversité et l'inclusion

Puisque les Canadiens s'attendent à ce que nous offrions un milieu de travail sécuritaire et accueillant qui valorise et célèbre nos différences, nous tenons à ce que notre main-d'œuvre reflète ces valeurs et soit aussi diversifiée que l'est le Canada. Ceci permettra de stimuler la motivation et l'engagement des employés et nous aidera à devenir un employeur de choix.

Faire de l'environnement une priorité

Nous avons consigné nos efforts dans le Plan d'action environnemental. Ce projet conjoint entre Postes Canada et ses agents négociateurs définit les priorités, les objectifs et les cibles en matière d'environnement. Il donne le coup d'envoi à notre ambitieuse collaboration visant à réduire notre empreinte environnementale. Le Comité sur l'environnement se réunit deux fois par mois pour discuter de nos priorités respectives en matière d'environnement. Nous investissons également dans un immeuble à carbone zéro de pointe, nous réduisons l'empreinte écologique d'autres immeubles et nous faisons la transition vers un parc de véhicules moins polluant.

Favoriser la réconciliation avec les peuples autochtones

Nous prenons des mesures concrètes pour renouveler notre relation avec les communautés autochtones et du Nord et jouer un rôle significatif dans la réconciliation. Nous nous engageons donc à travailler sur quatre enjeux principaux :

- Nous améliorerons les services postaux dans les communautés autochtones et du Nord grâce à un plan quinquennal réparti par communauté. Cette approche adaptée permettra l'ouverture de nouveaux bureaux de poste à service intégral dans certaines communautés et une amélioration des services dans d'autres. Les options qui leur seront offertes comprennent la livraison centralisée, notamment dans des casiers à colis, et un meilleur accès aux services financiers, gouvernementaux et d'envoi de fonds.
- Notre politique d'approvisionnement auprès des Autochtones redéfinira notre relation d'affaires avec ces communautés. Ces relations seront fondées sur la confiance, la réconciliation économique et le sens des affaires. Nous avons officiellement établi un objectif consistant à acheter 5 % de biens et services auprès de fournisseurs ou de sous-traitants autochtones, conformément aux recommandations du Conseil canadien pour le commerce autochtone.

- Nous collaborerons également avec nos syndicats et les membres des communautés autochtones pour améliorer l'emploi et le maintien en poste des Autochtones.
- Nous appuierons le bien-être et la sécurité de ces communautés en travaillant avec les forces de l'ordre et les chefs locaux pour les servir en toute sécurité. Nous veillerons notamment à réduire la quantité de marchandises inadmissibles, comme l'alcool et les drogues illicites, qui entrent dans ces communautés.

Faire ce qu'il faut pour nos employés

Si nous réussissons à faire tout ce qu'on fait, c'est grâce à nos employés. Vous méritez un milieu de travail sécuritaire, juste et respectueux.

Intégrer la santé et la sécurité

Les Canadiens s'attendent à ce que nous accordions la priorité à la sécurité de nos employés et à ce que nous les traitions équitablement. Ils veulent avoir la certitude que nous sommes un employeur accueillant qui offre un environnement diversifié et inclusif.

Assurer l'harmonisation

Les Canadiens s'attendent à ce que nous collaborions avec nos agents négociateurs dans l'intérêt de nos employés, de nos clients et des collectivités que nous servons.

Les contributions et les points de vue offerts par nos agents négociateurs sont précieux pour notre entreprise. Il est important de travailler avec eux dans un esprit de partenariat pour offrir un meilleur service et faire preuve de leadership sur des enjeux qui sont importants pour les Canadiens.

Nous continuons d'explorer de nouvelles façons de travailler avec nos agents négociateurs afin de réaliser des progrès en ce qui a trait à nos intérêts communs, comme aider Postes Canada à devenir un chef de file en matière de livraison durable qui assume ses responsabilités sociales.

Créer un milieu de travail équitable et respectueux

Les Canadiens s'attendent à ce que Postes Canada favorise l'équité, la diversité et l'inclusion en milieu de travail et dans le cadre de ses activités partout au pays. Nous nous efforçons de créer un milieu de travail de choix où les employés sont fiers de travailler et où ils peuvent se bâtir une carrière enrichissante et saisir des occasions.

- Nous modernisons notre programme de reconnaissance envers les employés afin de récompenser les employés pour leurs contributions importantes et d'améliorer leur engagement.
- Nous travaillons sur un nouveau programme de perfectionnement en leadership qui vise à renforcer notre culture en milieu de travail.

- Nous menons des sondages annuels sur l'engagement des employés et nous prenons des mesures pour donner suite aux résultats. Ces sondages fournissent à l'entreprise des renseignements précieux sur la façon dont les employés perçoivent leur travail et sur l'environnement de travail en général. Les résultats du plus récent sondage ont démontré d'importantes améliorations dans les secteurs que les employés avaient soulignés et sur lesquels nous nous sommes concentrés, à savoir la communication et le bien-être des employés.
- Nous communiquons davantage avec les employés au moyen de mises à jour du PDG, de discussions en milieu de travail, de réunions d'équipe et de séances de discussion ouverte fréquentes, et nous les informons régulièrement des changements qui les concernent. Cela nous aide à les mobiliser et à renforcer notre culture en milieu de travail.
- Nous sommes aux premières étapes de la création et de la mise à l'essai d'un plan décrivant les mesures et les initiatives nécessaires pour effectuer un changement de culture réussi, avec des indicateurs de la situation actuelle et de la situation prévue.
- Avec l'aide du Centre canadien pour la diversité et l'inclusion, nous avons lancé notre **Comité national mixte sur l'équité et la diversité** en 2020. Son mandat : créer un lieu de travail plus équitable, plus diversifié et plus accueillant, où le personnel se sent en sécurité, appuyé, respecté et autonome.
- En 2020, nous avons lancé notre **Plan d'action contre le racisme** en trois points par l'entremise d'une déclaration commune avec nos agents négociateurs. Ce plan est axé sur la collaboration avec les agents négociateurs et la rétroaction des employés. En voici les principaux éléments :
 - ~ Investissement de cinq millions de dollars dans les programmes d'équité, de diversité et d'accessibilité au cours des cinq prochaines années et création d'un groupe-ressource d'employés contre le racisme, entre autres.
 - ~ Mise en œuvre d'outils de formation et de sensibilisation adaptés à plusieurs enjeux importants, comme les préjugés inconscients, le respect en milieu de travail et les droits de la personne.
 - ~ Initiatives visant à accroître la représentation des personnes racisées au sein de notre effectif et à soutenir la planification de carrière et le perfectionnement des talents pour les employés racisés.
- Nous améliorerons l'embauche d'Autochtones dans notre effectif et leur maintien en poste pour que notre effectif soit à l'image de notre pays et des communautés que nous servons. Nous réaliserons cet objectif grâce à un partenariat avec nos syndicats et les Autochtones.
- L'entreprise met davantage l'accent sur la planification du perfectionnement professionnel afin de préparer les employés à occuper des postes de leadership et d'appuyer leurs objectifs de carrière.
- Nous avons créé un site Web pour offrir du soutien aux employés qui doivent travailler à la maison dans le contexte actuel de la COVID-19 et à l'avenir.
- Nous évaluons actuellement les options possibles d'assouplissement des conditions d'emploi lorsque les employés qui font présentement du télétravail retourneront au bureau.

Notre entreprise doit être le reflet de notre pays. Nous nous engageons à offrir un milieu de travail inclusif et diversifié qui accueille et célèbre nos différences. Nous nous assurons de mobiliser nos employés et d'écouter ce qu'ils ont à nous dire. La création d'un milieu de travail de choix nous aidera à attirer, à maintenir en poste, à perfectionner et à motiver les talents.

Ce plan est fondé sur la conviction fondamentale que nous pouvons réaliser notre raison d'être, Porteurs d'un Canada plus fort, et repositionner la Société pour assurer sa réussite à long terme et son autonomie financière.

Le Club Héritage

Récompensez-vous pour vos 25 années de service

Si vous avez 25 ans d'ancienneté ou avez pris votre retraite après 10 années de service à Postes Canada, félicitations! Vous êtes maintenant admissible au Club Héritage. Groupe à la fois récréatif et communautaire, le Club Héritage compte 25 chapitres, tous dirigés par des membres, d'un bout à l'autre du pays. En plus de redonner aux collectivités, il permet chaque année aux employés de longue date et retraités de Postes Canada de créer de nouvelles amitiés et de profiter d'innombrables heures enrichissantes et gratifiantes.

Un club pour et par les membres

L'une des plus importantes organisations en son genre au pays, le Club Héritage est un organisme national bien enraciné dans les milieux locaux. Les chapitres du Club organisent une foule d'activités sociales offrant aux membres des occasions de conserver des amitiés établies et d'en développer de nouvelles. Ces activités prennent la forme que les membres souhaitent ou apprécient le plus, qu'il s'agisse de rencontres, de sorties culturelles, de tournois de golf, d'escapades ou d'autres événements récréatifs.

Contribution à la collectivité

Bien que l'objectif principal du Club Héritage soit d'ajouter un aspect de plaisir et d'amitié à la vie des membres, ce sont ces derniers qui font du Club un important contributeur à la communauté et à des causes de bienfaisance. Suivant la devise du Club, « L'entraide à son meilleur », les membres ont consacré au cours des 10 dernières années environ 500 000 heures de bénévolat et de talent à l'organisation d'événements et au soutien de causes importantes. De plus, les membres sont la force motrice du projet national d'alphabetisation du Club Héritage et contribuent au populaire Programme de lettres au père Noël de Postes Canada.

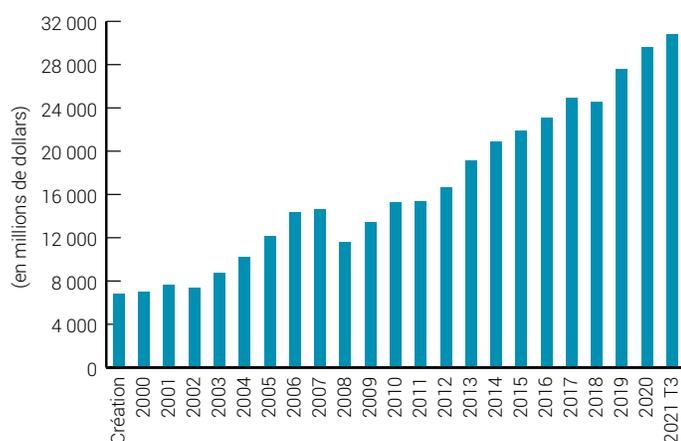
Rendement des placements du 1^{er} juillet au 30 septembre 2021

Conjoncture du marché

Dans le cadre du Régime, les titres de créance privés ont enregistré le meilleur rendement au troisième trimestre soit, 16,72 %. Dans le cadre du marché, l'indice composé S&P/TSX a progressé de 0,17 %. L'indice S&P 500 a progressé de 2,90 %. L'indice MSCI EAO a progressé de 1,85 %. L'indice obligataire universel FTSE Canada a connu une baisse de 0,51 %. Le tableau suivant fait état du rendement de la caisse du Régime (pourcentage de rendement).

Catégorie d'actif	Valeur de marché (en millions de dollars)	2021 T3 (%)	2021 Cumul (%)	2020 % annuel	2019 % annuel	2018 % annuel	2017 % annuel	2016 % annuel
Revenu fixe								
Encaisse et placements à court terme	158,4	0,0	-0,2	0,4	1,6	1,3	0,7	0,7
Obligations	13 168,9	-0,7	-5,2	11,3	10,3	0,5	3,4	3,2
Actions								
Actions canadiennes	3 794,4	1,0	19,7	1,6	20,4	-8,3	9,3	21,5
Actions américaines	3 232,9	2,7	15,5	15,4	23,9	3,0	14,1	6,3
Actions internationales	3 920,7	-1,0	4,9	10,8	17,1	-8,1	25,4	3,7
Biens immobiliers, actions de sociétés à capital fermé et infrastructure	6 576,4	8,1	16,4	7,4	11,8	17,4	13,1	10,0
Couverture de change	-6,3							
Total (du Régime de pension agréé)¹	30 845,5	1,48	5,74	9,43	14,69	0,89	10,42	7,93
Indice de référence		0,20	3,24	10,25	15,79	-1,94	8,59	6,72

Placements (points saillants)

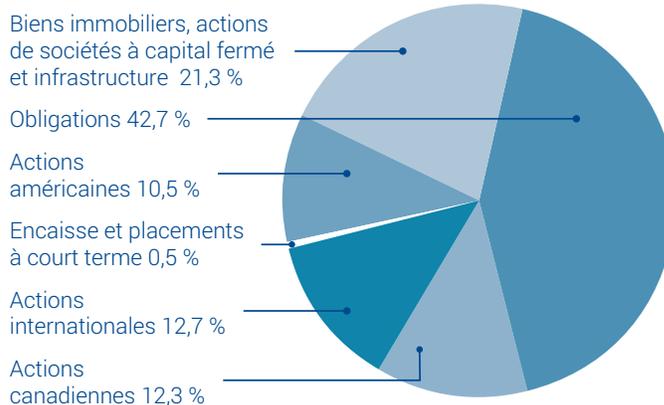


- Le rendement de la caisse au troisième trimestre était de 1,48 %.
- Au 30 septembre 2021, la caisse détenait un actif de 30,8 milliards de dollars.
- La caisse a enregistré des sorties d'argent nettes de 190,7 millions de dollars au troisième trimestre.
- Nous avons ajouté 2,5 millions de dollars à la dette privée, 300 millions de dollars aux actions internationales et 56,6 millions de dollars à la couverture de change.
- Nous avons retiré 250 millions de dollars des actions canadiennes, 150 millions de dollars des actions américaines, 102,1 millions de dollars de l'immobilier, 43,5 millions de dollars des titres de créance privés et 4,2 millions de dollars des infrastructures.

Composition de l'actif (points saillants)

- Au 30 septembre 2021, 56,8 % de l'actif était investi en actions et placements non traditionnels par rapport à la composition de l'actif cible de 54,9 %. Ces investissements se situaient dans la fourchette permise et étaient composés de 12,3 % d'actions canadiennes, 10,5 % d'actions américaines, 12,7 % d'actions internationales, 10,9 % d'immobilier, 5,7 % de titres de créance privés et 4,6 % d'infrastructure.
- 43,2 % de l'actif était investi dans des obligations et des placements à court terme, par rapport à la composition de l'actif cible de 45,1 %. Cela comprenait 10,7 % d'obligations à rendement réel, 32,0 % d'obligations nominales et en dettes privées et 0,5 % de liquidités, d'investissements à court terme et de couverture de change.

Composition de l'actif¹



1. Les totaux peuvent ne pas correspondre à la somme des chiffres en raison de l'arrondissement.

Placements (points saillants) – données

Date	Valeur de marché (en millions de dollars)
Création	6 850
2000	7 024
2001	7 683
2002	7 398
2003	8 797
2004	10 214
2005	12 131
2006	14 349
2007	14 612
2008	11 618
2009	13 466
2010	15 257
2011	15 357
2012	16 712
2013	19 191
2014	20 868
2015	21 919
2016	23 091
2017	24 980
2018	24 610
2019	27 635
2020	29 597
2021 T3	30 846

Retour au graphique « Placements (points saillants) », page 6

Composition de l'actif (points saillants) – données

Actifs	Valeur de marché (en millions de dollars)
Biens immobiliers, actions de sociétés à capital fermé et infrastructure	21,3 %
Obligations	42,7 %
Actions américaines	10,5 %
Encaisse et placements à court terme	0,5 %
Actions internationales	12,7 %
Actions canadiennes	12,3 %

Retour au graphique « Composition de l'actif (points saillants) », page 6