



**NOTICE ANNUELLE**

**EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2007**

**LE 10 JUIN 2008**

## TABLE DES MATIÈRES

	Page
<b>REMARQUE INTRODUCTIVE .....</b>	<b>1</b>
<b>RUBRIQUE 1 — NOTRE COMPAGNIE .....</b>	<b>1</b>
1.1 Nos filiales .....	2
<b>RUBRIQUE 2 — NOS ACTIVITÉS .....</b>	<b>3</b>
2.1 Secteur Cablôdistribution .....	4
2.1.1 Survol des activités .....	4
2.1.2 Nos produits et services .....	5
2.1.3 Prix de nos produits et services .....	10
2.1.4 La technologie de notre réseau .....	10
2.1.5 Concurrence .....	12
2.1.6 Propriété .....	14
2.2 Journaux .....	14
2.2.1 Survol des activités .....	14
2.2.2 Acquisition d’Osprey Media .....	15
2.2.3 Nos activités de presse .....	15
2.2.4 Nos autres activités .....	18
2.2.5 Publicité et tirage .....	19
2.2.6 Concurrence .....	20
2.2.7 Caractère saisonnier et périodicité .....	21
2.2.8 Matières premières .....	21
2.2.9 Propriété .....	21
2.3 Télédiffusion .....	22
2.3.1 Propriété .....	22
2.4 Secteur loisir et divertissement .....	22
2.4.1 Survol des activités .....	22
2.4.2 Production, distribution et vente au détail de produits culturels .....	22
2.4.3 Édition et distribution de livres .....	23
2.4.4 Services de vidéo sur demande .....	23
2.4.5 Concurrence .....	23
2.4.6 Propriété .....	23
2.5 Secteur Technologies et communications interactives .....	24
2.5.1 Survol des activités .....	24
2.5.2 Privatisation de Nunun .....	24
2.5.3 Concurrence .....	24
2.5.4 Propriété .....	25
2.6 Secteur Internet – Portails .....	25
2.6.1 Survol des activités .....	25
2.6.2 Actifs médias nous appartenant par l’intermédiaire de Canoë .....	25
2.6.3 Actifs en commerce électronique nous appartenant par l’intermédiaire de Canoë .....	26
2.6.4 Concurrence .....	26
2.6.5 Propriété .....	26
2.7 Secteur Imprimerie .....	27
2.7.1 Propriété .....	28
2.8 Propriété intellectuelle .....	28
2.9 Ressources humaines .....	29
2.10 Réglementation environnementale .....	30
<b>RUBRIQUE 3 — FAITS SAILLANTS .....</b>	<b>30</b>
3.1 Faits saillants de 2007 et du premier trimestre de 2008 .....	30
3.1.1 Secteur Câblodistribution .....	31
3.1.2 Secteur Journaux .....	31
3.1.3 Télédiffusion .....	32
3.1.4 Secteur Loisir et divertissement .....	32

3.1.5	Secteur Technologies et communications interactives.....	32
3.1.6	Secteur Internet – Portails .....	32
3.2	Faits saillants de 2006 .....	32
3.2.1	Secteur Câblodistribution.....	33
3.2.2	Secteur Journaux.....	33
3.2.3	Secteur Loisir et divertissement.....	34
3.2.4	Secteur Technologies et communications interactives.....	34
3.2.5	Secteur Internet – Portails .....	34
3.3	Faits saillants de 2005 .....	34
3.3.1	Secteur Câblodistribution.....	34
3.3.2	Secteur Journaux.....	35
3.3.3	Secteur Loisir et divertissement.....	35
3.3.4	Secteur Technologies et communications interactives.....	35
3.3.5	Secteur Internet – Portails .....	35
<b>RUBRIQUE 4</b>	<b>— NOS ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS .....</b>	<b>35</b>
4.1	Nos administrateurs .....	35
4.2	Nos dirigeants .....	37
<b>RUBRIQUE 5</b>	<b>— NOTRE COMITÉ DE VÉRIFICATION.....</b>	<b>38</b>
5.1	Mandat du Comité de vérification .....	38
5.2	Composition du Comité de vérification .....	38
5.3	Formation et expérience pertinentes .....	39
5.4	Utilisation de certaines dispenses.....	39
5.5	Politique et procédures d’approbation préalable .....	39
5.6	Honoraires du vérificateur externe.....	40
<b>RUBRIQUE 6</b>	<b>— LITIGES.....</b>	<b>40</b>
<b>RUBRIQUE 7</b>	<b>— FACTEURS DE RISQUE .....</b>	<b>40</b>
<b>RUBRIQUE 8</b>	<b>— DESCRIPTION DE LA STRUCTURE DU CAPITAL .....</b>	<b>41</b>
8.1	Structure de notre capital.....	41
8.2	Notre capital-actions autorisé .....	42
8.3	Capital-actions émis et en circulation .....	42
8.4	Dividendes .....	42
8.5	Marché pour la négociation des titres.....	42
<b>RUBRIQUE 9</b>	<b>— MEMBRES DE LA DIRECTION ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉS DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES .....</b>	<b>43</b>
<b>RUBRIQUE 10</b>	<b>— NOS CONTRATS IMPORTANTS .....</b>	<b>44</b>
10.1	Convention entre actionnaires .....	44
10.2	Autres contrats importants .....	45
10.2.1	Contrats importants de Quebecor Media.....	45
10.2.2	Contrats importants de Vidéotron .....	47
<b>RUBRIQUE 11</b>	<b>— INTÉRÊTS DES EXPERTS.....</b>	<b>48</b>
<b>RUBRIQUE 12</b>	<b>— NOTRE AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES.....</b>	<b>48</b>
<b>RUBRIQUE 13</b>	<b>— ÉNONCÉS PROSPECTIFS.....</b>	<b>48</b>
<b>RUBRIQUE 14</b>	<b>— RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES .....</b>	<b>49</b>
<b>ANNEXE A</b>	<b>— INFORMATION SUR LE SECTEUR TÉLÉDIFFUSION CONTENUE DANS LA NOTICE ANNUELLE DU GROUPE TVA INC. DATÉE DU 12 MARS 2008.....</b>	<b>A-1</b>
<b>ANNEXE B</b>	<b>— MANDAT DU CONSEIL D’ADMINISTRATION.....</b>	<b>B-1</b>
<b>ANNEXE C</b>	<b>— MANDAT DU COMITÉ DE VÉRIFICATION .....</b>	<b>C-1</b>

## REMARQUE INTRODUCTIVE

Dans la présente notice annuelle, à moins d'incompatibilité avec le contexte, le mot « nous » et ses dérivés ainsi que le terme la « Compagnie » renvoient à Quebecor inc. sur une base consolidée, y compris ses sociétés de personnes, ses filiales et ses divisions ainsi que les sociétés qu'elles ont remplacées, mais à l'exclusion de Quebecor World, à moins d'indication contraire (voir la rubrique 2.7 ci-dessous, intitulée « Secteur Imprimerie »). Sauf indication contraire, i) toutes les mentions de « dollars », « \$ CA » et « \$ » renvoient à des dollars canadiens et ii) l'information présentée dans la présente notice annuelle est donnée au 31 décembre 2007. De plus, le tableau qui suit présente une liste de termes définis que nous utilisons dans toute la présente notice annuelle pour désigner diverses compagnies du groupe Quebecor.

Entité	Terme défini
Canoë inc.	« Canoë »
Corporation Sun Media	« Sun Media »
Les Éditions CEC inc.	« Éditions CEC »
Groupe Archambault inc.	« Groupe Archambault »
Groupe TVA inc.	« Groupe TVA »
Nurun inc.	« Nurun »
Osprey Media Publishing Inc.	« Osprey Media »
Quebecor Media inc.	« Quebecor Media »
Quebecor World Inc.	« Quebecor World »
Le SuperClub Vidéotron ltée	« Le SuperClub Vidéotron »
Vidéotron ltée	« Vidéotron »

## RUBRIQUE 1 — NOTRE COMPAGNIE

Nous avons été constitués en vertu de la partie I de la *Loi sur les compagnies* (Québec) par lettres patentes en date du 8 janvier 1965 et avons été continués sous l'autorité de la partie IA de la *Loi sur les compagnies* (Québec) par certificat de continuation daté du 6 juin 1983.

Nous exerçons nos activités dans les secteurs suivants des médias par l'entremise de notre filiale Quebecor Media : Câblodistribution, Journaux, Télédiffusion, Loisir et divertissement, Technologies et communications interactives et Internet – Portails. Au 31 décembre 2007, nous étions aussi actifs dans le secteur Imprimerie par l'entremise de Quebecor World. La Compagnie est présente en Amérique du Nord, en Europe, en Amérique latine et en Asie.

Notre siège social est situé au 612, rue Saint-Jacques, Montréal (Québec) Canada H3C 4M8. Notre numéro de téléphone est le (514) 954-0101 et l'adresse de notre site Internet est [www.quebecor.com](http://www.quebecor.com). Toutefois, les renseignements et les documents qui sont affichés sur notre site Internet ne font pas partie de la présente notice annuelle ni ne sont réputés intégrés par renvoi dans la présente notice annuelle.

## **Quebecor Media**

Quebecor Media est, grâce à sa filiale en exploitation Vidéotron, le principal câblodistributeur du Québec et le troisième en importance au Canada, dans chaque cas d'après le nombre d'abonnés au câble, un important fournisseur d'accès Internet et un fournisseur de services téléphoniques au Québec. Par l'intermédiaire de ses filiales en exploitation Sun Media et Osprey Media, Quebecor Media est le plus grand éditeur de journaux du Québec et du Canada, d'après le tirage payant et non payant total. Sun Media occupe le premier ou le deuxième rang, d'après le tirage payé, sur le marché respectif de chacun de ses huit quotidiens urbains. Par l'intermédiaire de notre filiale ouverte en exploitation Groupe TVA, nous sommes le principal télédiffuseur du secteur privé du Québec, d'après la part de marché, et un des principaux producteurs d'émissions de télévision de langue française du secteur privé du Québec, d'après le nombre d'heures de production et de diffusion de programmation de langue française.

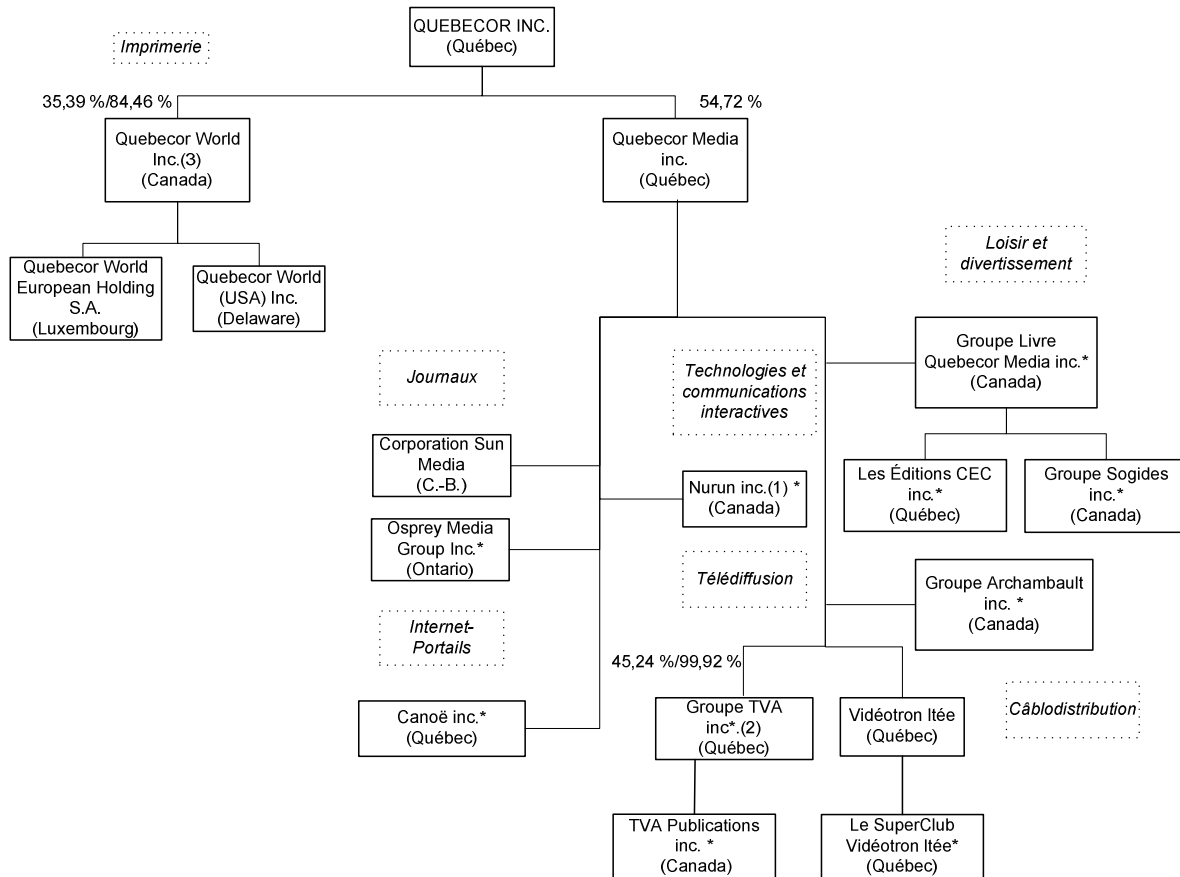
Nous sommes également actifs dans l'édition et la distribution de livres; l'édition et la production de magazines; la distribution et la vente au détail de produits culturels par l'intermédiaire d'entreprises telles que le Groupe Archambault, propriétaire d'une des principales chaînes de magasins de musique, de livres, de vidéos et d'instruments de musique du Québec et l'un des plus grands producteurs de produits musicaux de langue française du Québec ainsi qu'un des plus grands distributeurs indépendants de produits musicaux (distribution classique et téléchargement numérique) et vidéo du Canada; la distribution de films et d'émissions de télévision par l'intermédiaire de TVA Films; et la location et la vente au détail de vidéos et de jeux vidéo par l'intermédiaire de la chaîne de magasins de location de vidéos Le SuperClub Vidéotron, qui constitue la plus grande chaîne de magasins vidéo du Québec. Dans le secteur des nouveaux médias, nous avons mis sur pied, par l'intermédiaire de Canoë, deux des principaux portails Internet de nouvelles et d'information de langue anglaise et française du Canada, de même que des sites Internet de premier plan consacrés à l'automobile, à l'emploi, aux annonces personnelles, aux communautés sociales, à la recherche sur le Web, à l'immobilier et aux petites annonces. Par l'intermédiaire de notre filiale Nurun, nous offrons à des sociétés mondiales et locales des services-conseils, qui comprennent la planification stratégique et le *branding* en ligne, la conception et la mise au point de sites Internet, d'intranets, d'extranets et d'interfaces utilisateurs pour les nouveaux médias interactifs (téléphones mobiles, télévision interactive), l'intégration de plateformes techniques, la conception et la gestion de programmes de marketing, les achats médias en ligne et les campagnes de gestion des relations clients en ligne, de même que l'analyse des données recueillies par ces différents moyens interactifs.

## **Quebecor World**

Par l'entremise de Quebecor World, nous offrons également des services d'impression tels que l'impression de magazines, d'encarts publicitaires, de catalogues, de livres, de produits de publipostage et d'annuaires. Quebecor World offre aussi des services prémédias numériques et des services logistiques (voir la rubrique 2.7 ci-dessous, intitulée « Secteur Imprimerie »).

### **1.1 NOS FILIALES**

L'organigramme ci-après présente nos principales filiales au 31 décembre 2007, par secteurs d'activité, leur territoire de constitution ou de prorogation, ainsi que le pourcentage des droits de vote que nous y détenons, directement ou indirectement. Certaines filiales dont l'actif total ne représentait pas plus de 10 % de notre actif consolidé au 31 décembre 2007 ou dont le chiffre d'affaires et les produits d'exploitation ne représentaient pas plus de 10 % de notre chiffre d'affaires consolidé et de nos produits d'exploitation consolidés à cette date ont été omises. L'ensemble des filiales omises représentait moins de 20 % de notre actif consolidé et moins de 20 % de notre chiffre d'affaires consolidé et de nos produits d'exploitation consolidés au 31 décembre 2007. Les filiales identifiées à l'aide d'un astérisque (\*) représentent 10 % ou moins du total de nos actifs consolidés ou 10 % ou moins de notre chiffre d'affaires consolidé et de nos produits d'exploitation consolidés au 31 décembre 2007. Nous les avons incluses afin de donner une meilleure compréhension de notre structure générale.



**Note :** Cet organigramme présente notre structure au 31 décembre 2007. À moins d'indication contraire, nous détenons 100 % des titres de participation et des titres comportant droit de vote de nos filiales (au besoin, le chiffre de gauche indique le pourcentage de la participation détenue directement ou indirectement par la Compagnie et le chiffre de droite indique le pourcentage des droits de vote détenus).

(1) Depuis le 26 février 2008, Québecor Media détient toutes les actions ordinaires de Nurun. Au 31 décembre 2007, le pourcentage détenu par Québecor Media était de 57,49%.

(2) Le 2 juin 2008, Groupe TVA a complété une offre publique de rachat d'actions importante aux termes de laquelle, la compagnie a racheté et annulé 3 000 642 actions de classe B sans droit de vote. Par conséquent, Québecor Media détient maintenant 50,90 % des actions en circulation et 99,92 % des droits de vote dans Groupe TVA.

(3) Au 2 juin 2008, Québecor détenait 24,60 % des actions en circulation et 76,44 % des droits de vote dans Québecor World.

## RUBRIQUE 2 — NOS ACTIVITÉS

Nous possédons et contrôlons une des principales compagnies de médias du Canada, Québecor Media, qui compte des activités dans le secteur des services médias imprimés commerciaux, de la câblodistribution, des télécommunications résidentielles et d'affaires, de l'édition de journaux, de la télédiffusion, de la vente au détail, l'édition et la distribution de livres, de magazines et de vidéos, de l'enregistrement, la production et la distribution de musique, et de services liés aux nouveaux médias. Par l'intermédiaire de nos filiales en exploitation, nous détenons des positions de chef de file de création, de promotion et de distribution de services de nouvelles et de divertissement et de services reliés à Internet conçus pour séduire des auditoires au sein de chaque catégorie démographique.

Les tableaux ci-dessous détaillent les revenus par secteurs d'activité et par secteurs géographiques pour chacun de nos sept secteurs d'exploitation au cours des deux derniers exercices, de même que les revenus du siège social et revenus intersectoriels pour ces exercices. Ces tableaux ne comprennent pas les données relatives aux revenus de Quebecor World. Voir la rubrique 2.7, intitulée « Secteur Imprimerie ».

	<b>Exercices terminés les 31 décembre</b>	
	<b>2007</b>	<b>2006</b>
	(en millions de dollars canadiens)	
<b>Revenus par secteurs d'activité</b>		
<b>Quebecor Media</b>		
Câblodistribution	1 552,6	1 309,5
Journaux	1 028,1	928,2
Télédiffusion	415,5	393,3
Loisir et divertissement	329,8	315,8
Technologies et communications interactives	82,0	73,9
Internet – Portails	48,3	41,6
Siège social et Intersectoriels	(90,4)	(63,7)
	<b>3 365,9 \$</b>	<b>2 998,6 \$</b>

	<b>Exercices terminés les 31 décembre</b>	
	<b>2007</b>	<b>2006</b>
	(en millions de dollars canadiens)	
<b>Revenus par secteurs géographiques</b>		
<b>Revenus générés :</b>		
Canada	3 317,4 \$	2 949,1 \$
États-Unis	14,5	19,4
Europe	32,1	28,8
Autres	1,9	1,3
	<b>3 365,9 \$</b>	<b>2 998,6 \$</b>

## **2.1 SECTEUR CABLÔDISTRIBUTION**

### **2.1.1 Survol des activités**

Par l'intermédiaire de notre entreprise de télédistribution, nous sommes le principal cablôdistributeur au Québec et le troisième au Canada d'après le nombre de clients abonnés au câble, un important fournisseur d'accès Internet et un fournisseur de services téléphoniques au Québec. Nous offrons des services de télévision payante, d'accès Internet, de téléphonie par câble et de téléphonie mobile sans fil. Notre réseau de câblodistribution couvre environ 80 % des quelque 3,3 millions de résidences et d'établissements commerciaux du Québec qui sont desservis par le câble. Nos licences de câblodistribution comprennent des licences pour la région métropolitaine de Montréal, le deuxième marché urbain au Canada. La région métropolitaine de Montréal est l'une des plus importantes concentrations de clients au Canada et parmi les plus importantes en Amérique du Nord, d'après le nombre de clients abonnés au câble. Cette concentration nous permet d'offrir un meilleur rendement opérationnel et constitue un élément essentiel pour la mise au point et le lancement de nos offres de services groupés.

Au 31 décembre 2007, nous comptons environ 1,64 million de clients abonnés au service de base du câble (que nous définissons comme les clients qui reçoivent le service de base du câble, y compris les clients abonnés aux services analogiques et numériques), soit un taux de pénétration de 65,6 % pour ce type de service. Grâce à notre couverture étendue des services à large bande, nous offrons aussi des services de télévision numérique et des services d'accès Internet par câble à environ 99 % du nombre total de foyers que nous desservons. Au cours des dernières années, nous avons accru rapidement notre clientèle des services numériques et, au 31 décembre 2007, nous comptons 768 211 clients abonnés au

service numérique, soit 46,9 % de notre clientèle du service de base et 30,8 % du nombre total de foyers que nous desservons. Nous avons aussi accru rapidement notre clientèle du service d'accès Internet par câble et, au 31 décembre 2007, nous comptons 932 989 clients abonnés à ce service, soit 57,0 % de notre clientèle du service de base et 37,4 % du nombre total de foyers que nous desservons. Nous estimons que l'augmentation constante du taux de pénétration de nos services de télévision numérique, d'accès Internet par câble, de téléphonie et de voix et données sans fil fera accroître les revenus moyens par client.

Notre réseau coaxial de fibres hybrides (HFC) bidirectionnelles nous a permis de lancer en janvier 2005 un service de téléphonie faisant appel à la technologie voix sur protocole Internet (« VoIP ») à l'intention de notre clientèle résidentielle et commerciale. Au 31 décembre 2007, nous avons 636 666 abonnés de la téléphonie par câble (dont 314 clients de Softphone), soit 38,8 % de notre clientèle de base et 25,5 % du nombre total de foyers que nous desservons. De plus, au 31 décembre 2007, environ 98 % de tous nos abonnés du câble se trouvaient dans des régions où notre service de téléphonie par câble était disponible.

Le 10 août 2006, nous avons lancé nos services de téléphonie mobile sans fil dans la région de Québec à titre d'exploitant de réseau mobile virtuel (ou « ERMV ») en utilisant le réseau GSM/GPRS de Rogers Sans-fil Inc. (« Rogers Sans-fil ») (filiale de Rogers Communications Inc.). Depuis lors, ces services ont été déployés entièrement dans tout le Québec. Au 31 décembre 2007, nous avons activé plus de 45 682 lignes.

Notre filiale Quebecor Media a rempli les conditions requises en vue de participer à la Mise aux enchères relatives aux services sans fil évolués et autres bandes de fréquences dans la gamme de 2 GHz faite au Canada (« mise aux enchères du spectre 3G »), qui a commencé le 27 mai 2008. En ce qui concerne la mise aux enchères du spectre 3G, Quebecor Media a l'intention de concentrer ses efforts sur les régions qui présentent, selon elle, des perspectives de croissance intéressantes pour des services sans fil, sur la foi d'une analyse de facteurs démographiques, économiques et autres (y compris des facteurs propres au Québec, où nous exerçons notre activité). Voir la rubrique 2.1.2 ci-dessous, intitulée « Nos produits et services ».

Nous offrons nos produits et services évolués, qui comprennent la vidéo sur demande et certains services de télévision interactive, en tant que forfait groupé unique en son genre par comparaison avec l'offre des concurrents au sein de notre marché. Nous distinguons nos services en offrant un accès Internet à plus haute vitesse et la programmation en langue française la plus variée du Canada. Nous sommes convaincus que nos forfaits groupés de produits et de services, alliés à notre orientation client et à l'étendue de nos offres de programmation en langue française, se sont traduits par une amélioration de la satisfaction de la clientèle, une augmentation de l'utilisation de nos services et une meilleure rétention de nos clients.

Par l'intermédiaire du SuperClub Vidéotron, nous exploitons aussi la principale chaîne de magasins de location de vidéos et de jeux vidéo du Québec et l'une des plus grandes chaînes canadiennes de ce type; nous comptons en effet 258 établissements de détail (dont 206 sont franchisés) et plus de 1,65 million de membres au sein de nos clubs vidéo.

### **2.1.2 Nos produits et services**

Nous offrons à nos clients des services de câblodistribution et une programmation en mode analogique ainsi que des produits et services nouveaux et évolués sur très large bande passante tels que l'accès Internet par câble, la télévision numérique, les émissions payantes et des services télévisuels et interactifs sélectionnés. Nous continuons de concentrer notre attention sur nos services d'accès Internet par câble, de télévision numérique et de téléphonie, qui sont de plus en plus populaires auprès de la clientèle. Avec notre réseau à large bande évolué, nous avons pour objectif d'accroître la pénétration des services à valeur ajoutée tels que la vidéo sur demande, la télévision haute définition et les enregistreurs vidéo personnels, de même que la programmation et la publicité interactives.

Nous offrons un service de téléphonie par câble au Québec, produit qui tire parti de notre clientèle en faisant appel à ce qui était le réseau et l'expertise de télécommunications de Vidéotron Télécom Ltée

(« Vidéotron Télécom »). Nous avons intégré les activités de Vidéotron Télécom aux nôtres après la fusion de Vidéotron Télécom avec Vidéotron le 1<sup>er</sup> janvier 2006.

Le 10 août 2006, nous avons lancé nos services de téléphonie mobile sans fil à titre d'ERMV dans tout le Québec, en faisant appel au réseau GSM/GPRS de Rogers Sans-fil. Grâce à nos relations stratégiques avec Rogers Sans-fil, l'exploitant du principal réseau de communications voix et données sans fil intégré du Canada, nous offrons aux consommateurs québécois un quatuor de services, soit la télévision, l'Internet à large bande et la téléphonie par câble ainsi que la téléphonie mobile sans fil de marque Vidéotron. Nos services comprennent l'itinérance internationale et des options populaires telles que la messagerie vocale, l'appel en attente, l'affichage des appels, la transmission d'appels, la messagerie texte et la conférence à trois. Nous avons la charge d'acquérir et de facturer les clients ainsi que de fournir le soutien à la clientèle sous notre propre marque.

Pour accroître notre offre de produits et services et être plus compétitive, notre filiale Quebecor Media a rempli les conditions requises en vue de participer à la mise aux enchères du spectre 3G pour le Canada, qui a commencé le 27 mai 2008. En ce qui concerne la mise aux enchères du spectre 3G, Quebecor Media a l'intention de concentrer ses efforts sur les régions qui présentent, selon elle, des perspectives de croissance intéressantes pour des services sans fil, sur la foi d'une analyse de facteurs démographiques, économiques et autres (y compris des facteurs propres au Québec, où nous exerçons notre activité) et elle a l'intention d'être particulièrement disciplinée sur le plan financier quant aux prix qu'elle est disposée à payer pour obtenir de telles licences. Si Quebecor Media remporte une partie des enchères et obtient une ou des licences visant le spectre dans le cadre de la mise aux enchères du spectre 3G, on prévoit actuellement que les fréquences qui pourront être obtenues dans la province de Québec seront transférées à notre filiale de câblodistribution en exploitation, Vidéotron. Nous ne pouvons assurer que la stratégie en matière d'enchère de notre filiale dans le cadre de la mise aux enchères du spectre 3G sera fructueuse ou que la bande de fréquences répondant aux critères qu'elle a établis à l'interne lui sera accessible à des prix acceptables. Sous réserve des règles applicables à la mise aux enchères du spectre 3G et des considérations stratégiques mises de l'avant par Quebecor Media, cette dernière pourra conclure des accords avec un partenaire ou plus relativement aux licences octroyées à l'extérieur du Québec en vue de lancer un service sans fil national au Canada. Quebecor Media n'a pas pris de décision au sujet d'accords de ce genre et rien ne garantit qu'elle serait en mesure de conclure de tels accords ou qu'elle pourrait le faire à des conditions intéressantes sur le plan commercial. Quebecor Media étudie actuellement diverses possibilités en ce qui concerne l'acquisition éventuelle de fréquences à l'extérieur du Québec.

### **2.1.2.1 Nos services traditionnels de câblodistribution**

Les clients qui s'abonnent à nos services classiques « de base » et « étendus » en mode analogique reçoivent généralement un ensemble de 45 canaux de programmation télévisuelle selon la capacité de la bande passante de leur système de câblodistribution local. Les clients qui paient un supplément peuvent également s'abonner à d'autres canaux, individuels ou en bloc. Nous visons à adapter nos forfaits de canaux aux besoins particuliers de nos différentes clientèles.

Nos services de câblodistribution en mode analogique comprennent les services suivants :

*Service de base.* Tous nos clients reçoivent un ensemble de programmation de base comprenant les stations de télédiffusion locales, les quatre réseaux commerciaux américains et PBS, certains services de programmation spécialisée canadiens et une programmation communautaire locale et régionale. Nos clients abonnés au service de base reçoivent généralement 27 canaux avec le service de base du câble.

*Service de base étendu.* Ce niveau de services de programmation étendu, généralement constitué d'environ 18 canaux, comprend un ensemble de canaux de programmation télévisuelle spécialisée en langue française et en langue anglaise et des canaux américains sur le câble en plus de l'ensemble de canaux du service de base décrit ci-dessus. Appelé « Télémax », ce service a été lancé dans la plupart de nos marchés en grande partie pour satisfaire la demande des clients, qui désiraient une plus grande flexibilité et davantage de choix.

### 2.1.2.2 Nos produits et services évolués

La très large bande passante du câble constitue un facteur clé contribuant au succès de la prestation de produits et de services évolués. Plusieurs technologies émergentes et l'usage grandissant d'Internet chez nos clients nous ont ouvert des occasions importantes d'augmenter nos sources de revenus. Nous offrons actuellement divers produits et services évolués, dont l'accès Internet par câble, la télévision numérique, la téléphonie par câble et certains services interactifs. Nous avons l'intention de continuer à développer et à déployer des services supplémentaires afin d'élargir davantage notre offre de services.

*Accès Internet par câble.* En tirant avantage de notre infrastructure de câblodistribution évoluée, nous offrons à nos clients du secteur résidentiel un service d'accès Internet principalement par modem câble rattaché à un ordinateur personnel. Nous fournissons ce service à une vitesse allant jusqu'à 360 fois la vitesse d'un modem téléphonique classique. En février 2008, nous avons également effectué un lancement restreint (limité à notre clientèle de Laval, au Québec) de nos services à large bande, qui offrent des vitesses pouvant atteindre 900 fois celle d'un modem téléphonique classique. Nous prévoyons pour le moment élargir la portée de cette offre plus tard au cours de l'année 2008. Au 31 décembre 2007, nous comptons 932 989 clients au service Internet par câble, soit 57,0 % de nos abonnés au service de base et 37,4 % du nombre total de foyers que nous desservons. D'après des estimations internes, nous sommes le plus important fournisseur d'accès Internet dans les régions que nous desservons, et notre part du marché était évaluée à 52,9 % au 31 décembre 2007.

*Télévision numérique.* Nous avons installé des équipements de tête de ligne pouvant assurer des transmissions à codage numérique vers un terminal numérique bidirectionnel dans les foyers des clients. Cette connexion numérique fournit des avantages importants; notamment, elle augmente la capacité des canaux, ce qui nous permet d'accroître la programmation et les services offerts tout en permettant une plus grande flexibilité dans nos blocs de services. Notre bloc numérique de base inclut 25 canaux de télévision, 45 canaux audio fournissant de la musique de qualité CD, 16 chaînes radio AM/FM, un guide de programmation interactive ainsi que la possibilité de recevoir le courrier électronique par le truchement de la télévision. Notre forfait de service de base étendu de télévision numérique, appelé « à la carte » (qui permet de choisir les canaux un par un) donne aux clients la possibilité de choisir plus de 200 canaux supplémentaires, dont des superstations américaines et d'autres programmes de divertissement spéciaux, leur permettant ainsi de personnaliser leurs choix. Ce forfait offre également aux clients une flexibilité de programmation considérable, y compris l'option de langue française seulement, langue anglaise seulement ou une combinaison de programmation en langue française et en langue anglaise, de même que plusieurs canaux en langues étrangères. Nous offrons également des services thématiques préassemblés dans les domaines des nouvelles, des sports et des découvertes. Les clients qui achètent un service de base et un bloc personnalisé peuvent également obtenir des canaux « à la carte » moyennant un tarif mensuel indiqué par canal. Dans notre offre de services numériques, les clients peuvent aussi acheter des services de quasi-vidéo sur demande facturés par événement commandé. Au 31 décembre 2007, nous avons 768 211 clients abonnés à notre service de télévision numérique, soit 46,9 % de nos clients abonnés au service de base et 30,8 % du nombre total de foyers desservis. Nos clients ont actuellement la possibilité d'acheter ou de louer les terminaux numériques requis pour le service numérique. Nous croyons que la vente d'équipement aux clients améliore le taux de rétention de nos clients et, au 31 décembre 2007, nous comptons plus de 953 000 terminaux déployés, dont environ 96 % avaient été vendus aux clients et 4 % étaient loués.

*Téléphonie par câble.* En janvier 2005, nous avons lancé notre service de téléphonie par câble fondé sur la technologie VoIP dans certaines régions de la province de Québec et, depuis lors, nous avons déployé progressivement cette offre de service auprès de nos autres clients résidentiels et commerciaux dans la province de Québec. Au 31 décembre 2007, notre service de téléphonie par câble était accessible à 96,9 % des foyers que nous desservions. Notre service de téléphonie par câble comprend les appels locaux et interurbains et permet à tous nos clients abonnés au service de téléphonie, tant résidentiel que commercial, d'avoir accès à toutes les caractéristiques du service exigées aux termes de la Décision 97-8 du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (« CRTC ») et d'autres décisions et ordonnances des organismes de réglementation, y compris le service d'urgence 911 amélioré; la transférabilité du numéro d'une entreprise de téléphonie locale à une autre; un service de transmission de messages qui permet aux clients de communiquer avec des personnes malentendantes; et une

variété de fonctions servant à protéger la vie privée, tel le dépistage d'appels. Nous offrons aussi gratuitement les inscriptions de base dans les annuaires téléphoniques locaux ainsi que tous les services d'assistance de la téléphoniste, services qui comprennent : les appels avec assistance de la téléphoniste; les appels à frais virés et les appels indirects; l'assistance-annuaire pour les appels locaux, nationaux et internationaux; les appels de personne à personne; et le service de vérification d'occupation de ligne. Enfin, nous proposons dans le cadre de notre service de téléphonie un grand nombre de fonctions facultatives pratiques, notamment : l'identification du nom et du numéro de l'appelant; l'appel en attente avec sonnerie personnalisée et indicateur sonore audible pour les appels interurbains; l'identificateur du nom et du numéro de l'appelant sur l'appel en attente; un voyant pour l'atteinte de la capacité maximale de la boîte vocale et un indicateur audible de message en attente; le renvoi automatique d'appels; les conférences à trois; le rappel automatique; et l'identification et le rappel du dernier demandeur. La téléphonie VoIP nous permet d'offrir de nouvelles options à la fine pointe de la technologie telles que la fonction de messagerie vocale par courrier électronique lancée en décembre 2005, qui permet aux clients d'avoir accès à leurs messages vocaux par courrier électronique sous forme de pièces jointes de format audio. Fidèle à notre position concurrentielle résultant des services groupés et différenciés que nous offrons, nous fournissons aussi l'installation gratuite du service téléphonique aux clients qui profitent déjà de la câblodistribution et/ou d'Internet ainsi qu'aux nouveaux clients de services groupés. Nous offrons aussi à nos clients abonnés à des services groupés des rabais par rapport à la somme des prix des services individuels qui leur sont fournis. De plus, nous accordons des rabais sur l'abonnement à une deuxième ligne. Le 24 octobre 2007, nous avons lancé le service Softphone, notre nouveau service informatique offrant aux usagers plus de souplesse au moment de leurs déplacements, la capacité de faire des appels locaux n'importe où dans le monde et de nouvelles fonctions de gestion des communications. Au 31 décembre 2007, nous avons 636 666 abonnés à notre service de téléphonie par câble (y compris les 314 clients du service Softphone), ce qui représente un taux de pénétration de 38,8 % de nos abonnés au service de base du câble et de 25,5 % des foyers que nous desservons.

*Services de téléphonie mobile sans fil.* Le 10 août 2006, nous avons lancé nos services de téléphonie mobile sans fil à titre d'ERMV dans la région de Québec en faisant appel au réseau GSM/GPRS de Rogers Sans-fil. Depuis lors, les services ont été déployés entièrement dans tout le Québec. Grâce à nos relations stratégiques avec Rogers Sans-fil, l'exploitant du principal réseau de communications voix et données sans fil intégré du Canada, nous offrons aux consommateurs québécois un quatuor de services, soit la télévision, l'Internet à large bande et la téléphonie par câble ainsi que la téléphonie mobile sans fil de marque Vidéotron. Nos services comprennent l'itinérance internationale et des options populaires telles que la messagerie vocale, l'appel en attente, l'affichage des appels, le renvoi automatique, la messagerie texte et la conférence à trois. Nous avons la charge d'acquiescer et de facturer les clients ainsi que de fournir le soutien à la clientèle sous notre propre marque. Au 31 décembre 2007, plus de 45 682 lignes avaient été activées. Pour offrir à nos clients des services multimédia mobiles intégrés et être plus compétitive, notre filiale Quebecor Media a rempli les conditions requises en vue de participer à la mise aux enchères du spectre 3G pour le Canada, qui a commencé le 27 mai 2008. Voir la rubrique 2.1.2 ci-dessus, intitulée « Nos produits et services ».

*Vidéo sur demande.* Le service de vidéo sur demande permet aux clients abonnés à la câblodistribution en mode numérique de louer, parmi la sélection qui est offerte, des films, des documentaires et d'autres programmes à partir de leur terminal numérique. Nos abonnés à la télévision numérique peuvent louer ces produits pour une période de 24 heures, pendant laquelle ils peuvent regarder à leur convenance l'émission choisie, avec la flexibilité d'arrêter, de reculer, d'avancer, d'interrompre et de regarder à nouveau l'émission. Notre service de vidéo sur demande est offert à 99 % des foyers que nous desservons. Nous offrons aussi, par abonnement, des chaînes de télévision payante qui permettent à nos clients d'accéder à la vidéo sur demande et de regarder le programme de leur choix à l'heure qui leur convient le mieux.

*Autres produits et services.* Pour maintenir et améliorer nos parts de marché, nous nous concentrons sur l'augmentation de la pénétration de la télévision haute définition et des enregistreurs vidéo personnels, ainsi que d'autres produits et services à valeur ajoutée.

Le tableau suivant résume nos statistiques sur la clientèle abonnée à nos services de câblodistribution analogiques et numériques et à nos produits et services évolués :

	<u>2003</u>	<u>2004</u>	<u>Au 31 décembre</u> <u>2005</u>	<u>2006</u>	<u>2007</u>
Foyers desservis <sup>1</sup> .....	2 351 344	2 383 443	2 419 335	2 457 213	2 497 403
<b>Câblodistribution</b>					
Abonnés au service de base <sup>2</sup> .....	1 424 144	1 452 554	1 506 113	1 572 411	1 638 097
Pénétration <sup>3</sup> .....	60,6 %	60,9 %	62,3 %	64,0 %	65,6 %
Abonnés au service numérique .....	240 863	333 664	474 629	623 646	768 211
Pénétration <sup>4</sup> .....	16,9 %	23,0 %	31,5 %	39,7 %	46,9 %
Nombre de terminaux numériques .....	257 350	362 053	537 364	738 530	953 393
<b>Accès Internet par téléphone</b>					
Abonnés à l'accès par téléphone.....	28 821	23 973	18 034	13 426	9 052
<b>Accès Internet par câble</b>					
Abonnés au modem câble.....	406 277	502 630	637 971	791 966	932 989
Pénétration <sup>3</sup> .....	17,3 %	21,1 %	26,4 %	32,2 %	37,4 %
<b>Services de téléphonie</b>					
Abonnés à la téléphonie par câble.....	—	2 135	162 979	397 860	636 666
Pénétration <sup>3</sup> .....	—	0,1 %	6,7 %	16,2 %	25,5 %
Lignes téléphoniques sans fil.....	—	—	—	11 826	45 682

1. « Foyers desservis » désigne le nombre de résidences, telles les habitations à logement unique ou les habitations à logements multiples, et les établissements commerciaux desservis par le réseau de télévision par câble dans une région donnée desservie par le câble dans laquelle les services de programmation sont offerts.
2. Les abonnés au service de base sont les clients qui reçoivent le service de câblodistribution de base en mode analogique ou numérique. Le nombre d'abonnés au service de base pour les exercices 2003 et 2004 a été redressé afin de permettre la comparaison de ces nombres au nombre d'abonnés au service de base entre 2005 et 2007.
3. Représente le nombre d'abonnés en pourcentage du nombre total de foyers desservis.
4. Représente le nombre d'abonnés au service numérique en pourcentage du nombre d'abonnés au service de base.

Au cours de l'exercice terminé le 31 décembre 2007, nous avons enregistré une augmentation nette de 65 686 clients pour le service de base du câble. Au cours de la même période, nous avons également enregistré les ajouts nets suivants : 141 023 abonnés à notre service d'accès Internet par câble; 144 565 clients abonnés à notre service de télévision numérique, ce dernier comprenant des clients qui sont passés de notre service de câblodistribution analogique au service de télévision numérique; et 238 836 clients abonnés à nos services de téléphonie par câble. En 2007, nous avons activé 33 856 lignes pour nos services de téléphonie mobile sans fil.

### 2.1.2.3 Nos services de télécommunications d'affaires

Nous avons intégré les activités de Vidéotron Télécom à celles de Vidéotron dans le cadre de la fusion de Vidéotron Télécom et de Vidéotron le 1<sup>er</sup> janvier 2006. Nous fournissons une grande variété de services : solutions réseau, services Internet, solutions d'hébergement d'applications ou de serveurs, service téléphonique local et interurbain et services audio-vidéo offrant la qualité d'un studio à l'intention des moyennes et grandes entreprises, des fournisseurs d'accès Internet, des fournisseurs de services applicatifs (ASP), des diffuseurs et des entreprises de télécommunications, tant au Québec qu'en Ontario.

### 2.1.2.4 Nos magasins vidéo

Par l'intermédiaire du SuperClub Vidéotron, nous exploitons également la plus grande chaîne de magasins de location de vidéos et de jeux vidéo du Québec, qui est aussi une des plus grandes du genre au Canada, avec ses 258 établissements de détail (dont 206 sont franchisés) et ses clubs vidéo comptant plus de 1,65 million de membres. Le SuperClub Vidéotron, qui compte 158 magasins de détail établis dans nos marchés, est à la fois une vitrine et un réseau de distribution précieux et rentable pour

notre assortiment croissant de produits et de services évolués, tels l'accès Internet par câble, la télévision numérique et la téléphonie mobile sans fil.

### 2.1.3 Prix de nos produits et services

Les revenus de Vidéotron sont principalement tirés des frais mensuels payés par nos clients pour les services de câblodistribution. Les tarifs que nous facturons varient en fonction du marché desservi et du niveau de service sélectionné. Habituellement, les tarifs sont ajustés chaque année. Vidéotron offre aussi à nos clients de services groupés des rabais par rapport à la somme des prix des services individuels qui leur sont fournis. Au 31 décembre 2007, les frais mensuels moyens pour le service de base et le service de base étendu étaient de 23,67 \$ et de 37,53 \$, respectivement, les frais mensuels moyens pour le service numérique de base et le service numérique de base étendu étaient de 14,00 \$ et de 42,48 \$, respectivement. Des frais d'installation uniques, dont le client peut être exonéré en partie pendant certaines périodes de promotion, sont imputés aux nouveaux clients. Des frais mensuels pour l'équipement loué tel que les terminaux et les modems câbles sont également imputés aux clients.

Le CRTC ne réglemente que les tarifs du service de câblodistribution de base. Les frais pour le service de câblodistribution étendu (en sus des frais du service de câblodistribution de base), les services de télévision payante et à la carte et la location des terminaux sont fixés par nous sur une base commerciale en fonction d'un marché libre et ne sont pas réglementés par le CRTC.

Bien que les services que nous offrons varient selon le marché en raison des différences dans la capacité de la bande passante des systèmes de câblodistribution dans chacun de nos marchés, de facteurs concurrentiels et d'autres facteurs, nos services sont habituellement offerts dans des fourchettes de tarifs mensuels tenant compte de rabais offerts pour les services groupés, à savoir :

<u>Service</u>	<u>Fourchette de tarifs</u>
Câble analogique de base <sup>1</sup> .....	15,07 \$ – 29,88 \$
Câble analogique de base étendu <sup>1</sup> .....	28,50 \$ – 42,19 \$
Câble numérique de base .....	13,98 \$ – 15,98 \$
Câble numérique de base étendu <sup>1</sup> .....	27,98 \$ – 76,98 \$
Télévision payante .....	3,99 \$ – 29,99 \$
Télévision à la carte (coût par film ou événement) .....	3,99 \$ – 54,99 \$
Vidéo sur demande (coût par film ou événement) .....	0,99 \$ – 29,99 \$
Accès Internet par téléphone .....	9,95 \$ – 19,95 \$
Accès Internet par câble <sup>2</sup> .....	27,95 \$ – 89,95 \$
Téléphonie par câble .....	16,95 \$ – 22,95 \$
Téléphonie mobile sans fil .....	22,65 \$ – 78,35 \$

1. Ces tarifs reflètent les augmentations de tarif mensuel, entrées en vigueur le 15 mars 2008, de 1,00 \$ pour le câble analogique de base, le câble analogique de base étendu et le câble numérique de base étendu.
2. Ces tarifs reflètent les augmentations de tarif mensuel, entrées en vigueur le 1<sup>er</sup> mars 2008, de 1,00 \$ pour l'Internet de base et de 2 \$ pour l'Internet haute vitesse.

### 2.1.4 La technologie de notre réseau

Au 31 décembre 2007, notre réseau de câblodistribution englobait 18 637 kilomètres de câbles à fibre optique et 35 115 kilomètres de câbles coaxiaux, desservant environ 2,5 millions de foyers et environ 1,79 million de clients. Notre réseau est le plus vaste réseau à large bande du Québec, couvrant environ 80 % des foyers desservis et plus de 80 % des entreprises situées dans les régions métropolitaines les plus importantes du Québec et de l'Ontario. Notre vaste réseau peut être raccordé directement aux réseaux déployés en Ontario, dans l'est du Québec, dans les Maritimes et aux États-Unis.

Le tableau suivant résume l'état technologique actuel de notre réseau, selon le pourcentage de la clientèle ayant accès aux bandes passantes énumérées ci-dessous et la capacité bidirectionnelle :

	<u>450 MHz et moins</u>	<u>480 à 625 MHz</u>	<u>750 à 860 MHz</u>	<u>Capacité bidirectionnelle</u>
31 décembre 2003	3 %	23 %	74 %	97 %
31 décembre 2004	3 %	23 %	74 %	97 %
31 décembre 2005	2 %	23 %	75 %	98 %
31 décembre 2006	2 %	23 %	75 %	98 %
31 décembre 2007	1 %	2 %	97 %	99 %

Nos réseaux de câblodistribution comprennent quatre parties distinctes : les réseaux d'acquisition des signaux, les têtes de lignes régionales, les réseaux de distribution et les fils de service de clients. Le réseau d'acquisition des signaux recueille une grande variété de signaux de télévision, de radio et de multimédias. Ces signaux et services proviennent d'une source locale ou d'un fournisseur de contenu, ou ils sont recueillis par des sites distants choisis pour leur qualité de réception hertziennne ou par satellite, puis transmis aux têtes de lignes régionales par des liaisons hertziennes, des liaisons coaxiales ou des systèmes relais à fibre optique. Chaque tête de ligne régionale traite, module, brouille et combine les signaux afin de les distribuer dans tout le réseau. Chaque tête de ligne régionale est reliée à la tête de ligne primaire de façon à recevoir le signal numérique MPEG2 et le réseau fédérateur IP pour les services Internet. La première étape de cette distribution consiste en une liaison à fibre optique ou une liaison à micro-ondes de très grande capacité qui distribue les signaux aux têtes de lignes de distribution ou secondaires. Le signal utilise ensuite le réseau hybride fibre-coaxial, composé d'amplificateurs à large bande et de câbles coaxiaux pouvant desservir un rayon allant jusqu'à 30 kilomètres depuis les têtes de lignes de distribution ou secondaires jusqu'aux fils de service des clients. Les fils de service de clients transmettent le signal directement à la télévision du client ou, selon la zone ou les services sélectionnés, par l'intermédiaire de divers types d'équipement de client, y compris des terminaux.

Nous avons adopté l'architecture de réseau HFC comme norme pour les améliorations continues de notre réseau. L'architecture de réseau HFC combine l'utilisation du câble à fibre optique avec le câble coaxial. Le câble à fibre optique possède des caractéristiques de fréquence sur large bande, une immunité au bruit et une durabilité physique excellentes et peut transporter des centaines de canaux vidéo et de données sur de vastes étendues. Le câble coaxial est moins coûteux et exige une plus grande amplification des signaux pour obtenir les niveaux de transmission nécessaires à l'utilisation des canaux. Sur la majorité de notre réseau, nous fournissons nos signaux par un câble à fibre optique reliant la tête de ligne à un groupe de nœuds jusqu'aux foyers desservis par ce nœud. Notre réseau est conçu de façon à desservir, par câble à fibre optique, des cellules regroupant environ 655 foyers. Pour permettre cette configuration, des têtes de lignes secondaires ont été mises en service dans la région métropolitaine de Montréal et la région métropolitaine de Québec. Des têtes de lignes secondaires distantes doivent également être connectées par des liaisons à fibre optique. L'architecture en anneaux des réseaux bidirectionnels permet une redondance accrue et assure une fiabilité, la taille de la cellule améliore la flexibilité et la capacité, alors que le faible nombre d'amplificateurs séparant le foyer et la tête de ligne améliore la qualité et la fiabilité du signal. La conception de notre réseau nous assure une importante flexibilité et permet d'offrir une programmation personnalisée aux cellules individuelles d'environ 655 foyers, ce qui est essentiel pour nous permettre le déploiement futur de certains services évolués, y compris la vidéo sur demande et l'expansion continue de nos services interactifs. La conception de notre réseau permet également une segmentation plus poussée de 500 ou 250 foyers lorsque la pénétration du câble, de l'accès Internet et du service de téléphonie exige une plus grande capacité réseau. Nous croyons aussi que la conception de notre réseau nous assure la grande capacité et la qualité supérieure des signaux qui nous permettront de fournir à nos clients actuels et futurs de nouveaux produits et services évolués en plus de ceux que nous offrons actuellement.

Notre stratégie consistant à maintenir une position de chef de file dans la gamme de produits et de services que nous offrons actuellement et à lancer de nouveaux produits et services nous oblige à faire des investissements dans notre réseau afin de soutenir la croissance de notre clientèle et les augmentations de la largeur de la bande passante. C'est pourquoi nous avons mis récemment nos réseaux à niveau dans la ville de Québec et dans la région centrale du Québec pour porter la bande

passante, auparavant de 480 MHz, à 750 MHz ou plus. Depuis l'achèvement de ce projet, environ 97 % de notre réseau au Québec a une largeur de bande améliorée de 750 MHz ou plus. De plus, étant donné la plus grande disponibilité de la programmation télévisuelle à haute définition, ou TVHD, la vitesse toujours accrue de l'accès Internet et la demande croissante de notre service de téléphonie par câble, nous devons faire d'autres investissements dans le réseau.

### 2.1.5 Concurrence

Nous exerçons nos activités dans un milieu d'affaires concurrentiel en matière de prix, de produits, de services offerts et de fiabilité des services. Nous entrons en concurrence avec d'autres fournisseurs de signaux de télévision et d'autres sources de divertissement. De plus, au fur et à mesure que nous élargissons nos activités en fournissant des services supplémentaires tels qu'Internet, la téléphonie par câble et les services de téléphonie mobile sans fil, nous risquons de nous trouver en concurrence avec d'autres fournisseurs. Parmi nos principaux concurrents figurent la télévision par ondes hertziennes et les fournisseurs d'autres divertissements, le satellite de radiodiffusion directe, la ligne d'abonné numérique (DSL), la distribution par câble privé ou par d'autres câbles, les entreprises de services locaux titulaires (ESLT) et la distribution sans fil. Nous faisons également face à la concurrence provenant de fournisseurs illégaux de services de télédistribution et à la fois à l'accès illégal aux satellites de radiodiffusion directe étrangers (SRD), également appelé piratage du marché gris, et à la concurrence provenant du vol de signaux de SRD, qui permet aux clients d'avoir accès à des services de programmation émanant de services de satellite de radiodiffusion directe canadiens ou américains sans verser de frais de service (également appelé piratage du marché noir).

- *Télévision par ondes hertziennes et fournisseurs d'autres divertissements.* La télédistribution fait concurrence depuis longtemps à la télédiffusion, qui consiste en signaux de télévision que le téléspectateur peut capter gratuitement à l'aide d'une antenne hertzienne. L'étendue de cette concurrence dépend de la qualité et de la quantité des signaux qui sont diffusés et qui peuvent être captés sur les ondes hertziennes comparativement aux services fournis par le réseau de télédistribution local. Les réseaux de télédistribution font aussi face à la concurrence provenant d'autres méthodes de distribution et de réception de signaux de télévision et d'autres sources de divertissement, comme les manifestations sportives présentées devant public, les cinémas et les produits vidéo domestiques, dont les magnétoscopes, les lecteurs DVD et les jeux vidéo. La compétitivité d'un service de télédistribution dépend en grande partie de la capacité du réseau de télédistribution de fournir une meilleure variété de programmation, une performance technique supérieure et un service à la clientèle supérieur par rapport à ce qu'offrent la télédiffusion ou les autres sources de distribution concurrentes.
- *Satellite de radiodiffusion directe.* Le satellite de radiodiffusion directe, ou SRD, constitue un important concurrent des réseaux de télédistribution. Le SRD distribue la programmation en transmettant des signaux directement à des antennes paraboliques réceptrices à partir de satellites de moyenne et de grande puissance, par opposition aux modes de transmission par câble. Cette forme de distribution procure généralement plus de canaux que certains de nos réseaux de télévision et est entièrement numérique. Le service SRD est accessible presque partout au Canada moyennant l'installation d'une petite antenne fixée sur le toit ou latéralement. À l'instar de la télédistribution numérique, les systèmes SRD utilisent la technologie de la vidéocompression pour augmenter la capacité de canaux et la technologie numérique pour améliorer la qualité des signaux transmis aux clients.
- *DSL.* Le déploiement de la technologie des lignes d'abonné numériques, qu'on appelle DSL, procure aux clients un accès Internet à des vitesses de transmission des données supérieures à celles qui sont possibles au moyen des lignes téléphoniques classiques. Le service DSL est comparable à un accès Internet par modem câble dans les réseaux de câblodistribution. Nous faisons aussi face à la concurrence d'autres fournisseurs de service DSL.
- *VDSL.* Le CRTC et Industrie Canada ont autorisé les services de lignes d'abonné numériques vidéos, ou VDSL. La technologie VDSL augmente la capacité des lignes DSL disponibles, ce qui permet la distribution de signaux vidéo numériques. Nous prévoyons devoir bientôt faire face à la

concurrence d'entreprises de services locaux titulaires, à qui des licences ont été octroyées en vue du lancement de services de distribution vidéo faisant appel à cette technologie. Des ESLT installent actuellement l'équipement nécessaire à cette nouvelle technologie, qui utilise les fils de cuivre des lignes téléphoniques, dans nos marchés. Cette technologie peut atteindre des vitesses de 52 Mbps en amont, mais le service VDSL ne peut fonctionner que sur de courtes distances, soit environ 4 000 pieds (1 200 mètres). C'est pourquoi les compagnies de téléphonie remplacent un grand nombre de leurs câbles d'alimentation principaux par des câbles optiques. En installant un émetteur-récepteur VDSL, ou passerelle VDSL, dans des immeubles d'habitation plus vastes, les restrictions relatives à la distance sont surmontées. De plus, grâce aux améliorations apportées aux vitesses sur large bande à l'aide du DSL et à l'évolution de la technologie de la compression, les entreprises de téléphonie titulaires de licence dans nos zones de service pourraient être en mesure de permettre la distribution de la télévision numérique sur protocole Internet (IPTV) au cours des années à venir. Des essais poussés sont en cours au Canada et dans d'autres pays. Des essais de contrôle sont encore effectués sur nos marchés. Si elle connaît du succès, l'IPTV pourrait offrir aux entreprises de télécommunications un moyen de faire la prestation de services semblables à ceux qu'offrent les câblodistributeurs aux consommateurs.

- *Câble privé.* Les systèmes de télévision à antenne collective par satellite connus sous l'appellation de « systèmes SMATV » qui servent les immeubles d'habitation tels que les immeubles en copropriété divise, les complexes d'habitations collectives et les ensembles domiciliaires privés nous font également concurrence.
- *Autres câblodistributeurs.* À l'heure actuelle, un câblodistributeur qui offre un service de télédistribution et qui fournit un service d'accès Internet par modem câble sert la grande agglomération de Montréal. Ce câblodistributeur, qui compte quelque 15 000 abonnés, appartient à l'ESLT régionale.
- *Distribution sans fil.* Les réseaux de câblodistribution sont également en concurrence avec les services de distribution de programmation sans fil tels que les systèmes de distribution multipoint multivoie, ou SDM. Cette technologie fait appel aux faisceaux hertziens à hyperfréquences pour la transmission des signaux à partir de nombreux sites de transmission jusqu'à des antennes en visibilité directe situées dans les locaux du client.
- *Fournisseurs SRD du marché gris et du marché noir.* Les câblodistributeurs et autres distributeurs de signaux de télévision continuent de faire face à la concurrence provenant de l'utilisation de codes d'accès et d'équipement permettant le décodage non autorisé de signaux par satellite encodés, de l'accès non autorisé à nos signaux de câble analogique et numérique (marché noir) et de la réception de signaux étrangers au moyen d'abonnements auprès de fournisseurs étrangers de service de télévision par satellite qui ne sont pas des distributeurs légaux au Canada (marché gris).
- *Service téléphonique.* Notre service de téléphonie par câble fait concurrence à d'autres compagnies de téléphone, y compris tant le fournisseur de service téléphonique titulaire au Québec, qui contrôle une partie importante du marché de la téléphonie au Québec, que d'autres fournisseurs de service de téléphonie VoIP et de service de téléphonie mobile sans fil.
- *Services de téléphonie mobile sans fil.* Notre service de téléphonie mobile sans fil fait face à différents types de concurrents, dont certains offrent tous les produits que nous offrons, tandis que d'autres n'offrent que des services de téléphonie mobile sans fil dans notre marché. Si nous devons devenir un fournisseur de services sans fil doté d'installations, nous ferions surtout concurrence aux fournisseurs de services sans fil titulaires et ERMV établis, et nous pourrions entrer en concurrence à l'avenir avec d'autres sociétés nouvelles venues, y compris d'autres ERMV. De plus, les besoins des utilisateurs des réseaux voix et données sans fil peuvent être comblés par d'autres technologies courantes ou en développement, comme les réseaux WIFI, les points d'accès à Internet sans fil ou les réseaux radio maillés, qui sont techniquement aptes à soutenir les appels téléphoniques mobiles. Notre entreprise de services sans fil dotée

d'installations devrait aussi disputer la faveur des concessionnaires et des détaillants à ses rivaux.

- *Autres fournisseurs d'accès Internet.* Dans le domaine de l'accès Internet, les câblodistributeurs entre en concurrence avec d'autres fournisseurs d'accès Internet qui offrent des services d'accès Internet aux secteurs résidentiel et commercial. Le CRTC force les grands câblodistributeurs titulaires canadiens à offrir un accès à leur réseau Internet haute vitesse aux fournisseurs d'accès Internet concurrents selon la tarification obligatoire.

Vidéotron offre ses produits et services évolués, qui comprennent la vidéo sur demande et un choix de services télévisuels interactifs, dans un ensemble de services groupés qui est unique parmi les concurrents dans son marché. Vidéotron différencie ses services en offrant un produit d'accès Internet à une vitesse supérieure ainsi que le plus large éventail de programmation d'émissions de langue française au Canada. Nous croyons que nos ensembles groupés de produits et services, ainsi que l'accent que nous mettons sur le service à la clientèle et l'éventail des services que nous offrons en langue française, ont contribué à améliorer la satisfaction de la clientèle, à augmenter l'utilisation de nos services et à fidéliser davantage les clients.

### **2.1.6 Propriété**

Par l'intermédiaire de Quebecor Media, au 31 décembre 2007, nous étions propriétaires de la totalité des titres de participation et des titres comportant droit de vote de Vidéotron.

## **2.2 JOURNAUX**

### **2.2.1 Survol des activités**

Depuis notre acquisition d'Osprey Media, nous sommes, par l'intermédiaire de nos filiales en exploitation Sun Media et Osprey Media, le plus grand éditeur de journaux du Québec et du Canada, d'après le tirage payant et non payant total. Voir « Acquisition d'Osprey Media » ci-dessous. Notre secteur Journaux publie 37 quotidiens payants et 223 journaux communautaires, magazines, guides d'achat hebdomadaires, publications sur l'agriculture et autres publications spécialisées. Au 31 décembre 2007, le tirage hebdomadaire combiné des journaux payants de notre secteur Journaux s'élevait à environ 8,8 millions d'exemplaires, selon des statistiques internes.

Sun Media publie 17 quotidiens payants et sert huit des dix plus grands marchés urbains du Canada. Selon l'Audit Bureau of Circulations, chacun des huit quotidiens urbains de Sun Media se classait au premier ou au deuxième rang dans son marché en termes de tirage payant au 30 septembre 2007, y compris les deuxième et troisième quotidiens non nationaux du Canada : le *Journal de Montréal*, dont le tirage payant hebdomadaire se chiffre à 1,8 million d'exemplaires, et le *Toronto Sun*, dont le tirage payant hebdomadaire se chiffre à 1,5 million d'exemplaires. Sun Media publie également 183 hebdomadaires, guides d'achat, publications sur l'agriculture et autres publications spécialisées, de même que sept quotidiens gratuits destinés aux usagers des transports en commun, soit *24 Hours* à Toronto, *Vancouver 24 Hours* à Vancouver, *24 Heures* à Montréal, *24 Hours* à Ottawa, *24 Heures* à Ottawa-Gatineau, *24 Hours* à Calgary et *24 Hours* à Edmonton.

Osprey Media publie des quotidiens et des journaux non quotidiens locaux en Ontario, de même que d'autres imprimés, dont des magazines. Les publications d'Osprey Media comprennent 20 quotidiens et 33 journaux non quotidiens, de même que de nombreuses publications spécialisées, dont des guides d'achat. La grande majorité des revenus d'Osprey Media provient de ses journaux. Ses publications sont bien établies dans Internet et offrent des petites annonces et de la publicité locale ainsi que d'autres services à l'intention des annonceurs locaux et des lecteurs. Osprey Media distribue aussi des encarts et des circulaires et fait de l'impression commerciale pour le compte de tiers et elle organise plusieurs foires commerciales.

Notre secteur Journaux fait également la distribution de journaux et de magazines par l'intermédiaire des *Messageries Dynamiques* de Sun Media et des entreprises de NetMedia, et il offre des services

d'impression commerciale et des services connexes à d'autres éditeurs par le truchement de son réseau national d'installations d'impression et de production. Enfin, par l'intermédiaire de Quebecor PagesMedia inc. (« Quebecor PagesMedia »), lancée en novembre 2007, notre secteur Journaux exerce aussi des activités d'édition d'annuaires en version imprimée et en ligne.

Sun Media détient une participation de 25 % dans la station de télévision Sun TV, de Toronto, en Ontario, en partenariat avec le Groupe TVA, qui détient l'autre participation, de 75 %.

### **2.2.2 Acquisition d'Osprey Media**

Au début d'août 2007, Quebecor Media a mené à bien son acquisition d'Osprey Media en contrepartie d'environ 414,4 millions de dollars au total (à l'exclusion de la dette de 161,8 millions de dollars prise en charge). L'acquisition d'Osprey Media accroît notre présence sur le marché ontarien densément peuplé et est complémentaire par rapport aux activités que nous avons exercées jusqu'ici dans le secteur des journaux. L'accent que met Osprey Media sur les journaux communautaires et le chevauchement géographique limité de ses actifs et des nôtres accroissent la stabilité et la diversification de notre portefeuille de journaux. Nous visons également à réaliser des gains d'efficacité opérationnelle en partageant nos ressources de gestion, de production, d'impression et de distribution.

### **2.2.3 Nos activités de presse**

Nous exploitons notre entreprise de presse par l'intermédiaire de deux filiales principales, soit Sun Media et Osprey Media. Nous exerçons notre activité dans des marchés urbains et des marchés communautaires par le truchement de deux groupes de produits :

- le groupe des quotidiens urbains; et
- le groupe des journaux communautaires.

La majorité des journaux de Sun Media appartenant au groupe des journaux communautaires sont groupés autour de ses huit quotidiens urbains payants du groupe des quotidiens urbains. Sun Media a établi ses journaux communautaires stratégiquement à proximité des imprimeries régionales dans des marchés de banlieue et des marchés ruraux un peu partout au Canada. Ce groupement géographique nous permet de réaliser des économies d'exploitation et des synergies économiques par le partage des ressources de gestion, des facilités de production, d'impression et de distribution, de même que des ressources comptables et des services des ressources humaines.

Quebecor Media investit dans une nouvelle installation d'impression située à Toronto, en Ontario. Au début de 2007, nous y avons transféré l'impression de *24 Hours* à Toronto et, vers la fin de 2007, nous avons commencé à y imprimer une partie du *Toronto Sun*. En outre, Quebecor Media a investi dans une nouvelle installation d'impression de 235 000 pi<sup>2</sup> située à Saint-Janvier-de-Mirabel, au Québec. Au quatrième trimestre de 2006, cette nouvelle installation d'impression a commencé à imprimer certaines de nos publications communautaires québécoises ainsi que le *Ottawa Sun*, le *24 Hours* à Ottawa et le *24 Heures* (Montréal et Ottawa-Gatineau). En 2007, des sections du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec* ont également été imprimées à cet endroit. Les nouvelles installations devraient permettre un meilleur regroupement de certains de nos actifs d'imprimerie en Ontario et au Québec, l'amélioration de la qualité de nos journaux et la création d'occasions de revenus supplémentaires. En outre, nous avons pris de nouvelles mesures auprès de nos clients dans le domaine de la production et de la vente en vue d'améliorer l'offre de produits et de services en y ajoutant d'autres types d'imprimés ainsi que d'améliorer les délais d'impression des publications quotidiennes.

### **Le groupe des quotidiens urbains**

Le groupe des quotidiens urbains de Sun Media est composé de huit quotidiens payants, de sept quotidiens gratuits destinés aux usagers des transports en commun et de trois hebdomadaires gratuits. Les quotidiens payants de Sun Media sont publiés sept jours sur sept et sont tous des tabloïdes, à l'exception du journal de grand format *The London Free Press*. Ce sont des journaux à grand tirage qui

présentent une couverture succincte et complète de l'actualité, en mettant l'accent sur les informations locales, les sports et les arts et spectacles. Le format tabloïde fait un emploi important de la couleur, de photos et de graphiques. Chaque journal contient des encarts sur des sujets d'intérêt tels que la mode, le style de vie et d'autres rubriques spécialisées. De plus, le groupe des quotidiens urbains de Sun Media comprend une entreprise de distribution : les *Messengeries Dynamiques*.

Au 31 décembre 2007 et sur une base hebdomadaire combinée, les huit quotidiens payants du groupe des quotidiens urbains de Sun Media étaient tirés à environ 6,1 millions d'exemplaires, selon des statistiques internes. D'après le tirage, ces journaux se classent au premier ou au deuxième rang dans chacun de leurs marchés respectifs. En outre, sur une base combinée, plus de 50 % des lecteurs de Sun Media ne lisent pas le journal de notre principal concurrent dans chacun de nos marchés des quotidiens urbains, selon des données tirées de l'étude de NADbank<sup>®</sup> menée en 2007, mentionnée ci-dessous.

On entend par « tirage payant » les ventes moyennes d'un journal par numéro. Le lectorat (par opposition au tirage payant) est une estimation du nombre de personnes ayant lu ou parcouru un numéro moyen d'un journal, et il est mesuré à l'aide d'un sondage indépendant mené par NADbank Inc. D'après l'étude de NADbank<sup>®</sup> menée en 2007, le sondage le plus récent qui est disponible, les estimations du lectorat sont fondées sur le nombre de personnes qui ont répondu au sondage Newspaper Audience Databank diffusé par NADbank Inc. et qui déclarent avoir lu ou parcouru un ou plusieurs numéros d'un journal donné pendant une période donnée égale à l'intervalle de publication de ce journal.

Le tableau ci-dessous indique les quotidiens payants de Sun Media et leur lectorat respectif en 2007, ainsi que leur position sur le marché d'après le tirage payant au cours de cette période :

<u>Journal</u>	<u>Lectorat moyen en 2007</u>			<u>Position sur le marché selon le tirage payant<sup>1</sup></u>
	<u>Samedi</u>	<u>Dimanche</u>	<u>Lun-ven</u>	
<i>Le Journal de Montréal</i> .....	611 600	397 500	588 000	1
<i>Le Journal de Québec</i> .....	199 500	119 900	165 700	1
<i>Toronto Sun</i> .....	515 200	731 100	638 000	2
<i>The London Free Press</i> .....	170 700	111 600	167 000	1
<i>Ottawa Sun</i> .....	106 400	98 000	123 100	2
<i>Winnipeg Sun</i> .....	97 500	92 200	115 700	2
<i>Edmonton Sun</i> .....	131 300	158 100	168 100	2
<i>Calgary Sun</i> .....	121 400	148 100	155 600	2
<b>Total du lectorat moyen</b> .....	<b>1 953 600</b>	<b>1 856 500</b>	<b>2 121 200</b>	

1. D'après les données sur le tirage payant publiées en septembre 2007 par l'Audit Bureau of Circulations à l'égard des journaux non nationaux de chaque marché visé.

Le tableau ci-dessous indique les quotidiens gratuits destinés aux usagers des transports en commun et leur tirage respectif au 31 décembre 2007 :

<u>Quotidien gratuit destiné aux usagers des transports en commun</u>	<u>Emplacement</u>	<u>Tirage quotidien moyen</u>
24 Heures à Montréal	Montréal (Québec)	144 900
24 Hours	Toronto (Ontario)	257 000
Vancouver 24 Hours	Vancouver (Colombie-Britannique)	137 100
24 Hours à Ottawa	Ottawa (Ontario)	
24 Hours à Ottawa-Gatineau	Gatineau (Québec)	71 800 <sup>1</sup>
24 Hours à Calgary	Calgary (Alberta)	
24 Hours à Edmonton	Edmonton (Alberta)	97 200 <sup>2</sup>

Source : Statistiques internes.

1. Tirage combiné de 24 Hours à Ottawa et de 24 Heures à Ottawa-Gatineau.
2. Tirage combiné de 24 Hours à Calgary et de 24 Hours à Edmonton.

### 2.2.3.1 Le groupe des journaux communautaires

Le groupe des journaux communautaires de Sun Media est composé de 9 quotidiens communautaires payants, de 163 hebdomadaires communautaires et guides d'achat et de 17 publications sur l'agriculture et d'autres spécialités. Ce groupe comprend également NetMedia, son entreprise de distribution, qui coordonne la distribution des produits publicitaires et promotionnels dans tout le Canada.

Le tirage hebdomadaire moyen total des publications du groupe des journaux communautaires de Sun Media pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007 s'est établi à environ 2,8 millions d'exemplaires gratuits et à environ 663 700 exemplaires payants, selon des statistiques internes. Le tableau ci-dessous indique le tirage payant quotidien moyen et l'emplacement géographique des quotidiens publiés par le groupe des journaux communautaires de Sun Media pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007 :

<u>Journal</u>	<u>Emplacement</u>	<u>Tirage payant quotidien moyen</u>
Recorder and Times .....	Brockville (Ontario)	12 200
Beacon Herald .....	Stratford (Ontario)	9 900
Daily Herald Tribune .....	Grande Prairie (Alberta)	7 700
Simcoe Reformer .....	Simcoe (Ontario)	6 800
St. Thomas Times-Journal.....	St. Thomas (Ontario)	6 200
Sentinel-Review.....	Woodstock (Ontario)	5 900
Fort McMurray Today .....	Fort McMurray (Alberta)	3 300
Miner & News.....	Kenora (Ontario)	2 800
The Daily Graphic .....	Portage La Prairie (Manitoba)	2 500
<b>Total du tirage payant quotidien moyen .....</b>		<b>57 300</b>

Source : Statistiques internes.

Les activités d'Osprey Media se composent de 20 quotidiens et de 33 journaux non quotidiens ainsi que de plusieurs publications spécialisées, dont des guides d'achat. Le tirage hebdomadaire moyen total des publications d'Osprey Media s'est élevé à environ 0,4 million d'exemplaires gratuits et à environ 2,0 millions d'exemplaires payants pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007, selon des statistiques internes.

Le tableau qui suit présente le tirage payant quotidien moyen et l'emplacement géographique des quotidiens publiés par Osprey Media pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007 :

<u>Quotidien</u>	<u>Emplacement</u> (tous en Ontario)	<u>Tirage payant</u> <u>quotidien moyen</u>
<i>St. Catharines Standard</i> .....	St. Catharines	35 500
<i>Kingston Whig-Standard</i> .....	Kingston	26 100
<i>Barrie Examiner</i> .....	Barrie	24 300
<i>Peterborough Examiner</i> .....	Peterborough	24 100
<i>Brantford Expositor</i> .....	Brantford	21 000
<i>Niagara Falls Review</i> .....	Niagara Falls	20 600
<i>Sarnia Observer</i> .....	Sarnia	18 200
<i>Sault Star</i> .....	Sault Ste. Marie	18 200
<i>Welland Tribune</i> .....	Welland	17 000
<i>Sudbury Star</i> .....	Sudbury	16 900
<i>Owen Sound Sun Times</i> .....	Owen Sound	15 700
<i>Cornwall Standard-Freeholder</i> .....	Cornwall	14 100
<i>North Bay Nuggett</i> .....	North Bay	14 000
<i>Belleville Intelligencer</i> .....	Belleville	13 400
<i>Chatham Daily News</i> .....	Chatham	12 800
<i>Orillia Packet &amp; Times</i> .....	Orillia	11 900
<i>Timmins, The Daily Press</i> .....	Timmins	8 700
<i>Pembroke, The Daily Observer</i> .....	Pembroke	5 800
<i>Cobourg Daily Star</i> .....	Cobourg	4 500
<i>Port Hope Evening Guide</i> .....	Port Hope	2 400
<b>Tirage payant quotidien moyen total</b> .....		<b>325 200</b>

Les publications de notre groupe des journaux communautaires sont distribuées partout au Canada. Le nombre d'hebdomadaires selon la répartition régionale est indiqué ci-dessous :

<u>Province</u>	<u>Nombre de</u> <u>publications</u>
Ontario.....	82
Québec.....	53
Alberta.....	43
Manitoba.....	12
Saskatchewan.....	5
Nouveau-Brunswick.....	1
<b>Total des publications</b> .....	<b>196</b>

Les publications de notre groupe des journaux communautaires présentent en général des nouvelles, des chroniques sportives et des chroniques spécialisées mettant l'accent sur l'actualité locale. Nous estimons que ces journaux fidélisent leurs lecteurs et créent un sentiment d'appartenance en privilégiant l'actualité locale, ce qui les différencie des journaux nationaux.

## 2.2.4 Nos autres activités

### 2.2.4.1 Impression commerciale et distribution

Le réseau national de production et d'ateliers d'impression de Sun Media lui permet d'offrir des services d'impression sur presses en continu (sans sécheur et avec sécheur), sur presses à feuilles, ainsi que des services de graphisme pour des mediums imprimés ou électroniques. Les presses en continu utilisent des bobines de papier journal, tandis que les presses à feuilles utilisent des feuilles de papier individuelles. Les presses en continu avec sécheur, qui exigent un processus plus complexe que les presses en continu sans sécheur, sont généralement utilisées pour l'impression sur papier glacé. Nous possédons 24 ateliers de presses en continu et 6 ateliers de presses à feuilles situés d'un bout à l'autre du Canada. Ces ateliers fournissent des services d'impression commerciale à la fois pour nos besoins d'impression internes et pour des tiers. Nos installations comprennent 13 installations d'impression pour

les quotidiens et 12 autres installations d'impression exploitées par le groupe des journaux communautaires dans cinq provinces. Osprey Media exploite 14 ateliers de presses en continu et 1 atelier de presses à feuilles en Ontario.

Les services d'impression commerciale que Sun Media offre à des tiers lui procurent une source additionnelle de revenus qui tire parti de l'équipement existant disposant d'une surcapacité. Dans ses activités d'impression commerciale pour des tiers, Sun Media fait face à la concurrence d'autres éditeurs de journaux ainsi que d'imprimeurs commerciaux. Les avantages concurrentiels de Sun Media dans ce domaine comprennent son équipement moderne, le fait qu'elle est l'unique fournisseur local de services d'impression commerciale dans certains de ses marchés et sa capacité de facturer des projets sur une base de coûts variables puisque ses activités de base liées aux journaux couvrent ses frais généraux.

Le groupe des quotidiens urbains de Sun Media englobe l'entreprise de distribution de *Messengeries Dynamiques*, qui distribue des quotidiens, des hebdomadaires, des magazines et d'autres médias imprimés et électroniques et joint environ 268 300 foyers et 13 400 points de vente au détail par le truchement de ses entreprises du Québec.

De même, le groupe des journaux communautaires de Sun Media exploite l'entreprise de distribution NetMedia, qui distribue des catalogues, des circulaires, des échantillons de produits et d'autres types de matériel promotionnel distribué par publipostage partout au Canada. Par le truchement de son propre système de succursales et de ses distributeurs associés, le groupe des journaux communautaires a actuellement le potentiel voulu pour fournir aux clients annonceurs des services de distribution généralisée au Canada.

#### **2.2.4.2 Station de télévision**

Le 2 décembre 2004, Sun Media a fait l'acquisition de 25 % des actions en circulation de SUN TV, station de télévision de Toronto, au Canada. En plus d'une tranche au comptant, cette transaction comportait la vente de la participation de 29,9 % de Sun Media dans CP24, canal de nouvelles locales fonctionnant 24 heures sur 24 à Toronto, au vendeur de SUN TV. Le Groupe TVA, qui est également une filiale de Quebecor Media, a fait l'acquisition de l'autre tranche, de 75 %, de SUN TV. La direction de Sun Media continue de travailler étroitement avec la direction de SUN TV afin de susciter des occasions d'interpromotion et de tirer parti de la marque Sun Media auprès des consommateurs et des annonceurs sur le marché le plus important du Canada.

#### **2.2.5 Publicité et tirage**

Les revenus publicitaires sont la plus importante source de revenus de nos activités de presse et représentaient 79,3 % du total des revenus tirés de nos activités de presse en 2007. Les tarifs publicitaires sont établis en fonction de la taille du marché dans lequel chaque journal est distribué, du tirage, du lectorat, de la composition démographique du marché et de la disponibilité d'autres médias publicitaires. Notre stratégie consiste à maximiser les revenus publicitaires en proposant aux annonceurs un éventail de prix et d'options de marketing afin de leur permettre de mieux joindre leur public cible. Nos journaux offrent un éventail d'options publicitaires, soit les annonces générales dans les rubriques standard du journal ciblant différents lecteurs (notamment l'automobile, l'immobilier et les voyages), des encarts ciblés géographiquement, des sections d'intérêt spécial détachables et des suppléments publicitaires.

Les principales catégories de revenus publicitaires de nos activités de presse sont les petites annonces et la publicité au détail et nationale. Les petites annonces comptent traditionnellement pour la plus grande part de nos revenus publicitaires dans nos quotidiens urbains (48,3 % pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007); viennent ensuite la publicité au détail (31,4 % pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007) et la publicité nationale (17,8 % pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007). Les petites annonces sont réparties entre quatre secteurs principaux : l'automobile, les particuliers, le recrutement et l'immobilier. Le secteur automobile est la plus grande catégorie de petites annonces, représentant environ 46,1 % de l'ensemble de nos petites annonces en termes de revenus pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007. La publicité au détail est une publicité par grande annonce surtout commandée par des entreprises et des organismes locaux. La plupart de nos annonceurs au

détail sont des grands magasins, des magasins d'appareils électroniques et des magasins de meubles. La publicité nationale est une publicité par grande annonce commandée principalement par des annonceurs offrant des produits ou des services à l'échelle nationale. Nos annonceurs nationaux exercent leurs activités principalement dans le secteur de l'automobile.

Dans le cas de nos journaux communautaires de moindre envergure, la quasi-totalité des revenus publicitaires provient des détaillants et des acheteurs de petites annonces locaux. Ces journaux publient des suppléments publicitaires portant sur des thèmes spécialisés comme l'agriculture, le tourisme, la rénovation résidentielle et le jardinage pour encourager des annonceurs à acheter de l'espace additionnel dans ces numéros spéciaux.

Nous estimons que nos revenus publicitaires sont diversifiés non seulement par catégories (petites annonces, publicité au détail et publicité nationale), mais aussi par clients et par secteurs géographiques. Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007, nos dix principaux annonceurs nationaux dans les journaux ont compté pour environ 6,7 % du total des revenus publicitaires et pour environ 5,3 % du total des revenus de notre secteur Journaux. En outre, étant donné que nous vendons de la publicité dans de nombreux marchés régionaux au Canada, l'incidence d'une baisse dans un marché peut être compensée par une plus grande force dans d'autres marchés.

Les ventes provenant du tirage sont la deuxième source de revenus en importance de nos activités de presse et ont compté pour 16,2 % du total des revenus de notre secteur Journaux en 2007. Dans les grands centres urbains, les journaux sont offerts dans des distributeurs automatiques de journaux et des points de vente au détail, du lundi au dimanche. Nous offrons la livraison quotidienne à domicile dans chacun des marchés de nos journaux. Nous tirons nos revenus de tirage de ventes d'exemplaires et d'abonnements. Notre stratégie consiste à augmenter les revenus provenant du tirage par l'ajout de distributeurs automatiques de journaux et de points de vente, de même que par l'expansion du service de livraison à domicile. Afin d'accroître le lectorat, nous augmentons la couverture de l'actualité locale dans nos journaux et ciblons un contenu rédactionnel adapté à des groupes identifiés au moyen du lancement de produits spécialisés.

#### **2.2.6 Concurrence**

Chacun des huit quotidiens urbains de Sun Media se classe au premier ou au deuxième rang dans son marché sur le plan du tirage payant.

En plus d'entrer en concurrence directement avec d'autres quotidiens publiés dans leurs marchés respectifs, chacun des journaux de Sun Media faisant partie du groupe des quotidiens urbains est en concurrence avec les hebdomadaires, les magazines, le marketing direct, la radio, la télévision, l'Internet et d'autres médias de publicité, y compris l'affichage extérieur, pour l'obtention de revenus publicitaires. Les occasions à saisir dans le domaine des services de communications numériques émergents, y compris les services liés à Internet, sont de plus en plus nombreuses et la concurrence qui en émane s'accroît. Sun Media déploie de plus en plus d'efforts, en mettant sur pied des programmes de développement internes, en prenant des mesures conjointes avec Quebecor Media et ses filiales et en procédant à des acquisitions, pour étudier les nouvelles occasions qui s'offrent à elle dans le domaine des actualités, de l'information et des communications, et elle continuera de le faire. Nous estimons que les coûts élevés associés au lancement d'un nouveau quotidien d'importance constituent un frein à l'entrée de nouveaux concurrents éventuels au groupe des quotidiens urbains de Sun Media.

Les publications communautaires de Sun Media se trouvent généralement dans de petites villes et sont habituellement les seuls quotidiens ou hebdomadaires de tirage général publiés dans leurs communautés respectives, quoique certains fassent face à la concurrence de quotidiens ou d'hebdomadaires publiés dans des lieux avoisinants et diffusés dans des marchés où Sun Media publie ses quotidiens ou ses hebdomadaires.

Dans ses activités d'impression commerciale pour des tiers, Sun Media fait face à la concurrence d'autres éditeurs de journaux ainsi que d'imprimeurs commerciaux. Les avantages concurrentiels de Sun Media dans ce domaine comprennent son équipement moderne, le fait qu'elle est l'unique fournisseur local de services d'impression commerciale dans certains de ses marchés et sa capacité de facturer des

projets sur une base de coûts variables puisque ses activités de base liées aux journaux couvrent ses frais généraux.

### **2.2.7 Caractère saisonnier et périodicité**

Les résultats d'exploitation des éditeurs de journaux canadiens présentent une tendance saisonnière récurrente, c'est-à-dire que ces derniers enregistrent des revenus publicitaires plus élevés au printemps et à l'automne. Par conséquent, les deuxième et quatrième trimestres de l'exercice sont généralement nos trimestres les plus importants, notre quatrième trimestre étant habituellement le meilleur. Compte tenu de la baisse saisonnière des ventes au détail et des conditions météorologiques généralement défavorables, notre premier trimestre est historiquement le plus faible.

Nos activités de presse sont de nature cyclique. Les résultats d'exploitation de ce secteur sont sensibles aux conditions économiques locales, régionales et nationales puisque nos revenus sont tributaires pour une large part des ventes de publicité. Les dépenses des annonceurs ont tendance à être cycliques et à suivre la conjoncture économique générale de même que les modèles et priorités de budgétisation et d'achat. De plus, une partie importante de nos revenus publicitaires provient d'annonceurs au détail et d'annonceurs de véhicules, qui sont traditionnellement sensibles aux cycles économiques généraux, et nos résultats d'exploitation ont été fortement touchés dans le passé par des ralentissements prolongés des secteurs canadiens du détail et de l'industrie automobile. De même, parce qu'une partie importante de nos revenus publicitaires provient d'annonceurs locaux, nos résultats d'exploitation dans les différents marchés pourraient subir le contrecoup de ralentissements économiques locaux ou régionaux.

### **2.2.8 Matières premières**

Le prix du papier journal, qui constitue la matière première de base nécessaire à la publication des journaux, a subi d'importantes fluctuations au fil des ans et continuera probablement d'en subir. En 2007, la consommation totale de papier journal de nos ateliers d'impression de journaux a atteint environ 170 000 tonnes métriques. Le papier journal représente notre plus grosse dépense au chapitre des matières premières et un des éléments les plus importants de nos charges d'exploitation. Les dépenses reliées au papier journal ont représenté environ 12,7 % (106,3 millions de dollars) du coût des produits vendus et des frais de vente et d'administration de notre secteur Journaux pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007. Nous prévoyons actuellement que le prix du marché du papier journal augmentera en 2008, d'après les annonces faites récemment par notre fournisseur, qui invoquait une hausse des coûts de production. Les variations du prix du papier journal pourraient avoir une incidence importante sur nos résultats, et l'instabilité ou l'augmentation des coûts du papier journal ont nui considérablement à notre situation financière et à nos résultats d'exploitation par le passé et risquent encore de leur nuire dans l'avenir. Nous visons à gérer les effets des hausses de prix du papier journal par une combinaison de moyens, dont la gestion des déchets, les progrès technologiques, la réduction de la largeur des bobines de papier, la gestion des stocks et le contrôle de la proportion relative du contenu rédactionnel par rapport au contenu publicitaire.

En outre, afin d'obtenir des prix plus avantageux, nous achetons la quasi-totalité de notre papier journal auprès d'un seul fabricant de papier journal. Ce fabricant nous consent actuellement un rabais sur les prix du marché, de même que des ristournes additionnelles sur le volume pour les achats dépassant certains seuils. Il ne peut être assuré que ce fournisseur continuera de nous approvisionner en papier journal ou qu'il le fera à des conditions qui nous seront favorables. Si nous ne réussissons pas à continuer de nous approvisionner en papier journal auprès de ce fournisseur à des conditions favorables ou si nous ne parvenons pas à trouver d'autres sources d'approvisionnement suffisant en papier journal à des conditions que nous jugeons acceptables, nos charges risquent d'augmenter considérablement, ce qui pourrait nuire sensiblement à nos résultats.

### **2.2.9 Propriété**

Par l'intermédiaire de Quebecor Media, au 31 décembre 2007 nous étions propriétaires de la totalité des titres de participation et des titres comportant droit de vote de Sun Media et d'Osprey Media.

## **2.3 TÉLÉDIFFUSION**

Grâce à notre participation dans le Groupe TVA, nous sommes la plus importante entreprise de diffusion d'émissions de divertissement, d'information et d'affaires publiques de langue française du secteur privé en Amérique du Nord. Selon des données publiées par Sondages BBM (BBM) Audimétrie (dont les données sont fondées sur une nouvelle méthodologie d'évaluation faisant appel à l'audimétrie plutôt qu'aux sondages), notre part du marché des téléspectateurs francophones au Québec était de 26,7 % en 2007 et, selon le Canadian TVB Report pour la période du 1<sup>er</sup> janvier 2007 au 25 novembre 2007, nous estimons que nous détenons 41 % du marché publicitaire de la télédiffusion en langue française du Québec. En 2007, nous avons mis en ondes neuf des dix émissions de télévision les plus populaires au Québec, dont *Le Banquier* et *Les adieux de Céline à Las Vegas*. En 2007, nous avons 24 des 30 émissions de télévision en langue française les plus populaires pendant les heures de grande écoute selon les données de BBM Audimétrie. Depuis mai 1999, le réseau TVA, qui comprend dix stations, est compris dans le forfait de base de la plupart des fournisseurs de câblodistribution et de radiodiffusion par satellite du Canada, ce qui nous permet de joindre une partie importante de la population francophone du Canada.

Une description de notre secteur Télédiffusion tel qu'il est exploité par le Groupe TVA est présentée dans la notice annuelle du Groupe TVA datée du 12 mars 2008, et des extraits pertinents de cette description sont reproduits à l'annexe A de la présente notice annuelle.

### **2.3.1 Propriété**

Notre filiale Quebecor Media était propriétaire, au 31 décembre 2007, de 45,24 % des actions en circulation et de 99,92 % des droits de vote dans Groupe TVA. Le 2 juin 2008, Groupe TVA a complété une offre publique de rachat importante aux termes de laquelle la compagnie a racheté et annulé 3 000 000 de ses actions classe B sans droit de vote. Par conséquent, Quebecor Media détient maintenant 50,90 % des actions en circulation et 99,92 % des droits de vote dans Groupe TVA.

## **2.4 SECTEUR LOISIR ET DIVERTISSEMENT**

### **2.4.1 Survol des activités**

Nos activités dans le secteur d'activité Loisir et divertissement comprennent principalement la vente au détail de disques compacts, de livres, de vidéos, d'instruments de musique et de magazines, par l'intermédiaire du réseau de magasins Archambault et du site Internet transactionnel *archambault.ca*, ainsi que la vente de musique en ligne par téléchargement grâce au service *zik.ca*, la distribution de disques compacts et de vidéos (Select, division du Groupe Archambault), la distribution de musique téléchargeable (Select Digital, division du Groupe Archambault) et la production de disques (Musicor, division du Groupe Archambault, et Exclaim/Groupe Archambault France S.A.S., filiale du Groupe Archambault). Nous sommes également présents dans le domaine de l'édition et de la distribution de livres par l'entremise de notre filiale Groupe livre Quebecor Media inc., qui comprend la maison d'édition scolaire Éditions CEC, 13 maisons d'édition actives dans la littérature générale et réunies sous la bannière Groupe Sogides inc. (« Sogides ») et Messageries A.D.P. inc. (« Messageries A.D.P. »), distributeur exclusif de plus de 160 éditeurs québécois et européens d'ouvrages de langue française.

### **2.4.2 Production, distribution et vente au détail de produits culturels**

Le Groupe Archambault est un des plus importants disquaires et libraires du Québec avec 17 points de vente, répartis entre 15 magasins Archambault de grande surface, un magasin Camelot-Info et une librairie Paragraphe. Le Groupe Archambault offre aussi divers jeux, jouets et autres idées-cadeaux. Le Groupe Archambault est aussi un détaillant de guides informatiques et de logiciels par l'entremise de Camelot-Info. Les produits du Groupe Archambault sont également distribués sur son site de commerce électronique *archambault.ca*. Le Groupe Archambault exploite aussi un service en ligne de vente de musique par téléchargement nommé *zik.ca*, qui comporte une facturation par piste sonore.

Le Groupe Archambault est aussi un des distributeurs indépendants de musique les plus importants du Canada grâce à Select, dont le catalogue compte plus de 3 077 titres différents sur disques compacts, 852 titres sur DVD et 63 titres sur vidéocassettes VHS, dont un grand nombre proviennent d'artistes de langue française. De plus, le Groupe Archambault, par l'intermédiaire de Select Digital, est un courtier-fournisseur en mode numérique de produits vendus par téléchargement comprenant un choix de quelque 35 000 chansons disponibles auprès de 36 détaillants à l'échelle mondiale. Le Groupe Archambault est également producteur de disques compacts et de DVD au Canada et dans des régions francophones d'Europe par l'entremise de sa division Musicor et de sa filiale Exclaim/Groupe Archambault France S.A.S.

#### **2.4.3 Édition et distribution de livres**

Par l'intermédiaire de Groupe livre Quebecor Media inc., qui comprend Sogides (constituée de treize maisons d'édition, soit six au sein de Groupe Librex inc. (« Groupe Librex »), nommément les *Éditions Libre Expression*, les *Éditions Internationales Alain Stanké*, les *Éditions Logiques*, les *Éditions du Trécaré*, les *Éditions Quebecor* et *Publistar*, quatre au sein du Groupe l'Homme, soit *Les Éditions de l'Homme*, *Le Jour*, *Utilis* et *Les Presses Libres*, et trois au sein de Groupe Ville-Marie Littérature inc., soit *L'Hexagone*, *VLB Éditeur* et *Typo*) et l'éditeur de livres scolaires Éditions CEC, nous sommes actifs dans l'édition de livres de langue française et formons un des groupes d'éditeurs les plus importants du Québec. En 2007, nous avons publié, réédité ou réimprimé 508 titres de livres au total.

Par l'entremise des Messageries A.D.P., notre compagnie de distribution de livres et la filiale de Sogides, nous sommes le distributeur exclusif de plus de 160 éditeurs québécois et européens d'ouvrages de langue française. Nous distribuons des ouvrages de langue française à environ 2 400 points de vente au Canada.

#### **2.4.4 Services de vidéo sur demande**

Au 31 décembre 2007, le Groupe Archambault était propriétaire d'un service de vidéo sur demande pour lequel elle détenait une licence du CRTC. Le 1<sup>er</sup> mai 2008, cette licence a été cédée à Vidéotron avec l'approbation du CRTC; toutes les autres conditions de la licence du CRTC sont demeurées les mêmes.

#### **2.4.5 Concurrence**

##### Production, distribution et vente au détail de produits culturels

Les activités de vente au détail dans le disque, le livre et la vidéo sont réparties entre deux catégories de marchands. La première, les marchands spécialisés qui offrent une large sélection de produits et un service professionnel à leurs clients. Ces marchands contrôlent la majeure partie du marché. La seconde, les marchands à grande surface qui proposent à leurs clients une sélection de disques, livres et vidéos les plus populaires à travers d'autres gammes de produits des plus variés. En tant que marchand spécialisé, Groupe Archambault adapte constamment sa stratégie de commercialisation pour faire face autant à la concurrence provenant des autres marchands spécialisés qu'aux marchands à grande surface.

##### Édition et distribution de livres

Dans le sous-secteur de l'édition en langue française, nos concurrents sont situés au Québec et, dans certains domaines précis, certaines grandes maisons d'édition françaises sont en concurrence directe avec nous.

#### **2.4.6 Propriété**

Par l'intermédiaire de Quebecor Media, au 31 décembre 2007, nous étions propriétaires de la totalité des titres de participation et des titres comportant droit de vote du Groupe Archambault, des Éditions CEC, du Groupe Librex et de Sogides.

## **2.5 SECTEUR TECHNOLOGIES ET COMMUNICATIONS INTERACTIVES**

### **2.5.1 Survol des activités**

Par l'entremise de Nurun, nous offrons des services reliés aux communications et aux technologies interactives en Amérique du Nord, en Europe et en Chine. Nurun, qui comptait environ 750 professionnels à son emploi au 31 décembre 2007, aide des sociétés et d'autres types d'organisations à élaborer des stratégies interactives, notamment en ce qui concerne la planification stratégique et le design d'interfaces, le déploiement de plateformes techniques, les programmes de marketing en ligne et les relations-clients. La clientèle de Nurun comprend des organisations et des sociétés multinationales telles que L'Oréal, le Groupe Danone, AT&T, Louis Vuitton, Thalès, Home Depot, Pleasant Holidays, Renault, Europcar, Equifax, Telecom Italia, Microsoft (MSN) et le gouvernement du Québec.

### **2.5.2 Privatisation de Nurun**

Le 9 janvier 2008, Quebecor Media, par l'intermédiaire d'une filiale en propriété exclusive, a lancé une offre (« offre ») visant l'achat au comptant de la totalité des actions ordinaires émises et en circulation de Nurun (y compris les actions ordinaires émissibles dans le cadre de l'exercice d'options ou de droits de conversion ou d'échange en cours de validité) qui n'appartenaient pas déjà à Quebecor Media et aux sociétés de son groupe, au prix de 4,75 \$ l'action ordinaire. Au 9 janvier 2008, Quebecor Media et les sociétés de son groupe détenaient 19 576 605 actions ordinaires de Nurun, soit environ 57,5 % des actions ordinaires de Nurun actuellement émises et en circulation. L'offre pouvait être acceptée jusqu'au 19 février 2008. Le 19 février 2008, Quebecor Media a annoncé qu'elle avait pris livraison et fait l'acquisition jusque-là d'un total de 14 640 550 actions ordinaires de Nurun, représentant 91,54 % de l'ensemble des actions ordinaires de Nurun n'appartenant pas déjà à Quebecor Media et aux sociétés de son groupe, de sorte que Quebecor Media est devenue propriétaire, directement et indirectement, de 96,20 % de l'ensemble des actions ordinaires émises et en circulation de Nurun. Le 26 février 2008, Quebecor Media a annoncé qu'elle avait acquis le reste des actions ordinaires de Nurun dans le cadre d'une procédure d'acquisition forcée prévue par la loi (appelée communément « éviction »), conformément aux dispositions applicables de la *Loi canadienne sur les sociétés par actions*, au même prix que le prix d'offre. Les actions ordinaires de Nurun ont été radiées de la cote de la Bourse de Toronto (« TSX ») le 27 février 2008. La contrepartie au comptant totale payée par Quebecor Media dans le cadre de l'offre s'est élevée à environ 75,4 millions de dollars.

### **2.5.3 Concurrence**

Même si l'industrie des communications et des technologies interactives se caractérise par d'importants mouvements de concentration et de consolidation, il reste un grand nombre d'acteurs sur les marchés internationaux, nationaux et régionaux. Les concurrents de Nurun peuvent être des agences de communications et de marketing ou de publicité qui proposent également des solutions et des services Internet dans le domaine du marketing interactif et des relations clients en ligne, des sociétés de conseil en technologie ou des intégrateurs informatiques traditionnels qui offrent certains services de développement de solutions d'affaires électroniques (commerce électronique, relations clients en ligne et marketing interactif) et enfin, des sociétés de communication graphique qui interviennent parfois dans la création de programmes de communications interactives (sites Internet, campagnes de publicité).

Ces concurrents possèdent des connaissances technologiques, un personnel et des ressources financières d'envergure variable, mais ils sont tous assujettis aux mêmes facteurs du marché lorsqu'ils offrent des services et des solutions en communications et technologies interactives : l'innovation et la créativité, l'efficacité de la méthodologie, la fiabilité et la performance des solutions, les compétences et l'expérience, la disponibilité et la productivité du personnel, de même que les coûts de production. En nous fondant sur notre expérience, nous croyons que Nurun dispose d'avantages concurrentiels en ce qui concerne ces facteurs.

## 2.5.4 Propriété

Notre filiale Quebecor Media était propriétaire, au 31 décembre 2007, d'environ 57,5 % des titres de participation et des titres comportant droit de vote de Nurun et, au 26 février 2008, de la totalité des titres de participation et des titres comportant droit de vote de Nurun. Voir la rubrique 2.5.2 ci-dessus, intitulée « Privatisation de Nurun ».

## 2.6 SECTEUR INTERNET – PORTAILS

### 2.6.1 Survol des activités

Canoë (auparavant Netgraphe inc.) est une société intégrée offrant des services de commerce électronique, d'information et de communication. Elle est propriétaire du réseau Canoë, qui, selon le sondage Media Metrix de novembre 2007 de ComScore, attire plus de 8,8 millions de visiteurs uniques par mois au Canada, y compris plus de 4,4 millions de visiteurs uniques au Québec. Canoë est aussi propriétaire des Éditions Jobboom, le leader de l'édition dans le domaine de l'emploi et de la carrière au Québec. Ensemble, les activités complémentaires offertes par Canoë forment un des portefeuilles les plus complets d'actifs reliés à Internet au Canada.

Le réseau de portails Canoë comprend tous les sites d'information et de services de Canoë destinés au grand public. À ce titre, il constitue une des destinations Internet les plus populaires au Canada, dans les marchés tant anglophones que francophones, et un outil essentiel tant pour les utilisateurs que pour les annonceurs faisant appel à Internet. Les revenus publicitaires représentent une partie considérable des revenus annuels de Canoë.

### 2.6.2 Actifs médias nous appartenant par l'intermédiaire de Canoë

Les actifs médias de Canoë comprennent les portails et les sites de destination suivants :

- Canoë (*canoe.ca*), réseau intégré bilingue de médias et de services Internet et un des principaux portails Internet du Canada qui comptait plus de 259 millions de visualisations de pages en septembre 2007, selon les statistiques internes de Canoë;
- Les sites du Groupe TVA et de LCN (*tva.canoe.com* et *lcn.canoe.com*), sites Internet spécialisés du réseau de télévision TVA et de la chaîne d'information continue LCN, qui ont commencé à diffuser des émissions de TVA et de LCN en direct sur les sites Internet; de plus, il existe plusieurs sites Internet consacrés à des émissions populaires du Groupe TVA, comme *Occupation Double* (*occupationdouble.com*) et *Star Académie* (*staracademie.ca*);
- Les sites Internet spécialisés de Sun Media consacrés aux hebdomadaires et aux quotidiens (tels que *torontosun.com*, *edmontonsun.com*, *journaldequebec.com* et *canoe.com/journaldemontreal*), qui affichent les actualités locales et nationales;
- *Canoe.tv*, le premier diffuseur Web canadien présentant du contenu exclusif commandité par Canoe.TV ainsi que du contenu provenant de sources classiques;
- Canoe Video (*video.canoe.ca*), lancé en juin 2007, qui offre un accès facile à une variété de contenus provenant de sources comprenant Quebecor Media, le réseau de journaux de Sun Media et divers partenaires externes;
- Argent et Canoe Money (*argent.canoe.ca* et *money.canoe.ca*), site Internet financier qui offre, notamment, divers services allant de l'information financière à des outils de gestion de portefeuille (le site Web Argent (appelé auparavant Webfin) a été remanié au début de 2005 en partenariat avec la chaîne financière de TVA, Argent);

- Petitmonde (*petitmonde.com*), site Internet que Canoë a acquis en septembre 2007 et qui est consacré aux enfants et aux familles; et
- Canoë Klix (*canoeklix.com*), solution de « publicité au coût par clic » mise au point et lancée par Canoë en 2006.

### 2.6.3 Actifs en commerce électronique nous appartenant par l'intermédiaire de Canoë

Les actifs de Canoë en commerce électronique comprennent les sites suivants :

- *Jobboom.com*, site Internet d'emploi unique en son genre qui comptait plus de 2,0 millions de membres au 31 décembre 2007, lequel comprend également Les Éditions Jobboom (librairie virtuelle spécialisée dans les ouvrages sur le monde de l'emploi et de la carrière) et Jobboom Formation (répertoire Internet de services de formation continue);
- *Autonet.ca*, un des principaux sites Internet canadiens consacrés exclusivement à l'automobile;
- *Vitevite.ca* (auparavant *Canoeclasses.ca*) et *Canoeclassifieds.ca*, sites de petites annonces dans lesquels les visiteurs peuvent consulter plus de 100 000 petites annonces et qui atteignent des acheteurs potentiels dans tout le pays en intégrant plus de 200 quotidiens et journaux communautaires. Depuis juin 2007, *vitevite.ca* (*classifiedextra.ca* en anglais) exerce son activité en partenariat avec *Sympatico.MSN.ca*, qui publie toutes les petites annonces sous la bannière *vitevite.ca*, ce qui lui permet d'atteindre plus de 20 millions d'utilisateurs;
- *Micasa.ca*, un des principaux sites d'inscription immobilière du Québec, qui offre des services d'inscription immobilière étendus accessibles à tous les courtiers en immeubles ainsi qu'aux propriétaires individuels d'habitations;
- *ReseauContact.com*, site francophone de rencontres amicales et amoureuses qui comptait près de 500 000 visiteurs uniques par mois au 31 décembre 2007, d'après des statistiques internes; et
- *EspaceCanoë.ca*, plateforme technologique évoluée qui est destinée à des « communautés » sociales et qui permet le partage de vidéos, de photos et d'opinions par les utilisateurs dans un environnement Web 2.0 novateur.

### 2.6.4 Concurrence

Étant donné que l'Internet élimine les contraintes géographiques, les concurrents de Canoë peuvent être basés n'importe où dans le monde. Nos principaux compétiteurs sont soit des compagnies technologiques ou des compagnies de médias traditionnelles lesquelles ont généralement accès à d'importantes sources de capitaux depuis que le phénomène de la convergence s'est implanté. Dans le domaine des portails, nous estimons qu'il existera toujours un pourcentage de concurrents de petite taille sans grandes ressources financières.

L'avantage concurrentiel de Canoë réside dans son accès à un large éventail de contenu exclusif et local, c'est-à-dire les diverses émissions de la programmation du Groupe TVA. Nous sommes d'avis que l'information locale, nos relations d'affaires avec les marchés locaux ainsi que la force de frappe médiatique auxquelles nous avons accès permettent à Canoë d'attirer un large public, pouvant être facilement identifié et segmenté.

### 2.6.5 Propriété

Par l'intermédiaire de Quebecor Media, directement ou par l'intermédiaire du Groupe TVA, au 31 décembre 2007, nous étions propriétaires de 92,5 % des titres de participation et de 99,9 % des titres avec droit de vote de Canoë.

## 2.7 SECTEUR IMPRIMERIE

Nos activités d'impression commerciale sont exercées par Quebecor World.

Le 21 janvier 2008 (« date du dépôt »), Quebecor World a obtenu une ordonnance (« ordonnance initiale ») de la Cour supérieure du Québec (« tribunal ») lui accordant, à elle et à 53 de ses filiales américaines (« filiales américaines » et, collectivement avec Quebecor World, « requérantes ») une protection contre les créanciers en vertu de la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies* (« LACC »). À la même date, les filiales américaines ont déposé une requête en vertu du chapitre 11 du *Bankruptcy Code* des États-Unis (« chapitre 11 ») devant la U.S. Bankruptcy Court du district sud de New York (« tribunal américain de la faillite »). La procédure intentée en vertu de la LACC est appelée ci-après « procédure canadienne », la procédure intentée en vertu du chapitre 11 est appelée ci-après « procédure américaine » et ces deux procédures sont appelées collectivement ci-après « procédures d'insolvabilité ». Les filiales européennes et latino-américaines de Quebecor World ne sont pas visées par les procédures d'insolvabilité. Conformément aux procédures d'insolvabilité, les requérantes ont le pouvoir, notamment, de continuer d'exploiter leur entreprise (sous réserve de l'approbation du tribunal quant à certaines activités), de produire auprès du tribunal et de soumettre aux créanciers un plan de transaction ou d'arrangement en vertu de la LACC (« plan ») et d'effectuer une restructuration ordonnée de leurs affaires et de leurs finances en conformité avec les dispositions de l'ordonnance initiale. Le tribunal a nommé Ernst & Young Inc. (« contrôleur ») contrôleur à l'égard de la procédure canadienne. Conformément aux dispositions des ordonnances prononcées dans les procédures d'insolvabilité, en leur version modifiée, le contrôleur a été nommé à ce titre pour contrôler les affaires et les finances des requérantes, et l'ordonnance initiale lui impose à ce titre certaines obligations et fonctions, dont celles d'aider les requérantes relativement à leur restructuration et de déposer auprès du tribunal un rapport portant sur l'état des affaires et des finances des requérantes ainsi que sur les faits nouveaux concernant les procédures d'insolvabilité, selon ce que le contrôleur juge à propos. On se reportera à l'ordonnance initiale pour obtenir une description plus complète des devoirs et fonctions du contrôleur.

Le chapitre 11 prévoit la suspension de toutes les poursuites et procédures intentées contre les filiales américaines pendant la durée de la procédure américaine. L'ordonnance initiale prévoit également une suspension générale et, conformément à des ordonnances rendues subséquentement par le tribunal le 19 février 2008 et le 9 mai 2008, respectivement, cette période de suspension a été d'abord prolongée jusqu'au 12 mai 2008 puis jusqu'au 25 juillet 2008 au Canada. La période de suspension peut être encore prolongée si le tribunal le juge à propos. Les suspensions applicables empêchent généralement les parties d'intenter des poursuites contre les requérantes. La période de suspension et les procédures d'insolvabilité visent à donner aux requérantes l'occasion de stabiliser leurs exploitations et leurs activités ainsi que de mettre au point un plan d'affaires, tout cela en vue de proposer un plan définitif. Tout plan de ce genre devra être approuvé par les créanciers visés, de même que par le tribunal.

Comme il est indiqué à la note 16 afférente à ses états financiers consolidés vérifiés pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007, Quebecor World s'est trouvée en défaut aux termes de sa facilité bancaire renouvelable, de sa facilité de crédit relative au financement d'équipements et de son programme de titrisation nord-américain le 16 janvier 2008. Le 24 janvier 2008, et dans le cadre des procédures d'insolvabilité, Quebecor World a versé un montant de 413 millions de dollars US afin de mettre fin à son programme de titrisation nord-américain. Les procédures d'insolvabilité ont également déclenché des manquements à la quasi-totalité des autres obligations au titre des emprunts des requérantes. En règle générale, les procédures d'insolvabilité ont suspendu les recours contre les requérantes, y compris les actions en recouvrement de créances antérieures au dépôt en vue de l'exercice d'une mainmise sur l'un ou l'autre des biens des requérantes. Par suite de cette suspension, les requérantes ont cessé de faire les versements d'intérêts et de capital sur la quasi-totalité de leurs titres d'emprunt. Les ordonnances accordées dans le cadre des procédures d'insolvabilité ont procuré aux requérantes, entre autres facultés, le pouvoir : a) de payer les salaires, traitements et avantages échus et futurs de leurs employés; b) de verser les loyers exigibles aux termes des ententes existantes après la date du dépôt; et c) de s'acquitter de leurs obligations envers leurs clients.

Quebecor World a divulgué dans les documents qu'elle a déposés publiquement que les requérantes sont en train de mettre au point des plans stratégique et financier généraux qui serviront de base aux discussions qui auront lieu avec les parties intéressées, suivant les conseils et indications de leurs conseillers financiers et du contrôleur. Quebecor World a également indiqué dans les documents qu'elle a déposés publiquement que les requérantes s'attendent à ce que le plan stratégique soit au point au deuxième trimestre de 2008. On prévoit qu'il reflétera les attentes des requérantes en ce qui concerne les résultats d'exploitation à venir. Une fois le plan stratégique au point, un ou des plans seront élaborés et, si les approbations requises de la part des créanciers concernés, du tribunal et du tribunal américain de la faillite sont obtenues, les requérantes mettront un plan en œuvre. Toutefois, rien ne saurait assurer que les requérantes seront en mesure de mettre un plan en œuvre.

Quebecor World a indiqué son intention de demander au tribunal et au tribunal américain de la faillite la prolongation de la période de suspension au-delà du 25 juillet 2008 afin de disposer de plus de temps pour consulter les intéressés et mettre son plan au point. Si la période de suspension et toute prolongation subséquente, le cas échéant, devaient ne pas suffire pour permettre la mise au point et la présentation d'un plan ou si le plan devait ne pas être accepté par les créanciers visés et que les requérantes perdent alors la protection conférée par la suspension des procédures, la quasi-totalité des titres d'emprunt des requérantes deviendraient alors exigibles immédiatement, ce qui créerait une crise de liquidités immédiates qui entraînerait selon toutes probabilités la liquidation des actifs des requérantes. De même, si on ne réussit pas à mettre un plan en œuvre et à obtenir suffisamment de financement de sortie dans le délai accordé par le tribunal et le tribunal américain de la faillite, la quasi-totalité des titres d'emprunt des requérantes deviendront également exigibles immédiatement, ce qui conduira selon toute vraisemblance à la liquidation des actifs des requérantes.

Comme il est indiqué à la note 29 afférente à ses états financiers consolidés vérifiés pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007, la filiale de Quebecor World au Royaume-Uni a été placée sous administration le 28 janvier 2008.

Par le passé, nous donnions une description de notre secteur Imprimerie, tel qu'il était exploité par Quebecor World, dans nos notices annuelles. Toutefois, compte tenu des procédures d'insolvabilité, la valeur financière et stratégique que notre secteur Imprimerie exploité par Quebecor World présente pour nous est considérablement amoindrie et nous ne prévoyons pas réaliser de bénéfice à l'avenir relativement à notre investissement dans Quebecor World. C'est pourquoi nous ne présenterons plus d'autre information sur nos activités d'impression commerciale exercées par Quebecor World à compter de cette notice annuelle. De plus, conformément aux principes comptables généralement reconnus, nous avons cessé de consolider les résultats et les actifs de Quebecor World avec ceux de Quebecor en date du 21 janvier 2008.

À titre d'émetteur assujetti, Quebecor World est soumise aux mêmes obligations d'information continue que nous, et ces obligations comprennent le dépôt d'états financiers et de rapports de gestion annuels et intermédiaires, de notices annuelles, de déclarations de changement important et de copies des contrats importants. Les investisseurs qui le désirent peuvent consulter ces documents sur le site [www.sedar.com](http://www.sedar.com) sous le profil de Quebecor World.

### **2.7.1 Propriété**

Au 31 décembre 2007, nous étions propriétaires de 35,39 % des titres de participation et de 84,46 % des titres comportant droit de vote de Quebecor World. Au 2 juin 2008, nous étions propriétaires de 24,60 % des titres de participation et de 76,44 % des titres comportant droit de vote de Quebecor World.

## **2.8 PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**

Nous utilisons un certain nombre de marques de commerce relativement à nos produits et services, dont plusieurs ont été déposées auprès des autorités compétentes dans les territoires appropriés. De plus, nous avons des droits sur des marques non déposées en raison de leur usage. Nous prenons les moyens juridiques requis pour protéger nos marques de commerce et sommes d'avis que celles-ci sont protégées adéquatement.

Les émissions de télévision de même que les films bénéficient d'un régime de protection juridique en vertu des lois sur les droits d'auteur des pays dans lesquels nous exerçons nos activités. Ces régimes de protection prévoient d'importantes sanctions tant civiles que criminelles en cas de diffusion ou de reproduction non autorisée. Le contenu de nos journaux ainsi que de nos sites Internet est également protégé par des droits d'auteur. Nous sommes propriétaires des droits d'auteur relatifs à chacune de nos publications prises dans leur totalité, de même que relativement à chaque contenu créé par nos employés dans le cadre de leur travail, sous réserve de quelques exceptions très limitées. Nous avons conclu des contrats de licence avec des agences de presse, des pigistes et d'autres fournisseurs de contenu à des conditions qui, selon nous, permettent de répondre aux besoins de nos exploitations reliées à l'édition. Nous sommes d'avis que nous avons pris des mesures appropriées et raisonnables pour garantir, protéger et préserver nos droits, ou pour obtenir des engagements des titulaires de licences de garantir, protéger et préserver les droits d'auteur protégeant le contenu que nous créons ou distribuons.

En ce qui concerne nos services liés aux technologies et aux communications interactives, nous comptons sur un ensemble de lois portant sur le droit d'auteur, les secrets commerciaux et les marques de commerce ainsi que sur des procédures en matière de confidentialité et des dispositions contractuelles pour établir et protéger nos droits à l'égard de nos logiciels, de notre méthodologie et de notre technologie exclusive. Nous concluons généralement des contrats de non-divulgence avec nos employés, nos clients, nos partenaires et des tiers, et nous limitons l'accès aux codes sources de nos produits logiciels. Nous considérons nos codes sources comme de l'information dont nous avons la propriété exclusive et nous essayons de protéger les versions de codes sources de nos produits, ainsi que la documentation et les autres écrits tels que les secrets commerciaux et les oeuvres non publiées protégées par le droit d'auteur. Nous sommes titulaires de différentes licences permettant l'utilisation et la commercialisation de logiciels nécessaires à nos activités.

Nous avons enregistré certains noms de domaine que nous utilisons pour l'exploitation de sites Internet associés à nos activités dans les domaines de la télévision, de l'édition et de l'Internet. Puisque chaque nom de domaine Internet est unique, nos noms de domaine ne peuvent être enregistrés par d'autres entités tant que nos enregistrements sont valides.

## 2.9 RESSOURCES HUMAINES

Au 31 décembre 2007, Quebecor Media comptait environ 17 300 employés, dont environ 6 582 étaient régis par une convention collective. Le tableau qui suit (y compris les notes y afférentes) donnent certaines informations sur les employés de Quebecor Media, répartis par secteurs d'activité au 31 décembre 2007.

<u>Secteur d'activité</u>	<u>Nombre total d'employés</u>	<u>Nombre d'employés régis par une convention collective</u>	<u>Nombre de conventions collectives</u>
Câblodistribution	4 350	2 558	5 <sup>1</sup>
Journaux	8 260	2 824	88 <sup>2</sup>
Télédiffusion	1 910	830	15 <sup>3</sup>
Loisir et divertissement	1 480	370	7 <sup>4</sup>
Technologies et communications interactives	750	0	0
Internet – Portails	400	0	0
Autres	150	0	0
Total	17 300	6 582	115

1. Parmi ces conventions collectives, une convention (couvrant environ 40 employés) est venue à échéance. Les négociations relatives à cette convention collective commenceront en 2008. Deux autres, couvrant environ 2 308 employés, viendront à échéance en décembre 2009. Les deux autres conventions collectives, qui couvrent 210 employés, viendront à échéance entre janvier 2010 et août 2011.
2. Sun Media est partie à 48 conventions collectives, couvrant environ 2 004 employés. Parmi celles-ci, 12 conventions collectives, couvrant environ 941 employés, sont venues à échéance. Les négociations relatives à ces 12 conventions collectives sont en cours ou commenceront en 2008. Les 36 autres conventions collectives, couvrant environ 1 063 employés, devraient venir à échéance à diverses dates jusqu'en décembre 2010. De plus, Osprey Media est partie à 40 conventions collectives, couvrant

environ 820 employés. Toutes les conventions collectives d'Osprey Media devraient venir à échéance à diverses dates comprises entre juin 2008 et avril 2011.

3. Sur ce nombre, sept conventions collectives, couvrant environ 120 employés, sont venues à échéance. Les négociations relatives à ces sept conventions collectives sont en cours ou commenceront en 2008. Huit des conventions collectives du Groupe TVA, couvrant environ 710 employés, viendront à échéance entre octobre 2008 et la fin de décembre 2009.
4. Ces sept conventions collectives, couvrant environ 370 employés, viendront à échéance entre la fin d'avril 2009 et juin 2010.

Nous sommes d'avis que nos relations avec nos employés sont généralement bonnes.

## **2.10 RÉGLEMENTATION ENVIRONNEMENTALE**

Nous sommes assujettis à diverses lois et politiques gouvernementales et divers règlements portant sur la production, l'entreposage, le transport et l'élimination de déchets solides, l'émission de diverses substances dans l'eau et dans l'atmosphère, et la protection de l'environnement en général. Nous sommes d'avis que nous sommes en conformité, à tous les égards importants, avec ces lois et exigences.

Nous sommes aussi assujettis à diverses lois et à divers règlements, qui permettent aux autorités réglementaires d'exiger la décontamination environnementale des sites que nous possédons et des sites externes où nos déchets sont ou ont été éliminés (ou de réclamer un remboursement pour cette décontamination). Nous avons constitué une provision pour les dépenses associées aux obligations de décontamination lorsque de telles dépenses peuvent être estimées de façon raisonnable. Le montant de la provision est ajusté au fur et à mesure de l'obtention de nouvelles informations. Nous sommes d'avis que la provision est suffisante pour couvrir les coûts éventuels associés à ces travaux de décontamination.

Nous prévoyons devoir faire des investissements et engager des frais d'exploitation de façon continue pour nous conformer aux lois et aux obligations existantes et futures applicables en matière d'environnement. De plus, nous ne prévoyons pas que la conformité à ces lois environnementales aura un effet défavorable important sur notre compétitivité ou notre situation financière consolidée.

Nous estimons disposer de contrôles internes et de personnel affecté à la conformité à toutes les lois environnementales applicables qui permettent une surveillance et une gestion adéquates des risques environnementaux liés à notre exploitation.

Pour l'exercice 2007, nous estimons qu'il n'y a pas de nouveaux dossiers environnementaux (incident environnemental, entrée en vigueur de nouvelles lois ou de nouveaux règlements environnementaux, découverte de contamination du sol ou de la nappe phréatique, etc.) à divulguer qui pourraient avoir un impact significatif sur nous.

## **RUBRIQUE 3 — FAITS SAILLANTS**

---

L'information concernant les faits saillants, au cours des trois derniers exercices, de notre secteur Télédiffusion qui est exploité par le Groupe TVA est présentée dans la notice annuelle du Groupe TVA datée du 12 mars 2008, et les extraits pertinents de cette description sont reproduits à l'annexe A de la présente notice annuelle.

### **3.1 FAITS SAILLANTS DE 2007 ET DU PREMIER TRIMESTRE DE 2008**

Le 5 octobre 2007, Quebecor Media a mené à bien un placement privé de billets de premier rang d'un capital global de 700,0 millions de dollars US échéant en 2016. Les billets de premier rang ont été vendus à un prix équivalant à 93,75 % de leur valeur nominale, portent intérêt à 7¾ % (taux effectif de 8,81 %) et viennent à échéance le 15 mars 2016. Quebecor Media a affecté le produit net de 672,2 millions de dollars (y compris les intérêts courus de 16,6 millions de dollars et avant les frais de financement de 9,8 millions de dollars) tiré du placement, de même que sa trésorerie et ses équivalents, au remboursement des avances tirées sur la facilité de crédit-relais de premier rang conclue en vue du financement de l'acquisition d'Osprey Media faite en échange d'une contrepartie totale de 414,4 millions de dollars, au refinancement du remboursement, le 31 octobre 2007, de la somme de 179,7 millions de

dollars US tirée sur le prêt à terme « B » de Sun Media et au règlement de l'obligation de 106,0 millions de dollars liée aux instruments financiers dérivés se rattachant au prêt à terme B.

### **3.1.1 Secteur Câblodistribution**

Le 15 avril 2008, Vidéotron a annoncé la clôture de son placement de billets de premier rang, 9½ %, d'un capital global de 455 millions de dollars US échéant en 2018.

Le 8 avril 2008, Vidéotron a modifié sa facilité de crédit garantie par une sûreté de premier rang afin de faire passer les engagements pris en vertu de cette facilité à 575,0 millions de dollars et d'en reporter la date d'échéance à avril 2012.

En février 2008, Vidéotron a lancé deux nouveaux services d'accès Internet, Internet Très Grande Vitesse 30 et Internet Très Grande Vitesse 50, qui atteignent des vitesses de 30 Mbit par seconde et de 50 Mbit par seconde. Les deux nouveaux services à très grande vitesse font de Vidéotron le premier câblodistributeur nord-américain qui offre un service de cette vitesse sur un réseau câblé. Le déploiement commencera à Laval, au Québec, et atteindra un marché potentiel de 112 000 ménages.

Le 28 novembre 2007 et le 14 décembre 2007, Industrie Canada a publié une politique-cadre et un cadre pour la délivrance de licences, respectivement, relativement à la mise aux enchères du spectre 3G. Plusieurs des éléments de ces cadres visent expressément à inciter de nouveaux venus à participer au secteur canadien des services mobiles sans fil, plus particulièrement le fait de réserver 40 MHz du spectre (sur un total de 105 MHz) à l'échelle nationale aux nouveaux venus et la décision de rendre obligatoires l'itinérance numérique et le partage des emplacements et des pylônes d'antennes en imposant de nouvelles conditions de licence applicables à toutes les licences existantes de services mobiles sans fil et à toutes celles qui seront octroyées à l'avenir. Ces conditions de licence ont été arrêtées le 29 février 2008. La mise aux enchères du spectre 3G a commencé le 27 mai 2008, et notre filiale Quebecor Media a rempli les conditions requises afin d'y participer en tant que nouveau venu sur le marché. Dans le cadre de la mise aux enchères du spectre 3G, Quebecor Media a l'intention de concentrer ses efforts sur les régions qui présentent, selon elle, des perspectives de croissance intéressantes pour des services sans fil, sur la foi d'une analyse de facteurs démographiques, économiques et autres (y compris des facteurs propres au Québec, où nous exerçons notre activité). Voir la rubrique 2.1.2 ci-dessus, intitulée « Nos produits et services ».

### **3.1.2 Secteur Journaux**

Le 31 octobre 2007, Sun Media a conclu une convention d'emprunt subordonné de 237,5 millions de dollars avec Quebecor Media. Sun Média a affecté le produit de ce financement subordonné ainsi que des liquidités de 43,4 millions de dollars provenant de ses activités poursuivies au remboursement du solde de son prêt à terme « B » et au règlement des contrats de couverture connexes, ce qui représentait une contrepartie au comptant totale de 277,8 millions de dollars.

En août 2007, Quebecor Media a mené à bien l'acquisition de toutes les parts en circulation d'Osprey Media moyennant une contrepartie au comptant totale de 414,4 millions de dollars, à l'exclusion des passifs pris en charge. Le prix d'achat a été financé par une facilité de crédit-relais de premier rang que Quebecor Media a remboursée entièrement à l'aide d'une tranche du produit tiré du placement de ses billets de premier rang effectué en octobre 2007.

Sun Media a élargi la portée de sa chaîne de quotidiens urbains en février 2007 en lançant des journaux *24 Hours* à Calgary et à Edmonton, les deux plus grands centres urbains de l'Alberta, portant ainsi à sept le nombre de quotidiens gratuits publiés par Sun Media au Canada. Cette décision s'inscrivait dans la stratégie adoptée par Quebecor Media, qui consiste à renforcer sa présence dans différentes plateformes afin de rejoindre les consommateurs par plusieurs moyens de communication.

Quebecor Media a annoncé le 11 octobre 2007 la création d'une nouvelle filiale, Quebecor PagesMedia, qui regroupe toutes ses activités d'édition d'annuaires en version imprimée et en ligne. Quebecor

PagesMedia prévoit lancer 30 nouveaux annuaires locaux sous le nom de PagesMedia au Québec, en Ontario et en Alberta en 2008.

### **3.1.3 Télédiffusion**

Le 31 mars 2008, le Groupe TVA a annoncé une offre de rachat à des fins d'annulation visant un maximum de 2 000 000 de ses actions classe B, participantes, sans droit de vote à un prix de 17,00 \$ l'action dans le cadre d'une offre publique de rachat importante expirant le 14 mai 2008. Le 14 mai 2008, Groupe TVA a annoncé qu'elle avait porté de 2 000 000 à 3 000 000 le nombre d'actions classe B sans droit de vote qu'elle offrait de racheter aux termes de l'offre publique de rachat et qu'elle avait reporté la date d'expiration de son offre au 2 juin 2008. Le 2 juin 2008, après l'expiration de l'offre publique de rachat et en tenant compte des rachats de lots irréguliers et des rachats afin d'éviter la création de fractions d'action, Groupe TVA a racheté et annulé 3 000 642 actions classe B sans droit de vote pour un prix de rachat global de 51 010 914 \$.

### **3.1.4 Secteur Loisir et divertissement**

Il n'y a aucun fait saillant à signaler dans le secteur Loisir et divertissement pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007.

### **3.1.5 Secteur Technologies et communications interactives**

Le 26 février 2008, Quebecor Media a mené à bien son acquisition de toutes les actions de Nurun en circulation qui ne lui appartenaient pas déjà au prix de 4,75 \$ l'action, soit une contrepartie au comptant totale de 75,4 millions de dollars. Après cette opération, Nurun est devenue une filiale en propriété exclusive de Quebecor Media et ses actions ont été radiées de la cote de la TSX. Voir la rubrique 2.5.2, intitulée « Privatisation de Nurun ».

### **3.1.6 Secteur Internet – Portails**

Le 28 novembre 2007, Quebecor Media a lancé officiellement *canoe.tv*, le premier diffuseur Web du Canada. Celui-ci présentera du contenu exclusif ainsi que de la programmation de sources classiques. Grâce à *canoe.tv*, le portail *canoe.ca* et Quebecor Media dans son ensemble seront à l'avant-garde de la vidéo en ligne, qui constitue un secteur à croissance phénoménale propulsée par la très forte demande des consommateurs.

Au premier trimestre de 2007, le secteur Internet – Portails a lancé Espace Canoë, plateforme technologique évoluée qui permet le partage de vidéos, de photos et d'opinions par les utilisateurs dans un environnement Web 2.0 novateur.

## **3.2 FAITS SAILLANTS DE 2006**

En 2006, Quebecor Media a mené à bien le refinancement de tous ses billets non assortis d'une sûreté en circulation, refinancement qui avait été amorcé en 2005. Les billets de premier rang échéant en 2011 et les billets à escompte de premier rang échéant en 2011 qui ont été refinancés ont été rachetés en trois étapes, le premier bloc, le 19 juillet 2005, le deuxième, le 17 janvier 2006 et le troisième, le 15 juillet 2006. Les étapes du processus de refinancement réalisées en 2006 ont été les suivantes :

- Le 17 janvier 2006, Quebecor Media a émis des billets de premier rang, 7,75 %, d'un capital global de 525,0 millions de dollars US échéant en mars 2016. Quebecor Media a également établi de nouvelles facilités de crédit composées d'un prêt à terme A de 125,0 millions de dollars échéant en 2011, d'un prêt à terme B de 350,0 millions de dollars US échéant en 2013 et d'une facilité de crédit renouvelable de cinq ans de 100,0 millions de dollars échéant en 2011.
- Quebecor Media a utilisé le produit tiré de ses nouveaux billets de premier rang, la totalité de ses nouveaux prêts à terme A et B et les sommes reçues de ses filiales (237,0 millions de dollars tirés sur les facilités de crédit bancaire renouvelable existantes de Vidéotron et 40,0 millions de

dollars tirés sur une nouvelle facilité de crédit bancaire de Sun Media obtenue dans le cadre de la modification de ses facilités de crédit existantes) afin de financer le rachat, le 17 janvier 2006, d'un montant de 561,6 millions de dollars US en capital de ses billets de premier rang, 11,125 %, échéant en 2011, et de 275,6 millions de dollars US en capital à échéance de ses billets à escompte de premier rang, 13,75 %, échéant en 2011, soit respectivement 95,7 % et 97,4 % des billets émis et en circulation à cette date. Quebecor Media a déboursé une contrepartie en espèces totale de 1,3 milliard de dollars pour réaliser le rachat, y compris le paiement de la prime et les déboursés requis pour le règlement des ententes de swaps sur devises. À la suite de ces rachats, Quebecor Media a inscrit au premier trimestre de 2006 une perte sur refinancement de dettes de 331,6 millions de dollars, comprenant l'excédent des déboursés sur la valeur comptable des billets rachetés et des ententes de swaps sur devises y afférents, de même que la radiation des frais financiers reportés.

- Le 15 juillet 2006, Quebecor Media a procédé au rachat du solde de ses billets de premier rang en circulation échéant en 2011 et de ses billets à escompte de premier rang échéant en 2011 pour une contrepartie en espèces totale de 39,3 millions de dollars. Une perte sur refinancement de dettes de 10,5 millions de dollars a été enregistrée au troisième trimestre de 2006 relativement à ce rachat.

Le 12 avril 2006, Quebecor Media a contracté auprès de la Société Générale (Canada) un emprunt de 59,4 millions d'euros échéant en 2015 et garanti, entre autres, par une hypothèque de premier rang grevant les actifs mobiliers de Quebecor Media, dans le but de financer certains projets d'investissement.

### **3.2.1 Secteur Câblodistribution**

Le 1<sup>er</sup> janvier 2006, Vidéotron (Régional) ltée a fusionné avec CF Câble TV inc., qui l'a absorbée.

Le 1<sup>er</sup> janvier 2006, Vidéotron Télécom a fusionné avec Vidéotron, qui l'a absorbée, et a ainsi regroupé ses activités avec celles de Vidéotron. Le 1<sup>er</sup> juillet 2006, Vidéotron a aussi été absorbée par sa société mère, 9101-0827 Québec inc.

En juillet 2006, Vidéotron a obtenu son accès aux structures de soutien de la principale société d'hydro-électricité exerçant son activité au Québec (Hydro-Québec) en ratifiant une convention relative aux poteaux qui expire en décembre 2010.

Le 10 août 2006, Vidéotron a lancé ses services téléphoniques mobiles sans fil dans la région de Québec. Depuis, ce service a été déployé dans tout le Québec.

### **3.2.2 Secteur Journaux**

En 2006, Sun Media a inscrit des charges de restructuration, composées en grande partie d'indemnités de cessation d'emploi pour le personnel de production et de rédaction, en vue de la restructuration des ateliers d'impression des journaux *The London Free Press*, *Toronto Sun*, *Ottawa Sun* et *Le Journal de Montréal* et en vue de la restructuration des activités des salles de nouvelles et des compressions générales de la main-d'œuvre de Sun Media, respectivement, restructuration qui a eu une incidence sur l'équivalent de 676 postes à temps plein à Sun Media.

En juin 2006, Sun Media a annoncé un plan de restructuration des activités de ses salles de nouvelles, par l'introduction de nouvelles technologies de gestion des contenus et la rationalisation de l'étape de collecte de l'information. Sun Media a investi environ 7,0 millions de dollars dans ces nouvelles technologies. Au cours de 2006, elle a enregistré des indemnités de cessation d'emploi de 2,9 millions de dollars à la suite de l'abolition de l'équivalent de 85 emplois à temps plein dans les salles de nouvelles de l'ensemble de son organisation.

En novembre 2006, Sun Media a procédé au lancement de deux nouveaux quotidiens destinés aux usagers des transports en commun dans la région d'Ottawa, le *24 Hours* à Ottawa et le *24 Heures* à Ottawa-Gatineau. De plus, Sun Media a lancé deux nouveaux quotidiens destinés aux usagers des

transports en commun en Alberta en février 2007, un à Calgary et un à Edmonton. Le contenu rédactionnel de chaque quotidien est concentré sur la grande agglomération de chacune de ces villes.

### **3.2.3 Secteur Loisir et divertissement**

Le 29 mai 2006, le Groupe Archambault a vendu sa division de distribution Trans-Canada en échange d'une contrepartie totale de 2,22 millions de dollars.

### **3.2.4 Secteur Technologies et communications interactives**

Le 11 juillet 2006, Nurun a annoncé l'acquisition de Crazy Labs Web Solutions, S.L. (« Crazy Labs »), agence de communications interactives établie à Madrid, en Espagne, en contrepartie de 5,9 millions de dollars, dont 5,1 millions de dollars en trésorerie et 0,8 million de dollars en actions ordinaires de Nurun. L'acquisition a renforcé le positionnement de Nurun en Espagne, où cette dernière possédait déjà un bureau à Barcelone.

Le 23 janvier 2006, Nurun a acquis China Interactive Limited, entreprise de marketing interactif située à Shanghai, en République populaire de Chine, en contrepartie de 3,0 millions de dollars, dont 2,4 millions de dollars en trésorerie et 0,6 million de dollars en actions ordinaires de Nurun. L'acquisition représentait une étape importante du développement des marchés asiatiques pour Nurun.

### **3.2.5 Secteur Internet – Portails**

En 2006, Canoë a entrepris la conception d'un nouveau site de petites annonces électroniques plus performant et mieux intégré aux importantes sources de petites annonces que sont les journaux de Sun Media.

Au cours du mois de novembre 2006, Canoë a attiré 6,8 millions de visiteurs uniques, soit la meilleure performance mensuelle d'achalandage jamais enregistrée par le réseau Canoë (source : comScore Media Metrix).

## **3.3 FAITS SAILLANTS DE 2005**

Outre les faits saillants décrits ci-après pour chacun de nos secteurs, Quebecor Media a annoncé et mis en œuvre un plan de refinancement en 2005 et au début de 2006, lequel est décrit ci-dessous.

Le 16 décembre 2005, Quebecor Media a annoncé des offres publiques de rachat et des sollicitations de consentements aux termes desquelles elle offrait de racheter et de retirer de la circulation tous ses billets de premier rang 11,125 % échéant en 2011 et ses billets à escompte de premier rang 13,75 % échéant en 2011 en circulation et a demandé le consentement des porteurs afin de supprimer la quasi-totalité des clauses restrictives que renfermaient les actes de fiducie régissant ces billets. Dans le cadre de ces offres publiques de rachat, le 17 janvier 2006, Quebecor Media a racheté pour 561,6 millions de dollars US de capital de ses billets de premier rang échéant en 2011 (soit 95,7 % de ses billets de premier rang échéant en 2011 en circulation) et pour 275,6 millions de dollars US de capital à l'échéance de ses billets à escompte de premier rang échéant en 2011 (soit 97,4 % de ses billets à escompte de premier rang échéant en 2011 en circulation).

### **3.3.1 Secteur Câblodistribution**

En janvier 2005, Vidéotron a lancé un nouveau service de téléphonie VoIP au Québec, qui tire parti de la clientèle de Vidéotron en faisant appel à ce qui était alors le réseau et l'expertise de télécommunications de Vidéotron Télécom.

Le 15 juillet 2005, la filiale de Vidéotron CF Câble TV inc. a racheté tous ses billets de premier rang alors en circulation pour un montant global de 99,3 millions de dollars (y compris les frais occasionnés par la résiliation du contrat connexe d'échange de devises).

Le 16 septembre 2005, Vidéotron a réalisé un placement privé de billets de premier rang, 6,375 %, d'un capital global de 175,0 millions de dollars US échéant le 15 décembre 2015.

Le 20 septembre 2005, Vidéotron a signé une entente de relations stratégique avec une société de personnes appartenant à Rogers Sans-fil, l'exploitant du plus important réseau intégré sans fil voix et données du Canada. Grâce à ce partenariat, Vidéotron a lancé ses services téléphoniques mobiles sans fil dans la région de Québec le 10 août 2006.

### **3.3.2 Secteur Journaux**

En août 2005, Quebecor Media a annoncé un plan d'investissement dans une nouvelle installation d'impression située à Toronto, en Ontario. Au cours des premiers mois de 2007, Sun Media a transféré l'impression du *24 Hours* de Toronto à cette nouvelle installation et, vers la fin de 2007, elle a commencé à y imprimer une partie du *Toronto Sun*. En outre, en août 2005, nous avons annoncé un plan de déménagement des activités d'impression de certaines publications de Sun Media dans une nouvelle installation d'impression de 235 000 pi<sup>2</sup> nous appartenant qui est située à Saint-Janvier-de-Mirabel, au Québec. Voir également la rubrique 3.1.2, intitulée « Faits saillants de 2007 et du premier trimestre de 2008 – Secteur Journaux ».

### **3.3.3 Secteur Loisir et divertissement**

Le 12 décembre 2005, Quebecor Media a mené à bien son acquisition de Sogides, important groupe québécois d'édition et de distribution de livres auquel appartiennent les maisons d'édition *Les Éditions de l'Homme*, *Le Jour*, *Utilis* et *Les Presses Libres* et le Groupe Ville-Marie Littérature inc. (qui comprend quant à lui les maisons d'édition *L'Hexagone*, *VLB Éditeur* et *Typo*) ainsi que le distributeur Messageries A.D.P.

### **3.3.4 Secteur Technologies et communications interactives**

L'exercice 2005 a été marqué par une croissance significative du développement des affaires, Nurun ayant acquis de nouveaux clients locaux ou internationaux de premier plan, tels que Renault, Pirelli, Alcan Packaging, Ferrero (Nutella et Tic Tac), Guerbet et Éditions Tissot, en Europe, et Home Depot Canada, Kerastase USA, Heidelberg USA et Intercontinental Hotels Group, en Amérique du Nord.

### **3.3.5 Secteur Internet – Portails**

Le secteur Internet – Portails n'avait aucun fait saillant à signaler pour l'exercice terminé le 31 décembre 2005.

## **RUBRIQUE 4 — NOS ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS**

---

### **4.1 NOS ADMINISTRATEURS**

Le conseil d'administration de la Compagnie est chargé de superviser la gestion des affaires commerciales et internes de celle-ci, en vue d'augmenter sa valeur pour ses actionnaires. Le conseil d'administration est responsable de la bonne gestion de la Compagnie et, à ce titre, doit superviser de façon efficace et indépendante les activités et les affaires de la Compagnie, lesquelles sont gérées au quotidien par la direction. Le conseil d'administration peut déléguer certaines tâches à des comités du Conseil. Cette délégation ne dégage par le conseil d'administration de ses responsabilités générales de gestion de la Compagnie.

Le comité de régie d'entreprise et de mise en candidature a revu le mandat du conseil d'administration le 5 octobre 2007 et a recommandé au conseil de ne pas y apporter de modification.

Notre conseil d'administration est présentement composé de onze administrateurs. Le mandat de chacun d'eux se termine lors de l'élection de son successeur, à moins qu'il ne démissionne ou que son poste ne devienne vacant pour cause de décès ou de destitution ou pour toute autre raison. Le tableau qui suit

donne, au 1<sup>er</sup> juin 2008, le nom des administrateurs, leur province et pays de résidence, leur occupation principale, de même que l'année où ils ont été nommés ou élus administrateurs pour la première fois ainsi que les comités du conseil auxquels chacun siège.

Toutes les informations incluses dans cette rubrique nous ont été fournies par nos administrateurs.

<b>ADMINISTRATEURS DE LA CATÉGORIE A</b>		
<b>Nom, province et pays de résidence</b>	<b>Occupation principale<sup>1</sup></b>	<b>Administrateur depuis</b>
<b>Alain Bouchard<sup>A</sup></b> Québec, Canada	Président du conseil, président et chef de la direction, Alimentation Couche-Tard inc. (réseau de magasins d'accommodation)	1997
<b>Robert Dutton<sup>B</sup></b> Québec, Canada	Président et chef de la direction, RONA inc. (détaillant en quincaillerie)	2002
<b>Pierre Laurin<sup>2, B, C</sup></b> Québec, Canada	Président du conseil, Atrium Innovations inc. (fabricant et négociant de produits destinés aux secteurs des produits cosmétiques, pharmaceutiques et chimiques et au secteur de la nutrition)	1991
<b>Le très honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL.D.<sup>3</sup></b> Québec, Canada	Associé principal, Ogilvy Renault S.E.N.C.R.L., s.r.l. (cabinet d'avocats) et président du conseil, Quebecor World Inc. (imprimeur commercial)	1999
<b>Jean Neveu<sup>3</sup></b> Québec, Canada	Président du conseil, Quebecor inc., et président du conseil, Groupe TVA inc. (société de télédiffusion)	1988
<b>Pierre Parent<sup>4, A, C</sup></b> Québec, Canada	Président, Resort One (gestion immobilière et hôtelière)	2003
<b>Érik Péladeau<sup>3</sup></b> Québec, Canada	Vice-président du conseil, Quebecor inc., vice-président du conseil, Quebecor World Inc. (imprimeur commercial) et vice-président du conseil, Quebecor Media inc. (entreprise du secteur des communications)	1988
<b>Pierre Karl Péladeau<sup>3</sup></b> Québec, Canada	Président et chef de la direction, Quebecor inc., et vice-président du conseil et chef de la direction, Quebecor Media inc. (entreprise du secteur des communications)	1992
<b>ADMINISTRATEURS DE LA CATÉGORIE B</b>		
<b>Nom, province et pays de résidence</b>	<b>Occupation principale<sup>1</sup></b>	<b>Administrateur depuis</b>
<b>Françoise Bertrand<sup>5, A, B</sup></b> Québec, Canada	Présidente et chef de la direction, Fédération des chambres de commerce du Québec	2003
<b>Jean-Marc Eustache</b> Québec, Canada	Président du conseil et président et chef de la direction, Transat A.T. inc. (agence de voyage intégrée)	2005
<b>Jean La Couture, FCA<sup>3, C</sup></b> Québec, Canada	Président, Huis Clos Ltée (entreprise de facilitation et de médiation)	2003

Entre le 2 avril et le 20 mai 2008, nos administrateurs, nos hauts dirigeants et certains de nos employés actuels et de nos ex-employés n'avaient pas le droit de faire des opérations sur nos titres aux termes d'une interdiction d'opérations prononcée à l'endroit des membres de la direction par l'Autorité des marchés financiers dans le contexte du report du dépôt de nos états financiers annuels de 2007 et du rapport de gestion connexe.

1. Sauf comme il est indiqué ci-dessous, chacun des administrateurs mentionnés ci-dessus a exercé, au cours des cinq dernières années, son occupation principale actuelle ou occupé d'autres postes de direction au sein de la même société ou de sociétés

associées, y compris des sociétés appartenant au même groupe et des sociétés qu'elles ont remplacées, qui sont indiquées en regard de leur nom.

2. M. Pierre Laurin a été administrateur de Microcell Télécommunications Inc. (« Microcell ») de mai 1999 à mai 2003. Microcell a conclu un plan de restructuration, de transaction et d'arrangement avec ses créanciers et ses actionnaires qui est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> mai 2003 en vertu de la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies* (Canada). M. Laurin était membre du comité spécial du conseil d'administration de Microcell créé dans le cadre de la restructuration susmentionnée.
3. MM. Brian Mulrone, Jean Neveu, Érik Péladeau et Pierre Karl Péladeau et Jean La Couture sont tous administrateurs de Quebecor World Inc., qui a obtenu une ordonnance du tribunal lui accordant une protection en vertu de la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies* (Canada) le 20 janvier 2008. Voir la rubrique 2.7, intitulée « Secteur Imprimerie ».
4. Depuis 2002, M. Pierre Parent occupe également le poste de président du Groupe Parim.
5. M<sup>me</sup> Françoise Bertrand était, de février 2001 à juillet 2003, associée chez Secor Conseil.
  - A) Membre du comité de rémunération.
  - B) Membre du comité de régie d'entreprise et de mise en candidature.
  - C) Membre du comité de vérification.

## 4.2 NOS DIRIGEANTS

Le tableau suivant présente le nom de nos dirigeants, leur province et pays de résidence et leur poste au sein de la Compagnie en date du 1<sup>er</sup> juin 2008.

Nom, province et pays de résidence	Poste au sein de la Compagnie
<b>Jean Neveu</b> Québec, Canada	Président du conseil*
<b>Érik Péladeau</b> Québec, Canada	Vice-président du conseil
<b>Pierre Karl Péladeau</b> Québec, Canada	Président et chef de la direction
<b>Luc Lavoie</b> Québec, Canada	Vice-président exécutif, Affaires corporatives
<b>Louis Morin</b> Québec, Canada	Vice-président et chef de la direction financière
<b>Michel Ethier</b> Québec, Canada	Vice-président, Fiscalité
<b>Roger Martel</b> Québec, Canada	Vice-président, Vérification interne
<b>Denis Sabourin</b> Québec, Canada	Vice-président et contrôleur corporatif
<b>Claudine Tremblay</b> Québec, Canada	Vice-présidente et secrétaire
<b>Julie Tremblay</b> Québec, Canada	Vice-présidente, Ressources humaines
<b>Jean-François Pruneau</b> Québec, Canada	Trésorier
<b>Christian Marcoux</b> Québec, Canada	Secrétaire adjoint
<b>Dominique Poulin-Gouin</b> Québec, Canada	Secrétaire adjointe

Entre le 2 avril et le 20 mai 2008, nos administrateurs, nos hauts dirigeants et certains de nos employés actuels et de nos ex-employés n'avaient pas le droit de faire des opérations sur nos titres aux termes d'une interdiction d'opérations prononcée à

l'endroit des membres de la direction par l'Autorité des marchés financiers dans le contexte du report du dépôt de nos états financiers annuels de 2007 et du rapport de gestion connexe.

\* M. Neveu est président du conseil de Quebecor à temps partiel et n'est pas considéré comme un membre de l'équipe de direction.

Tous nos hauts dirigeants ont exercé la fonction principale indiquée ci-dessus, ou ont exercé d'autres fonctions au sein du groupe Quebecor au cours des cinq dernières années, à l'exception de Louis Morin, qui a été chef de la direction financière de Bombardier Produits Récréatifs inc. de décembre 2003 à janvier 2006, avant quoi il était vice-président principal et chef de la direction financière de Bombardier Inc.; Christian Marcoux, qui a été gestionnaire, Services aux émetteurs inscrits, à la Bourse de Toronto de janvier 2004 à décembre 2006 et avocat de BCF, S.E.N.C.R.L. de décembre 2000 à décembre 2003; et Dominique Poulin-Gouin, qui, avant 2007, était secrétaire de diverses sociétés fermées et ouvertes (par exemple Asbestos Corporation Limited et Mazarin inc.).

Au 1<sup>er</sup> juin 2008, à la connaissance de la Compagnie et selon les informations reçues, nos administrateurs et nos dirigeants, en tant que groupe, détenaient à titre de véritables propriétaires, directement ou indirectement, ou contrôlaient 17 513 164 de nos actions catégorie A (au sens défini ci-dessous) (soit 80,13 % des actions catégorie A) et 130 224 de nos actions catégorie B (au sens défini ci-dessous) (soit 0,31 % des actions catégorie B), aucune action classe A du Groupe TVA et 39 133 actions subalternes comportant droit de vote (soit 0,03 % des actions subalternes comportant droit de vote) de Quebecor World.

Les Placements Péladeau inc., société contrôlée par une fiducie constituée au profit de MM. Érik Péladeau et Pierre Karl Péladeau, contrôle les droits de vote relatifs à la Compagnie, au moyen de 17 508 964 de nos actions catégorie A et de 19 800 de nos actions catégorie B. La fiducie susmentionnée exerce également le contrôle sur Gestion Péladeau inc., qui détient 43 700 de nos actions catégorie A.

## **RUBRIQUE 5 — NOTRE COMITÉ DE VÉRIFICATION**

---

### **5.1 MANDAT DU COMITÉ DE VÉRIFICATION**

Notre comité de vérification aide notre conseil d'administration à s'acquitter de sa responsabilité de surveillance de nos contrôles financiers et de présentation de notre information financière. Le comité de vérification surveille également notre respect de nos engagements financiers ainsi que des exigences légales et réglementaires régissant les questions de communication de l'information financière et de gestion des risques financiers.

Le mandat de notre comité de vérification a été revu par notre conseil d'administration au cours de la réunion qu'il a tenue le 23 février 2007. Un exemplaire du mandat du comité de vérification est joint en tant qu'annexe C de la présente notice annuelle.

### **5.2 COMPOSITION DU COMITÉ DE VÉRIFICATION**

Le comité de vérification est composé de MM. Jean La Couture (président), Pierre Laurin et Pierre Parent.

Notre conseil d'administration a déterminé que chacun des trois membres du comité de vérification était indépendant et possédait des compétences financières au sens du *Règlement 52-110 sur le comité de vérification* (« Règlement 52-110 »).

### 5.3 FORMATION ET EXPÉRIENCE PERTINENTES

<b>Membre</b>	<b>Formation et expériences pertinentes</b>
Jean La Couture (président)	M. La Couture est Fellow de l'Ordre des comptables agréés du Québec. Il a dirigé Le Groupe Mallette (cabinet d'experts-comptables) de 1981 à 1989 avant de devenir président et chef de la direction de La Garantie, compagnie d'assurance de l'Amérique du Nord de 1990 à 1994. En 1995, il a créé Huis Clos Ltée, spécialisée en gestion et médiation ainsi qu'en négociations civiles et commerciales. Il siège au conseil d'administration et au comité de vérification de plusieurs compagnies ouvertes.
Pierre Laurin	Après une carrière à HEC Montréal (antérieurement l'École des Hautes Études Commerciales) qu'il a dirigé pendant plusieurs années, M. Laurin a été vice-président, planification et administration de la Cie Aluminium du Canada, puis président fondateur de SOCCRENT, société de capital de risque, et enfin président, Québec de Merrill Lynch, au Québec. Il est actuellement président du conseil d'Atrium Innovations inc. et administrateur invité à HEC Montréal, à titre bénévole. Il est aussi membre de différents conseils d'administration. Il est titulaire d'un MBA de HEC Montréal et d'un Ph. D. en administration des affaires de la Harvard Business School.
Pierre Parent	M. Parent est associé au monde des affaires depuis plusieurs années. Il a fondé la firme Promexpo Inc., leader dans le domaine de la conception et l'organisation de grands événements au Québec, qu'il dirigea durant de nombreuses années. Il est aussi spécialiste en gestion immobilière et hôtelière et, à ce titre, il est à la tête de Resort One et de R.O. Canada Inc.

### 5.4 UTILISATION DE CERTAINES DISPENSES

Nous ne nous sommes prévalus d'aucune dispense prévue au Règlement 52-110 à quelque moment que ce soit au cours du dernier exercice financier.

### 5.5 POLITIQUE ET PROCÉDURES D'APPROBATION PRÉALABLE

Notre comité de vérification a approuvé une politique concernant les services non liés à la vérification, conformément à laquelle la liste de certains services non liés à la vérification dont la prestation peut être faite par notre vérificateur externe est approuvée par le comité de vérification au début de l'exercice. Une fois ces services non liés à la vérification approuvés au préalable, notre vice-président et chef de la direction financière peut engager notre vérificateur externe pour lui confier des tâches ou des fonctions particulières entrant dans la définition des services approuvés au préalable. Pour tous les services non liés à la vérification qui dépassent 250 000 \$ ou les services qui n'ont pas été approuvés au préalable, le vice-président et chef de la direction financière s'en remet au président du comité de vérification ou au comité de vérification. Un rapport trimestriel sur la retenue des services non liés à la vérification est également présenté au comité de vérification par son président.

## 5.6 HONORAIRES DU VÉRIFICATEUR EXTERNE

Le tableau qui suit présente les honoraires versés à KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L., notre vérificateur externe, à l'égard des services rendus au cours des exercices 2007 et 2006.

	2007	2006
Honoraires de vérification <sup>1</sup>	11 057 722 \$	15 609 190 \$
Honoraires pour services liés à la vérification <sup>2</sup>	3 259 047 \$	1 033 617 \$
Honoraires pour services fiscaux <sup>3</sup>	2 379 101 \$	1 398 955 \$
Autres honoraires <sup>4</sup>	1 022 788 \$	788 942 \$
Total des honoraires	17 718 658 \$	18 830 704 \$

1. Les *honoraires de vérification* sont les honoraires facturés pour la vérification annuelle et les revues trimestrielles de nos états financiers consolidés annuels et trimestriels et les services fournis normalement par le vérificateur externe relativement aux dépôts ou missions prévus par la loi ou la réglementation. Sont également inclus sous cette rubrique les honoraires facturés pour d'autres services de vérification que seul le vérificateur externe peut raisonnablement fournir, notamment la rédaction de lettres de confort et de consentements, les consultations au sujet de la comptabilité générale et de la présentation de l'information financière concernant des problèmes particuliers, la revue de documents déposés auprès des autorités de réglementation et des services de traduction.
2. Les *honoraires pour services liés à la vérification* sont les honoraires facturés pour les services de certification et les services connexes qui sont fournis traditionnellement par le vérificateur externe, notamment les consultations sur les normes comptables et les normes de présentation de l'information financière relatives aux opérations projetées, les contrôles préalables et la vérification des régimes de retraite à l'intention des employés.
3. Les *honoraires pour services fiscaux* sont les honoraires facturés pour les services en matière de conformité fiscale, notamment la préparation des déclarations fiscales originales et modifiées et des demandes de remboursement; les conseils fiscaux, par exemple l'assistance et la représentation en relation avec les vérifications et les appels en matière fiscale, les conseils fiscaux reliés à des fusions et à des acquisitions, et les demandes de décisions ou de conseils techniques adressées aux administrations fiscales; les services de planification fiscale; et les conseils et services de planification.
4. Les *autres honoraires* comprennent les honoraires facturés pour les consultations relatives aux contrôles internes à l'égard de l'information financière et aux contrôles et procédures de communication de l'information de la Compagnie et de ses filiales et pour l'assistance fournie en vue de l'obtention de subventions.

## RUBRIQUE 6 — LITIGES

De temps à autre, nous sommes engagés dans divers litiges survenant dans le cours normal de nos affaires.

Le 20 juillet 2007, une requête en autorisation de recours collectif a été déposée à la Cour supérieure du Québec contre Vidéotron concernant une interruption du service Internet survenue le 18 juillet 2007 et d'autres interruptions sporadiques du service d'accès Internet. La partie requérante réclame un crédit pour une partie des frais d'accès Internet versés pendant la durée de ces interruptions de service. La partie requérante réclame également des dommages-intérêts exemplaires et des dommages pour troubles et inconvénients. La date d'audition de la requête en autorisation de recours collectif n'a pas encore été fixée. Bien qu'il soit impossible, à la date de la présente notice annuelle, de déterminer l'issue de ce recours avec un degré de certitude raisonnable, la direction de Vidéotron est d'avis que la poursuite n'est pas fondée et elle entend se défendre vigoureusement dans cette affaire.

De plus, différents autres litiges à l'encontre de Quebecor Media et de ses filiales ou dans lesquels nous sommes mis en cause sont en instance actuellement. Nous ne prévoyons pas que le règlement de ces litiges aura une incidence défavorable importante sur nos résultats, nos liquidités ou notre situation financière.

## RUBRIQUE 7 — FACTEURS DE RISQUE

*Nous recommandons instamment à nos investisseurs actuels et éventuels d'examiner soigneusement les risques décrits sous les rubriques mentionnées ci-après, les autres informations contenues dans la présente notice annuelle ainsi que toute autre information et tout autre document déposés par nous auprès des autorités de réglementation des valeurs mobilières compétentes avant de prendre une décision d'investissement concernant n'importe lequel de nos titres. Les risques et incertitudes qui sont décrits sous ces rubriques ne sont pas les seuls auxquels nous sommes exposés. D'autres risques et*

*incertitudes dont nous ne sommes pas au courant, ou que nous considérons sans importance actuellement, peuvent aussi devenir d'importants facteurs qui influenceront sur nous. Si l'un quelconque des risques ci-dessous venait à se réaliser, notre activité, nos flux de trésorerie, notre situation financière ou nos résultats d'exploitation pourraient s'en ressentir gravement. Ces facteurs de risque doivent être considérés en parallèle avec les énoncés prospectifs contenus dans le présent document et avec les mises en garde figurant sous la rubrique 13 – Énoncés prospectifs.*

Nous décrivons les principaux facteurs de risque concernant nos activités et nos entreprises dans notre rapport de gestion pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007, sous la rubrique « Risques et incertitudes », rapport qui a été déposé auprès des autorités de réglementation des valeurs mobilières canadiennes le 8 mai 2008. Les pages présentées sous cette rubrique sont intégrées par renvoi dans la présente notice annuelle et peuvent être consultées sur SEDAR, sous notre profil, à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

## **RUBRIQUE 8 — DESCRIPTION DE LA STRUCTURE DU CAPITAL**

---

### **8.1 STRUCTURE DE NOTRE CAPITAL**

Notre capital-actions autorisé a été modifié par certificat de modification en date du 4 septembre 1986 par la redésignation des actions ordinaires en actions catégorie A (droits de vote multiples) (« actions catégorie A ») comportant dix votes par action et la création d'actions subalternes catégorie B (comportant droit de vote) (« actions catégorie B ») comportant un vote par action. Nos actions catégorie B sont des « titres subalternes » (au sens de la réglementation canadienne pertinente relative aux valeurs mobilières) car elles ne comportent pas des droits de vote égaux à ceux qui s'attachent aux actions catégorie A. Dans l'ensemble, au 1<sup>er</sup> juin 2008, tous les droits de vote associés aux actions catégorie B représentaient 16,27 % des droits de vote s'attachant à la totalité de nos titres comportant droit de vote émis et en circulation.

Nos statuts prévoient que si, à quelque moment que ce soit, le « Groupe Péladeau ou un successeur acceptable » (au sens défini dans les statuts de Quebecor) n'est pas propriétaire, directement ou indirectement, d'un nombre d'actions catégorie A égal à au moins 40 % de toutes les actions catégorie A en circulation ou n'est pas propriétaire, directement ou indirectement, d'au moins 8 000 000 d'actions catégorie A (ce nombre ayant été ajusté à la hausse pour tenir compte d'une division d'actions), alors les actions catégorie A comporteront en tout temps par la suite un vote par action et tous nos administrateurs seront élus par les porteurs des actions catégorie A et des actions catégorie B votant ensemble comme si ces actions ne constituaient qu'une seule catégorie d'actions.

Nos statuts prévoient en outre que, si une offre publique d'achat visant les actions catégorie A est faite aux porteurs d'actions catégorie A sans être faite en même temps et aux mêmes conditions aux porteurs d'actions catégorie B, chaque action catégorie B deviendra, à compter de la date à laquelle cette offre est faite, convertible en une action catégorie A, au gré de son porteur, à seule fin de lui permettre d'accepter l'offre. Toutefois, ce droit de conversion sera présumé ne pas entrer en vigueur si le « Groupe Péladeau ou un successeur acceptable » détient alors un nombre de nos actions, de quelque catégorie que ce soit, suffisant pour lui permettre d'exercer plus de 50 % des droits de vote afférents à toutes nos actions comportant alors droit de vote et qu'il n'accepte pas l'offre avant son expiration. De plus, ce droit de conversion sera présumé ne pas entrer en vigueur si l'offre est retirée par son initiateur.

Nos statuts comportent une définition d'une offre donnant naissance au droit de conversion, prévoient la marche à suivre pour exercer ce droit et stipulent qu'au moment où une telle offre est faite, nous ou l'agent de transfert des actions catégorie B communiquerons par écrit aux porteurs d'actions catégorie B tous les détails sur la façon dont peut être exercé le droit de conversion.

## **8.2 NOTRE CAPITAL-ACTIONS AUTORISÉ**

Notre capital-actions autorisé se compose des catégories d'actions suivantes :

- actions catégorie A (droits de vote multiples), chaque action donnant droit à dix voix, autorisées en nombre illimité, convertibles en tout temps en actions subalternes catégorie B (comportant droit de vote), à raison de une action contre une action; et
- actions catégorie B, chaque action donnant droit à une voix, autorisées en nombre illimité, convertibles en actions catégorie A, à raison d'une action contre une action, uniquement si une offre publique d'achat visant les actions catégorie A est faite sans qu'une offre soit faite en même temps et aux mêmes conditions pour les actions catégorie B.

Les porteurs d'actions catégorie B ont le droit d'élire 25 % des membres de notre conseil d'administration, et les porteurs d'actions catégorie A ont le droit d'élire les autres membres de notre conseil d'administration.

## **8.3 CAPITAL-ACTIONS ÉMIS ET EN CIRCULATION**

En date du 1<sup>er</sup> juin 2008, nous avons 21 855 371 actions catégorie A et 42 461 651 actions catégorie B émises et en circulation.

## **8.4 DIVIDENDES**

Chaque action catégorie A et chaque action catégorie B donne le droit de recevoir les dividendes que notre conseil d'administration détermine, d'un montant identique, à la même date et en la même forme, tout comme si les actions catégorie A et les actions catégorie B formaient une seule catégorie d'actions.

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2005, nous avons déclaré et versé des dividendes trimestriels totalisant 0,19 \$ par action sur nos actions catégorie A et nos actions catégorie B. Pour les exercices terminés les 31 décembre 2006 et 2007, nous avons déclaré et versé des dividendes trimestriels totalisant 0,20 \$ par action sur nos actions catégorie A et nos actions catégorie B.

Le 28 février 2008, nous avons déclaré un dividende trimestriel de 0,05 \$ par action sur nos actions catégorie A et nos actions catégorie B, qui a été versé le 8 avril 2008.

Le 8 mai 2008, nous avons déclaré un dividende trimestriel de 0,05 \$ par action sur nos actions catégorie A et nos actions catégorie B, qui sera versé le 17 juin 2008 aux porteurs inscrits le 23 mai 2008.

## **8.5 MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES**

Nos actions catégorie A et nos actions catégorie B sont inscrites à la TSX sous les symboles respectifs « QBR.A » et « QBR.B ».

Les tableaux qui suivent présentent les cours extrêmes et le cours de clôture ainsi que le volume mensuel total de négociation de nos actions catégorie A et de nos actions catégorie B à la TSX pour les périodes indiquées :

<b>ACTIONS CATÉGORIE A</b>				
<b>Mois de 2007</b>	<b>Cours de clôture (\$ CA)</b>	<b>Haut (\$ CA)</b>	<b>Bas (\$ CA)</b>	<b>Volume (nombre)</b>
Janvier	40,00	42,75	36,75	53 585
Février	42,50	43,47	40,05	112 150
Mars	41,25	43,50	40,75	158 469
Avril	43,50	46,49	40,06	163 415
Mai	41,65	44,66	40,00	75 142
Juin	42,75	44,50	40,30	23 792
Juillet	41,75	44,43	41,75	11 072
Août	40,00	43,00	38,26	45 120
Septembre	40,85	40,85	39,25	15 578
Octobre	44,76	44,76	40,99	14 276
Novembre	42,00	45,00	39,00	39 900
Décembre	39,75	42,81	39,64	26 980

<b>ACTIONS CATÉGORIE B</b>				
<b>Mois de 2007</b>	<b>Cours de clôture (\$ CA)</b>	<b>Haut (\$ CA)</b>	<b>Bas (\$ CA)</b>	<b>Volume (nombre)</b>
Janvier	38,72	41,49	35,50	3 071 362
Février	39,80	40,88	36,81	2 688 239
Mars	38,65	40,89	37,99	2 416 551
Avril	39,99	43,25	38,20	2 698 301
Mai	38,28	42,15	36,85	2 544 940
Juin	40,15	41,50	36,31	2 459 639
Juillet	38,40	41,14	38,00	2 496 441
Août	36,39	39,42	34,50	3 291 289
Septembre	37,52	38,05	35,55	1 823 266
Octobre	41,00	41,03	36,94	2 503 133
Novembre	38,66	41,94	33,36	4 062 935
Décembre	35,75	39,54	35,44	1 707 045

#### **RUBRIQUE 9 — MEMBRES DE LA DIRECTION ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉS DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES**

Aux fins de cette rubrique, il faut se reporter à i) la note 29 de nos états financiers consolidés vérifiés pour les exercices terminés les 31 décembre 2007 et 2006 et ii) à la rubrique « Opérations entre apparentés » de notre rapport de gestion pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007, qui sont toutes deux intégrées par renvoi dans cette notice annuelle.

Nos états financiers consolidés vérifiés pour les exercices financiers terminés les 31 décembre 2007 et 2006 et notre rapport de gestion pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007 sont accessibles sur notre site Internet à l'adresse [www.quebecor.com](http://www.quebecor.com) et sur SEDAR, sous notre profil, à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

## RUBRIQUE 10 — NOS CONTRATS IMPORTANTS

---

### 10.1 CONVENTION ENTRE ACTIONNAIRES

Quebecor, Capital d'Amérique CDPQ inc. (auparavant Capital Communications CDPQ inc.) (« **Capital CDPQ** ») et Quebecor Media, entre autres, ont conclu une convention entre actionnaires datée du 23 octobre 2000, consolidée et modifiée par une entente entre actionnaires en date du 11 décembre 2000, qui énonce nos droits et obligations et ceux de Capital CDPQ en qualité d'actionnaires de Quebecor Media (la « **Convention entre actionnaires** »). À moins de dispositions expresses contraires prévues dans la Convention entre actionnaires, les droits qui y sont énoncés s'appliquent uniquement aux actionnaires détenant au moins 10 % des actions de participation de Quebecor Media (les « **actions de QMI** »), après dilution.

La Convention entre actionnaires prévoit notamment ce qui suit :

- i) les droits de préemption habituels relativement à certains transferts d'actions de QMI;
- ii) les droits préférentiels de souscription habituels qui permettent aux actionnaires de conserver leur participation respective en actions de QMI après dilution, en cas d'émissions de nouvelles actions de QMI ou de titres convertibles de Quebecor Media;
- iii) des droits de représentation au conseil d'administration de Quebecor Media en proportion de leur actionariat, Capital CDPQ ayant quatre représentants au conseil d'administration de Quebecor Media et nous, initialement cinq (maintenant six);
- iv) des droits de consentement dans certaines circonstances à l'égard de questions concernant Quebecor Media et ses filiales qui ne sont pas des émetteurs assujettis (sociétés ouvertes), y compris a) une modification importante apportée à la nature de l'entreprise de Quebecor Media et de ses filiales prises dans leur ensemble, b) une modification apportée aux statuts de Quebecor Media ou de certaines de ses filiales, c) la fusion de Quebecor Media ou de certaines de ses filiales avec une autre personne qu'une société appartenant au même groupe qu'elle, d) l'émission par Quebecor Media ou certaines de ses filiales d'actions ou de titres pouvant être convertis en actions, sauf en cas de premier appel public à l'épargne au moyen d'actions de QMI, e) toute transaction d'une valeur de plus de 75 000 000 \$, sauf la vente de produits et services dans le cours normal des activités, f) une acquisition d'entreprise dans un secteur d'activités non lié à ceux dans lesquels Quebecor Media et certaines de ses filiales œuvrent, et g) des dépenses en immobilisations dépassant certains montants pour chacune des cinq premières années d'exploitation de Quebecor Media;
- v) les droits de préemption habituels en faveur de Capital CDPQ relativement à la vente de la totalité ou de la quasi-totalité des actions ou éléments d'actif de Groupe TVA ou de Vidéotron;
- vi) une option d'achat aux termes de laquelle, tant et aussi longtemps que Capital CDPQ détiendra au moins 22,5 % des actions de QMI après dilution, si la famille Péladeau (selon la définition figurant dans la Convention entre actionnaires) cesse de contrôler la Compagnie, Capital CDPQ pourra, à son gré, acheter à la juste valeur marchande la participation de la Compagnie dans le capital de Quebecor Media ou vendre à la juste valeur marchande la participation de Capital CDPQ dans le capital de Quebecor Media à la Compagnie ou à son nouvel actionnaire contrôlant; toutefois, l'option d'achat ne s'applique pas si la famille Péladeau (selon la définition figurant dans la Convention entre actionnaires) a offert à Capital CDPQ un droit de préemption habituel sur son bloc de contrôle avant de vendre le contrôle de la Compagnie, et tous les droits énoncés au présent point vi) cessent de s'appliquer cinq ans après l'approbation par le CRTC de l'acquisition du groupe Vidéotron par Quebecor Media; et
- vii) notre engagement de non-concurrence selon lequel les sociétés appartenant au même groupe que nous et nous nous abstiendrons de faire concurrence à Quebecor Media et à ses filiales

dans leurs secteurs d'activité tant et aussi longtemps que nous posséderons le contrôle de droit ou de fait de Quebecor Media, sous réserve de certaines exceptions restreintes.

La Convention entre actionnaires prévoit que, lorsque Quebecor Media deviendra un émetteur assujéti et possédera un « flottant » public de 20 % des actions de QMI, certaines dispositions de la Convention entre actionnaires cesseront de s'appliquer, y compris les droits de consentement décrits aux points iv) d) et e) qui précèdent.

Dans une lettre d'entente distincte datée du 11 décembre 2000, Capital CDPQ et nous avons convenu, sous réserve des lois pertinentes, des obligations fiduciaires et des accords existants, de tenter d'appliquer aux filiales de Quebecor Media qui sont des émetteurs assujétis (sociétés ouvertes) les droits énoncés dans la Convention entre actionnaires quant aux consentements requis et à la représentation aux différents conseils, tant et aussi longtemps que Capital CDPQ détiendra au moins 20 % des actions de QMI après dilution (10 % dans le cas du Groupe TVA).

La Convention entre actionnaires de Quebecor Media peut être consultée sur SEDAR, sous notre profil, à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

## 10.2 AUTRES CONTRATS IMPORTANTS

Le Groupe TVA est soumis aux mêmes obligations d'information continue que nous, et ces obligations incluent l'exigence de déposer des états financiers et des rapports de gestion annuels et intermédiaires, des déclarations de changement important et des copies des contrats importants. Les investisseurs qui le souhaitent peuvent consulter ces documents sous le profil du Groupe TVA sur SEDAR à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

Nous avons obtenu des Autorités canadiennes en valeurs mobilières une dispense de dépôt dans notre profil sur SEDAR, des contrats importants du Groupe TVA qui seraient sinon des contrats importants pour nous. Les contrats importants du Groupe TVA peuvent être consultés sous le profil de cette société à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

### 10.2.1 Contrats importants de Quebecor Media

Quebecor Media est partie aux contrats importants suivants conclus hors du cours normal des affaires qui demeurent en vigueur :

- **Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang, 7¾ %, d'un capital de 700 000 000 \$ US échéant le 15 mars 2016, intervenu en date du 5 octobre 2007 entre Quebecor Media, à titre d'émetteur, et la U.S. Bank National Association, à titre de fiduciaire**

Le 5 octobre 2007, Quebecor Media a émis des billets de premier rang, 7¾ %, d'un capital totalisant 700 000 000 \$ US échéant le 15 mars 2016 en vertu d'un acte de fiducie intervenu en date du 5 octobre 2007 entre Quebecor Media et la U.S. Bank National Association, à titre de fiduciaire. Ces billets ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 mars 2016. Les intérêts s'y rapportant sont payables semestriellement à terme échu les 15 juin et 15 décembre de chaque année, à compter du 15 décembre 2007. Ces billets ne sont pas garantis par les filiales de Quebecor Media. Ils sont remboursables, au gré de Quebecor Media, dans certaines circonstances et aux prix de rachat stipulés dans ces actes de fiducie. Ces actes de fiducie comportent les clauses restrictives habituelles touchant Quebecor Media et certaines de ses filiales et les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit, sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Quebecor Media, le fiduciaire ou les porteurs de billets représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets alors en circulation peuvent déclarer tous les billets exigibles immédiatement.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous notre profil, à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

- **Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang, 7,75 %, d'un capital de 525 000 000 \$ US échéant le 15 mars 2016, intervenu en date du 17 janvier 2006 entre Quebecor Media, à titre d'émetteur, et la U.S. Bank National Association, à titre de fiduciaire**

Le 17 janvier 2006, Quebecor Media a émis des billets de premier rang, 7,75 %, d'un capital totalisant 525 000 000 \$ US échéant le 15 mars 2016 en vertu d'un acte de fiducie intervenu en date du 17 janvier 2006 entre Quebecor Media et la U.S. Bank National Association, à titre de fiduciaire. Ces billets ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 mars 2016. Les intérêts s'y rapportant sont payables semestriellement à terme échu les 15 juin et 15 décembre de chaque année, à compter du 15 juin 2006. Ces billets ne sont pas garantis par les filiales de Quebecor Media. Ils sont remboursables, au gré de Quebecor Media, dans certaines circonstances et aux prix de rachat stipulés dans ces actes de fiducie. Ces actes de fiducie comportent les clauses restrictives habituelles touchant Quebecor Media et certaines de ses filiales et les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit, sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Quebecor Media, le fiduciaire ou les porteurs de billets représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets alors en circulation peuvent déclarer tous les billets exigibles immédiatement.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous notre profil, à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

- **Convention de crédit intervenue en date du 17 janvier 2006 entre Quebecor Media, à titre d'emprunteur, les institutions financières qui y sont parties de temps à autre, à titre de prêteurs, et la Bank of America, N.A., à titre d'agent administratif**

Le 17 janvier 2006, dans le cadre de son plan de refinancement, Quebecor Media a conclu des facilités de crédit de premier rang assorties d'une sûreté constituées de ce qui suit : i) une facilité de crédit renouvelable de cinq ans de 100,0 millions de dollars échéant en janvier 2011; ii) un prêt à terme A de cinq ans de 125,0 millions de dollars échéant en janvier 2011 et iii) une facilité de prêt à terme B de 7 ans de 350,0 millions de dollars US échéant en janvier 2013 (collectivement, « **convention de crédit QMI** »). Les facilités de crédit de premier rang assorties d'une sûreté en vertu de la convention de crédit QMI comprennent également une facilité de crédit progressif non ferme de 350 millions de dollars, qui pourrait être à la disposition de Quebecor Media, à la condition que celle-ci respecte en tout temps tous les engagements financiers, qu'il y ait absence de défaut et que les prêteurs soient disposés à financer ce crédit progressif. Cette facilité de crédit progressif aura une durée devant être convenue avec les prêteurs, mais l'échéance des emprunts contractés en vertu de la facilité de crédit progressif devra tomber au plus tôt à la date d'échéance de la facilité de prêt à terme B. Quebecor Media peut tirer des lettres de crédit en vertu de ses facilités de crédit de premier rang assorties d'une sûreté. Le produit du prêt à terme A et du prêt à terme B a été utilisé pour refinancer une dette existante. Le produit de sa facilité de crédit renouvelable peut être utilisé à des fins générales.

Les emprunts contractés en vertu de la facilité de crédit renouvelable, du prêt à terme A et du prêt à terme B portent intérêt au taux préférentiel canadien, au taux préférentiel américain, au taux des acceptations bancaires ou au LIBOR, plus, dans chaque cas, une majoration applicable.

Les emprunts contractés en vertu de la facilité de crédit renouvelable sont remboursables intégralement en janvier 2011. Les emprunts contractés en vertu de la facilité de prêt à terme A de Quebecor Media sont remboursables intégralement en janvier 2011 et les emprunts contractés en vertu de sa facilité de prêt à terme B sont remboursables intégralement en janvier 2013. Quebecor Media est également tenue de faire des remboursements trimestriels spécifiés des montants empruntés en vertu du prêt à terme A et du prêt à terme B.

Les emprunts contractés en vertu des facilités de crédit de premier rang assorties d'une sûreté et en vertu d'instruments dérivés admissibles sont garantis par une hypothèque de premier rang et par un contrat de sûreté (sous réserve de certaines charges autorisées) grevant la totalité des biens meubles de Quebecor Media ainsi que par des gages de premier rang constitués de la totalité des actions (sous réserve de certaines charges autorisées) de Sun Media et de Vidéotron.

La convention de crédit QMI comporte les engagements usuels qui restreignent et limitent la capacité de Quebecor Media de faire, entre autres, les choses suivantes : procéder à une opération de fusion, accorder des charges, vendre des actifs, verser des dividendes ou faire d'autres distributions, émettre des actions de son capital-actions, encourir des dettes et procéder à des opérations avec des parties reliées. En outre, la convention de crédit QMI renferme les engagements financiers habituels. Elle contient aussi les cas de défaut habituels, y compris le non-paiement du capital ou des intérêts, le manquement à un engagement financier, l'omission de respecter tout autre engagement, certains cas de faillite concernant Quebecor Media et ses filiales, et la survenance d'un changement de contrôle.

La convention de crédit QMI peut être consultée sur SEDAR, sous notre profil, à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

### 10.2.2 Contrats importants de Vidéotron

Vidéotron est partie aux contrats importants suivants, conclus hors du cours normal des affaires, qui demeurent en vigueur :

- **Convention de crédit modifiée et mise à jour datée du 19 novembre 2004 entre Vidéotron, en qualité d'emprunteur, les parties agissant en qualité de garants, les institutions financières signataires, en qualité de prêteurs, et la Banque Royale du Canada, en qualité de mandataire administratif, en sa version modifiée.**

Le 8 avril 2008, Vidéotron a conclu des modifications relatives à sa convention de crédit modifiée et mise à jour datée du 28 novembre 2000. Suivant ces modifications, les engagements pris en vertu de la facilité de crédit garantie par une sûreté de premier rang ont été portées à 575,0 millions de dollars CA et l'échéance de la facilité a été reportée à avril 2012. De plus, Vidéotron pourra, à certaines conditions, accroître les engagements prévus aux termes de la facilité de crédit garantie par une sûreté de premier rang à raison de 75,0 millions de dollars CA (pour des engagements totaux de 650,0 millions de dollars CA). Le produit de la facilité de crédit rotatif de Vidéotron sera affecté aux besoins généraux de Vidéotron, y compris à des distributions à l'actionnaire de Vidéotron dans certaines circonstances.

Les emprunts en vertu de la facilité de crédit rotatif modifiée et mise à jour de Vidéotron porteront intérêt au taux préférentiel canadien, au taux des acceptations bancaires ou au LIBOR, plus une marge applicable dans chaque cas. Les emprunts obtenus en vertu de cette facilité de crédit rotatif de Vidéotron sont remboursables intégralement en avril 2012.

Cette convention de crédit modifiée et mise à jour comporte les engagements usuels qui restreignent et limitent la capacité de Vidéotron et des garants qui y sont parties, y compris la plupart, mais non la totalité, des filiales de Vidéotron (« groupe Vidéotron »), de faire, entre autres, les choses suivantes : procéder à une opération de fusion, accorder des charges, vendre des actifs, verser des dividendes ou faire d'autres distributions, émettre des actions de son capital-actions, encourir des dettes et procéder à des opérations avec des parties reliées. En outre, cette facilité de crédit modifiée et mise à jour renferme les engagements financiers habituels. Elle contient aussi les cas de défaut habituels, y compris le non-paiement du capital ou des intérêts, le manquement à un engagement financier, l'omission de respecter tout autre engagement, certains cas de faillite concernant Vidéotron et les membres du groupe Vidéotron, et la survenance d'un changement de contrôle.

Cette convention de crédit peut être consultée sur SEDAR, sous le profil de Quebecor, à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

- **Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang, 6,875 %, de Vidéotron d'un capital de 650 000 000 \$ US échéant le 15 janvier 2014, intervenu le 8 octobre 2003 entre Vidéotron, à titre d'émetteur, les garants parties à cet acte, et Wells Fargo Bank Minnesota, N.A. (aujourd'hui Wells Fargo Bank, National Association), à titre de fiduciaire, en sa version modifiée par un supplément**

Le 8 octobre 2003, Vidéotron a émis des billets de premier rang, 6,875 %, d'un capital total de 335,0 millions de dollars US échéant le 15 janvier 2014 et, le 19 novembre 2004, elle a émis de

nouveaux billets de la même catégorie d'un capital total de 315,0 millions de dollars US, en vertu du même acte de fiducie que celui visant les billets de premier rang, 6,875 %, d'un capital total de 335,0 millions de dollars US intervenu en date du 8 octobre 2003 entre Vidéotron, les garants parties à cet acte de fiducie et Wells Fargo Bank Minnesota, N.A. (aujourd'hui Wells Fargo Bank, National Association), à titre de fiduciaire. Ces billets ne sont pas assortis d'une sûreté. Les intérêts sur ces billets doivent être payés semestriellement terme échu le 15 janvier et le 15 juillet de chaque année, à compter du 15 juillet 2004. Ces billets bénéficient d'une garantie de premier rang non assortie d'une sûreté de la part de la plupart des filiales de Vidéotron, mais non la totalité de celles-ci. Les billets sont remboursables au gré de Vidéotron dans certaines circonstances et aux prix de remboursement par anticipation indiqués dans l'acte de fiducie. L'acte de fiducie renferme les clauses restrictives habituelles concernant Vidéotron et certaines de ses filiales et les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit (sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Vidéotron), le fiduciaire ou les porteurs de billets représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets alors en circulation peuvent déclarer tous les billets exigibles immédiatement.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous notre profil, à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

## **RUBRIQUE 11 — INTÉRÊTS DES EXPERTS**

---

KPMG s.r.l./S.E.N.C.R.L. est le cabinet d'experts-comptables qui a préparé le rapport de vérification sur nos états financiers consolidés annuels pour les exercices terminés les 31 décembre 2007 et 2006. Ce cabinet nous a confirmé qu'il est indépendant au sens du Code de déontologie de l'Ordre des comptables agréés du Québec. Ce code est équivalent ou semblable aux codes de déontologie applicables aux comptables agréés dans les autres provinces du Canada.

## **RUBRIQUE 12 — NOTRE AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES**

---

L'agent des transferts et agent chargé de la tenue des registres à l'égard de nos actions catégorie A et de nos actions catégorie B est Services aux investisseurs Computershare Inc. Les services de transfert sont disponibles aux bureaux de Montréal et de Toronto de cette société.

## **RUBRIQUE 13 — ÉNONCÉS PROSPECTIFS**

---

La présente notice annuelle comprend des énoncés prospectifs comportant des risques et des incertitudes. Tous les énoncés autres que des énoncés de faits historiques inclus dans la présente notice annuelle, y compris des énoncés sur les perspectives de notre industrie et des énoncés sur nos perspectives, nos projets, notre situation financière et notre stratégie d'affaires, peuvent constituer des énoncés prospectifs au sens de la législation et la réglementation canadiennes en matière de valeurs mobilières. Ces énoncés prospectifs sont généralement reconnaissables à l'utilisation d'expressions comme « pouvoir », « s'attendre à », « avoir l'intention de », « estimer que », « anticiper », « prévoir », « désirer » ou « poursuivre », y compris dans une tournure négative, ou de leurs variantes ou de toute terminologie similaire ou à l'emploi du futur. Bien que nous soyons d'avis que les attentes reflétées dans ces énoncés prospectifs sont raisonnables, nous ne pouvons donner aucune garantie que ces attentes s'avéreront exactes. Bien que la liste de mises en garde ci-dessous ne soit pas exhaustive, certains facteurs importants qui pourraient influencer sur nos résultats d'exploitation, notre situation financière et nos flux de trésorerie futurs et qui pourraient faire en sorte que nos résultats réels diffèrent considérablement de ceux qui sont exprimés dans ces énoncés prospectifs sont énumérés ci-dessous :

- la conjoncture économique ou financière ou encore l'état du marché en général;
- les variations cycliques et saisonnières qui caractérisent les industries dans lesquelles nous exerçons notre activité;
- l'intensité de la concurrence dans les industries dans lesquelles nous exerçons notre activité;

- des dépenses en immobilisations plus élevées imprévues nécessaires afin d'entretenir nos installations et d'assurer le développement continu de nouveaux équipements et de nouvelles technologies;
- l'issue de la mise aux enchères du spectre 3G qui interviendra prochainement au Canada et la mesure dans laquelle nous réussirons à mettre en œuvre notre stratégie visant à devenir un fournisseur de services sans fil doté d'installations;
- les hausses des coûts des matières premières et des prix de l'énergie;
- l'évolution technologique qui influe sur la demande de nos produits et services;
- les interruptions de travail, y compris la possibilité de grèves et de différends;
- les fluctuations des taux de change, des taux d'intérêt et du prix des marchandises;
- la modification des lois et des règlements, ou de leur interprétation; et
- d'autres facteurs indépendants de notre volonté.

Ces facteurs et d'autres encore pourraient faire en sorte que notre rendement et nos résultats financiers futurs réels diffèrent considérablement de nos estimations ou projections en matière de rendement ou de résultats futurs exprimées dans ces énoncés prospectifs ou sous-tendues par ceux-ci. Les énoncés prospectifs ne tiennent pas compte de l'effet que des transactions, des éléments non récurrents ou d'autres éléments extraordinaires annoncés ou survenant après que ces énoncés sont faits auront sur nos activités. Par exemple, ils ne tiennent pas compte de l'incidence des cessions, des acquisitions, d'autres transactions commerciales, des réductions de la valeur d'actifs ni d'autres charges annoncées ou survenues après que les énoncés prospectifs sont faits.

Les investisseurs et autres personnes devraient éviter de se fier indûment à tout énoncé prospectif. Pour de plus amples renseignements sur les risques, incertitudes et hypothèses susceptibles d'entraîner un écart entre les résultats réels de la Compagnie et les attentes actuelles, veuillez vous reporter aux documents publics déposés par la Compagnie qui sont accessibles à [www.sedar.com](http://www.sedar.com) et à [www.quebecor.com](http://www.quebecor.com). Plus particulièrement, d'autres précisions et la description de ces facteurs et d'autres facteurs sont présentées dans la présente notice annuelle sous la rubrique 7 – « Facteurs de risque » et dans notre rapport de gestion pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007, sous la rubrique « Risques et incertitudes », rapport qui a été déposé auprès des autorités de réglementation des valeurs mobilières canadiennes le 8 mai 2008. Les pages présentées sous cette rubrique sont intégrées par renvoi dans la présente notice annuelle.

Les énoncés prospectifs figurant dans la présente notice annuelle reflètent nos attentes à la date des présentes et sont sous réserve des changements pouvant survenir après cette date. Nous déclinons expressément toute obligation ou toute intention de mettre à jour ou de réviser ces énoncés prospectifs, que ce soit en raison de nouveaux renseignements ou d'événements futurs ou pour quelque autre motif que ce soit, à moins que les lois sur les valeurs mobilières applicables le requièrent.

## **RUBRIQUE 14 — RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES**

---

Des renseignements complémentaires sur nous sont disponibles sur SEDAR à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

D'autres informations, y compris la rémunération des administrateurs et des dirigeants et les prêts qui leur ont été consentis, les principaux porteurs de nos titres de même que les titres autorisés à des fins d'émission dans le cadre de plans de rémunération sous forme de titres de participation, le cas échéant, sont contenues dans notre circulaire de sollicitation de procurations de la direction préparée relativement à notre assemblée annuelle des actionnaires. D'autres renseignements financiers sont compris dans les états financiers consolidés comparatifs et le rapport de gestion pour l'exercice terminé le 31 décembre 2007.

Les documents susmentionnés ainsi que nos communiqués de presse sont également accessibles sur notre site Internet à [www.quebecor.com](http://www.quebecor.com).

## ANNEXE A

### INFORMATION SUR LE SECTEUR TÉLÉDIFFUSION CONTENUE DANS LA NOTICE ANNUELLE DE GROUPE TVA INC. DATÉE DU 12 MARS 2008

**Note :** Dans la présente annexe A, à moins d'incompatibilité avec le contexte, le mot « Compagnie » renvoie à Groupe TVA inc., et le mot « nous » et ses dérivés ainsi que le terme « TVA » renvoient à la Compagnie et ses filiales. Sauf indication contraire, toutes les mentions de « dollars », « \$ CA », et « \$ » renvoient à des dollars canadiens, et l'information présentée dans la présente annexe A est donnée au 31 décembre 2007. De plus, le tableau qui suit présente une liste de termes définis que nous utilisons dans toute la présente annexe A pour désigner diverses compagnies du groupe ou affiliées à TVA.

Entité	Terme défini
Corporation Sun Media	« Sun Media »
Quebecor inc.	« Quebecor »
Quebecor Media inc.	« Quebecor Media »
Quebecor World Inc.	« Quebecor World »
TVA Productions inc. et TVA Productions II inc. (antérieurement JPL Production inc. et JPL Production II inc.)	« TVA Productions »

## RUBRIQUE 2 NOS ACTIVITÉS

Le tableau qui suit fournit de l'information sur les revenus pour chacun de nos secteurs d'activités.

### CHIFFRE D'AFFAIRES PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ (en milliers de dollars)

	Exercice terminé le 31 décembre 2007	Exercice terminé le 31 décembre 2006
Télévision	321 045 \$	309 317 \$
Édition	79 878 \$	78 125 \$
Distribution	19 828 \$	14 369 \$
Éléments intersectoriels	(5 265) \$	(8 499) \$
TOTAL	415 486 \$	393 312\$

### 2.1. TÉLÉVISION

Nous détenons et exploitons six des dix stations qui forment le Réseau TVA, à savoir : CFTM-TV (Montréal) qui agit à titre de tête de réseau et cinq stations de télévision régionales : CFCM-TV (Québec), CHLT-TV (Sherbrooke), CHEM-TV (Trois-Rivières), CFER-TV (Rimouski-Matane-Sept-Îles) et CJPM-TV (Saguenay / Lac St-Jean) (les « stations régionales »). À ces stations régionales s'ajoutent quatre stations affiliées : CHOT-TV (Gatineau) et CFEM-TV (Rouyn) détenues par Radio Nord Communications inc., ainsi que CIMT-TV (Rivière-du-Loup) et CHAU-TV (Carleton) détenues par Télé Inter-Rives Ltée.

Nous détenons une participation de 45 % dans Télé Inter-Rives Ltée (les « **stations affiliées** »). Le signal du Réseau TVA rejoint la quasi-totalité de l'auditoire francophone de la province de Québec, les communautés francophones des provinces voisines de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick ainsi qu'une partie substantielle de la population francophone du reste du Canada. Nous possédons, de plus, une participation de 75 % dans Sun TV, une station généraliste de Toronto (Ontario). Nous détenons et exploitons également *LCN*, *Shopping TVA*, *Mystère*, *Argent* et *Prise 2* en plus de posséder une participation dans les services spécialisés *mentv*, *Mystery* et *Canal Évasion* et le service de télévision à la carte *Canal Indigo*.

### **2.1.1. TÉLÉDIFFUSION**

#### **CFTM-TV (Montréal)**

CFTM-TV (Montréal), dont les activités ont débuté en février 1961, opère à partir de ses studios de télévision situés au 1600, boulevard de Maisonneuve Est, à Montréal. CFTM-TV (Montréal) émet son signal à partir d'une antenne située au sommet du Mont-Royal. La Compagnie opère depuis le 1<sup>er</sup> février 2007, une licence transitoire haute définition (HD), CFTM-DT (Montréal), obtenue en mars 2006.

La programmation de CFTM-TV (Montréal) comprend des dramatiques, des téléromans, des émissions de variétés, des émissions de services, des émissions sportives, des magazines, des jeux questionnaires, des films et des émissions d'information et d'affaires publiques. Une partie importante de la grille horaire de CFTM-TV (Montréal) est produite par la Compagnie et celle-ci est complétée par des émissions et des films acquis de producteurs indépendants et de tiers. Cette programmation constitue une partie substantielle de la grille-horaire des stations membres du Réseau TVA. De plus, une partie de sa programmation est également diffusée en simultané sur Internet.

#### **STATIONS RÉGIONALES**

La programmation de nos cinq stations régionales provient principalement de CFTM-TV (Montréal) et est complétée par une programmation spécifique produite par chacune des stations régionales, reflétant ainsi leur réalité culturelle, économique, politique et sociale spécifique. Quant à CFCM-TV (Québec), elle produit 21 heures par semaine de programmation locale dont une partie importante est diffusée sur le Réseau TVA. Chacune des autres stations régionales produit et diffuse plus de trois heures de programmation locale par semaine. Plusieurs des reportages issus des bulletins de nouvelles locales sont diffusés par les stations du Réseau TVA.

#### **STATIONS AFFILIÉES**

Les contrats d'affiliation entre la Compagnie et CHAU-TV (Carleton) et CIMT-TV (Rivière-du-Loup) détenues par Télé Inter-Rives Ltée ainsi que le contrat conclu avec CHOT-TV (Gatineau) et CFEM-TV (Rouyn), détenues par Radio Nord Communications inc. étaient tous échus le 31 décembre 2005. Des lettres d'entente confirmant les modalités d'application des contrats d'affiliation jusqu'au 31 août 2008 ont été conclues entre les parties en 2006.

#### **SUN TV**

Acquise par TVA le 2 décembre 2004 en partenariat avec sa société sœur, Sun Media, la station Toronto 1, rebaptisée Sun TV en 2005, est la dernière licence de télévision généraliste à avoir été accordée à Toronto, le plus gros marché publicitaire du Canada. La programmation de Sun TV est composée d'émissions d'information et de divertissement telles que des dramatiques, comédies, variétés, documentaires et sports. Nous offrons également des émissions américaines à succès en diffusion simultanée dont la très populaire émission « 60 minutes ». La licence pour ce service expirera le 31 août 2009.

## **2.1.2. SERVICES SPÉCIALISÉS**

### **LE CANAL NOUVELLES (LCN)**

Lancée en septembre 1997, cette chaîne de service d'information continue diffuse des blocs d'information composés notamment d'éléments de nouvelles, de sports et de météo, lesquels sont mis à jour sur une base régulière. Le 13 février 2006, TVA a obtenu une modification importante de la licence de LCN. TVA n'est plus tenue d'exploiter LCN selon la formule des blocs de manchettes de 15 minutes. LCN peut désormais diffuser une quantité limitée d'émissions tirées de la catégorie 2a) Analyse et interprétation telles que les émissions Denis Lévesque et Le vrai Négociateur. LCN a obtenu une forte croissance en 2007 avec une part de marché moyenne de 2,5% et une portée hebdomadaire moyenne de plus de 3 405 000 téléspectateurs.

LCN est également accessible en direct en tout temps à partir de notre site Internet au [www.lcn.canoe.ca](http://www.lcn.canoe.ca) en plus d'être diffusé sur le Réseau TVA durant la nuit. La licence pour ce service expirera le 31 août 2010.

### **MENTV**

Le 24 novembre 2000, la Compagnie et son partenaire CanWest MediaWorks Inc. (« **CanWest** ») ont obtenu une licence à l'échelle nationale pour exploiter mentv, un service spécialisé numérique de langue anglaise consacré aux habitudes de vie masculine et dont le lancement a eu lieu le 7 septembre 2001. Par l'intermédiaire d'une société en nom collectif, la Compagnie détient une participation de 51 % et CanWest en détient 49 %. La licence pour ce service expirera le 31 août 2009.

### **MYSTERY**

Le 24 novembre 2000, la Compagnie et ses partenaires, Global Television Network Inc. (« **Global** ») et Rogers Broadcasting Limited (« **Rogers** ») ont obtenu une licence à l'échelle nationale pour exploiter 13th Street, renommé Mystery, un service spécialisé numérique de langue anglaise consacré à l'intrigue et au suspense et dont le lancement a eu lieu le 7 septembre 2001. Suite à une entente avec Rogers et à l'approbation du CRTC, la participation de Rogers a été transférée aux deux autres partenaires; ce qui a porté la participation de la Compagnie à 50 % et celle de Global (maintenant CanWest) à 50 % également. La licence pour ce service expirera le 31 août 2009.

### **MYSTÈRE**

Le 24 novembre 2000, la Compagnie et ses partenaires, Global et Rogers, ont obtenu une licence à l'échelle nationale pour exploiter 13<sup>ième</sup> Rue, renommée Mystère, un service spécialisé numérique de langue française consacré à l'intrigue et au suspense et dont le lancement a eu lieu le 21 octobre 2004. Suite à une entente survenue avant le lancement de ce service, Global et Rogers ont cédé à la Compagnie leur participation dans Mystère. La licence pour ce service expirera le 31 août 2009.

### **ARGENT**

Le 24 novembre 2000, la Compagnie et ses partenaires, Publications Transcontinental inc. et BCE Média inc., ont obtenu une licence à l'échelle nationale pour un service spécialisé numérique de langue française, LCN Affaires, dont le nom a été changé pour Argent. En septembre 2004, suite à une entente avec ses partenaires, ces derniers ont cédé leur participation à la Compagnie. Ce service, consacré aux nouvelles à teneur économique, d'affaires et de finances personnelles, a été mis en ondes le 21 octobre 2004 et le lancement officiel s'est fait le 21 février 2005.

Argent est également accessible en direct en tout temps à partir de notre site Internet au [www.argent.canoe.ca](http://www.argent.canoe.ca). La licence pour ce service expirera le 31 août 2009.

## **IDÉES DE MA MAISON**

Le 21 octobre 2005, la Compagnie a obtenu une licence à l'échelle nationale pour un service spécialisé numérique de langue française consacré à la rénovation, le bricolage, la cuisine, le design et la décoration ainsi que l'art de vivre. La licence pour ce service expirera le 31 août 2012.

## **CANAL ÉVASION**

Le 21 mai 1999, Canal Évasion inc. a obtenu une licence à l'échelle nationale pour un service spécialisé numérique de langue française consacré au voyage, au tourisme et à l'aventure et dont le lancement a eu lieu le 31 janvier 2000. La Compagnie détient une participation de 8,3 % dans Canal Évasion inc. La licence pour ce service expirera le 31 août 2012.

## **PRISE 2**

Le 21 octobre 2005, la Compagnie a obtenu une licence à l'échelle nationale pour un service spécialisé numérique de langue française Nostalgie, dont le nom a été changé pour Prise 2. Ce service, consacré aux grands classiques de la télévision et du cinéma, a été lancé le 9 février 2006. La licence pour ce service expirera le 31 août 2012.

### **2.1.3. AUTRES SERVICES SPÉCIALISÉS**

Le 21 octobre 2005, la Compagnie s'est vue octroyer deux licences supplémentaires par le CRTC pour des services spécialisés numériques de langue française, soit Humour et Star Système (antérieurement Tapis Rouge). Les licences prévoient que ces nouvelles chaînes doivent être lancées au plus tard le 21 octobre 2008 à moins qu'une demande de prorogation ne soit approuvée avant cette date.

Le 19 mars 2007, la Compagnie s'est vue octroyer une nouvelle licence par le CRTC pour un service spécialisé numérique de langue française soit Première Loge.

### **2.1.4. SHOPPING TVA**

Le 1er novembre 1998, la Compagnie a acquis le Canal Infopub, un service consacré à l'info publicité et au télé-achat. Canal Infopub a changé son nom pour Canal STV et opère maintenant sous le nom de *Shopping TVA*. Unique canal combinant les info publicités et le télé-achat en langue française au Québec, *Shopping TVA* diffuse des segments promotionnels de produits et de services et fait la vente directe de produits de consommation, 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 et dispose également d'un site transactionnel Internet au [www.shoppingtva.ca](http://www.shoppingtva.ca).

### **2.1.5. TÉLÉVISION À LA CARTE**

#### **CANAL INDIGO**

En décembre 1995, Canal Indigo a obtenu une licence d'exploitation d'un service national de télévision à la carte en français. La Compagnie a une participation de 20% dans Canal Indigo, S.E.N.C. Les autres participations sont détenues par Viewer's Choice Canada (40%), TQS inc. (20%), et Cogeco Radio-Télévision inc. (20%).

Canal Indigo offre à ses téléspectateurs d'acheter à la carte un large éventail d'émissions comprenant des films, des événements sportifs ou culturels en direct, des séries dramatiques en primeur et d'autres émissions spéciales.

En date du 15 février 2008, la Compagnie a déposé une offre d'achat visant à acquérir la totalité des parts détenues par les autres associés. Cette offre a été acceptée. L'acquisition est cependant conditionnelle à l'approbation préalable du CRTC.

#### **2.1.6. PRODUCTION**

TVA Productions a produit près de 1 600 heures d'émissions originales au cours de l'exercice financier terminé le 31 décembre 2007, dont, notamment, des téléromans, des émissions de variétés, des magazines, des galas, des documentaires et des jeux télévisés. La très grande majorité de la production de TVA Productions est destinée à l'antenne du Réseau TVA.

#### **2.1.7. TVACHATS INC.**

TVAchats produit l'émission de télé-achat *Shopping TVA* diffusée sur les ondes de TVA et exploite tous les segments de vente de produits de consommation diffusés sur les ondes de TVA et de *Shopping TVA*. *Shopping TVA*, ainsi que tous les autres segments de télé-achats diffusés sur les ondes de TVA et du Canal STV (*Shopping TVA*), sont des concepts clé en main, incluant la production complète du segment de télé-achat ainsi que l'infrastructure nécessaire au support des ventes, de la prise de commandes à la livraison des biens commandés.

#### **2.1.8. SOURCES DE REVENUS**

Les stations de télévision privées tirent l'essentiel de leurs revenus de la vente de temps d'antenne pour des fins publicitaires. Les tarifs établis par les stations dépendent largement de leur part d'auditoire, de la composition démographique et socio-économique de cet auditoire, et des autres médias disponibles ou véhicules promotionnels.

La vente du temps d'antenne du Réseau TVA soit, CFTM-TV (Montréal), des stations régionales et des stations affiliées est effectuée, d'une part, par des représentants de vente à l'emploi de TVA Ventes et Marketing inc., à des agences de publicité pour le compte d'annonceurs nationaux et, d'autre part, par des représentants de vente locale à des détaillants ou des annonceurs locaux.

Les revenus des services spécialisés proviennent à 62 % de la conclusion d'ententes d'affiliation avec les entreprises de distribution de radiodiffusion et à 38 % de la vente de temps d'antenne aux annonceurs.

Les revenus de *Shopping TVA* proviennent de la vente de son temps d'antenne ainsi que de la vente de produits de consommation.

#### **2.1.9. LICENCES**

Les stations de télévision et les services spécialisés sont tous exploités en vertu de licences émises par le CRTC. Ces activités sont assujetties aux exigences de la *Loi sur la radiodiffusion* (Canada), des règlements d'application de celle-ci, notamment le *Règlement de 1987 sur la télédiffusion* et le *Règlement de 1990 sur les services spécialisés*, ainsi qu'aux politiques et décisions du CRTC publiées à l'occasion, et aux conditions et aux attentes établies dans la licence relative à chaque station ou service spécialisé. Ces licences sont émises pour une durée fixe et, avant l'expiration, nous devons demander leur renouvellement au CRTC. Les renouvellements sont en général accordés aux entreprises qui respectent les conditions de leurs licences. L'acquisition ou l'aliénation d'activités de radiodiffusion nécessite des autorisations réglementaires. Nous croyons être en conformité avec toutes les conditions de nos diverses licences et n'avons aucune raison de croire que l'une quelconque de nos licences ne serait pas renouvelée à son échéance.

Le tableau qui suit présente les licences de radiodiffusion pour chacune des stations de télévision nous appartenant de même que celles pour les services spécialisés que nous possédons en propriété exclusive :

<b>Lettres d'appel</b>	<b>Endroit</b>	<b>Date d'expiration</b>	<b>No de décision</b>
Réseau TVA	Canada	31 août 2009	CRTC 2001-385
CFTM-TV	Montréal	31 août 2009	CRTC 2001-385
CHLT-TV	Sherbrooke	31 août 2009	CRTC 2004-530
CHEM-TV	Trois-Rivières	31 août 2009	CRTC 2004-530
CFCM-TV	Québec	31 août 2009	CRTC 2004-530
CJPM-TV	Saguenay/Lac St-Jean	31 août 2009	CRTC 2004-530
CFER-TV	Rimouski	31 août 2009	CRTC 2004-530
Le Canal Nouvelles (LCN)	Canada	31 août 2010	CRTC 2004-23
Mystère	Canada	31 août 2009	CRTC 2000-469
Argent	Canada	31 août 2009	CRTC 2000-468
Prise 2	Canada	31 août 2012	CRTC 2005-527

### **2.1.10. CONCURRENCE, AUDITOIRE ET PART DE MARCHÉ EN TÉLÉVISION**

Le secteur de la télévision est en concurrence directe avec tous les autres médias publicitaires et cette concurrence demeurera très vive au cours des prochaines années. La répartition de l'assiette publicitaire entre ces divers médias est déterminée par plusieurs facteurs, notamment la conjoncture économique, les préférences des annonceurs et l'intérêt pour le produit offert.

Au cours des dernières années, le secteur de la télévision au Québec a dû composer avec un environnement très concurrentiel en raison de la multiplication des services spécialisés et de l'accroissement de leurs activités de vente de temps d'antenne. Par ailleurs, les stations appartenant à l'État bénéficient quant à elles d'un soutien financier important de la part des gouvernements, tout en ayant un accès équivalent au marché publicitaire et au financement disponible à la programmation canadienne. En plus de l'offre télévisuelle accrue, les téléspectateurs sont de plus en plus sollicités par l'Internet et sa gamme de services périphériques, qui pourraient détourner leur intérêt. Les conséquences négatives des nouveaux médias sur le secteur de la télévision se font de plus en plus sentir sur les revenus publicitaires traditionnels.

La qualité de notre programmation, la grande popularité de nos émissions et notre notoriété en matière d'information sont autant de facteurs qui nous permettent de maintenir nos cotes d'écoute et notre part importante du marché publicitaire. Pour l'année 2007, TVA domine les parts de marché sept soirs par semaine et compte 25 émissions parmi les 30 émissions les plus regardées et ce, malgré une croissance des parts d'écoute des canaux spécialisés dans le marché francophone en 2007.

## **2.2 ÉDITION**

### **2.2.1. TVA PUBLICATIONS INC.**

TVA Publications inc. publie 48 magazines dont 6 magazines hebdomadaires, soit *7 jours*, *Dernière Heure*, *Le Lundi*, *Star système*, *Échos Vedettes*, *TV Hebdo* et le magazine bimensuel *Moi & Cie*.

Les magazines mensuels se déclinent dans quatre créneaux principaux, soit la décoration avec notamment *Décoration Chez-soi*, *Les Idées de ma maison*, *Rénovation Bricolage*, *Côté cours Côté Jardins*, *Cuisines et Salles de bain* (DCS), *Cuisines de rêves*, *Chambre de rêves*, *Hors Série Décoration*, *Déco Fenêtres*, *Votre Maison*, *Rénovez Déco Condo* et *200 Plans*; le créneau jeunesse avec *Cool*, *Filles Clin d'œil* (FCD), qui a été repositionné vers le marché (18-24 ans), en offrant plus de mode, de shopping et de beauté; le créneau Mode Beauté avec notamment, *Clin d'Oeil*, *Femme d'aujourd'hui* (FA) et *Star Inc.*, ainsi que le créneau Magazines de services avec *Animal*, *Espaces parents.ca* et *Tout simplement Clodine*. TVA Publications inc. publie également des numéros spéciaux hors série ou saisonniers, dont les spéciaux cuisines de *Moi & Cie* et des spéciaux décoration liés aux magazines *Idées de ma maison* et *Décoration Chez-Soi*. TVA Publications inc. est également actif dans le domaine de l'édition sur mesure comme en témoigne le magazine *Destination centre ville* et le magazine *Sommets de l'Université de Sherbrooke*.

Le contenu de chacun des magazines est soit produit à l'interne par nos employés ou par des pigistes, soit acheté sur le marché. La presque totalité des magazines sont imprimés par une société du même groupe, Quebecor World, sur la base d'un contrat d'impression signé en 2002 dont la date d'échéance était le 14 mai 2007. TVA Publications inc. a poursuivi sa relation d'affaires avec Quebecor World selon des modalités convenues entre les parties jusqu'au 31 décembre 2007 et est présentement en renégociation pour un nouveau contrat. L'ensemble de nos titres est distribué par une société affiliée, Messageries Dynamiques, une division de Sun Media.

### **2.2.2. SOURCES DE REVENUS**

Les principales sources de revenus du secteur de l'édition sont la vente en kiosques, les abonnements et les ventes publicitaires. TVA Publications bénéficie également de certains programmes d'aides gouvernementales à l'édition de magazines canadiens. La tendance à la baisse dans le marché de l'édition et l'accroissement de la diversité des médias demeurent des enjeux importants quant à la performance du secteur.

### **2.2.3. CONCURRENCE**

La concurrence dans ce secteur demeure très importante. Néanmoins, nous demeurons le plus important éditeur de magazines français au Québec. Nos hebdomadaires rejoignent plus de 3,7 millions de lecteurs par semaine, selon les données compilées par le PMB (Print Measurement Bureau). Le magazine *7 jours*, consacré à l'actualité artistique et culturelle, compte à lui seul plus d'un million de lecteurs. De plus, les mensuels de TVA rejoignent plus de 5,4 millions de lecteurs sur une base mensuelle. Nous sommes le numéro un des ventes en kiosques détenant plus de 74 % des parts du marché francophone. Dans ce marché, TVA Publications, avec l'ensemble de ses titres, obtient 49 % des ventes totales incluant les abonnements et les ventes en kiosques.

## **2.3. DISTRIBUTION**

### **2.3.1. TVA FILMS**

Au cours de l'exercice financier terminé le 31 décembre 2007, TVA Films a poursuivi son objectif d'accroître sa présence sur le territoire canadien en constituant un catalogue de films québécois, canadiens et américains.

### **2.3.2. SOURCES DE REVENUS**

TVA Films acquiert et exploite des droits pour la distribution de films et de productions audiovisuelles au Canada. Les revenus proviennent de trois sources principales : l'exploitation des films dans les salles de cinéma, la location et la vente de vidéo et de DVD, et la vente des produits de son catalogue dans les différentes fenêtres télévisuelles (vidéo sur demande, télévision payante et à la carte, et télévision généraliste et spécialisée).

Le produit type du catalogue de TVA Films est un film produit en français ou en anglais qui peut être distribué dans les salles de cinéma tant au Québec qu'au Canada. Certains titres sont acquis exclusivement pour le marché du Québec et/ou pour celui du Canada.

Les titres acquis pour une distribution en salle génèrent les plus importantes perspectives de revenus, car la valeur de ces titres est généralement plus importante pour les marchés vidéo/DVD (vente et location) et pour les marchés de la télévision.

Par ailleurs, le marché vidéo de la vente et de la location est celui qui présente le plus grand potentiel de croissance pour la division. TVA Films acquiert également des produits destinés exclusivement pour ce marché. Ce sont principalement des titres issus de productions télévisuelles ou de spectacles.

### **2.3.3. ENTENTES CONTRACTUELLES**

TVA Films a renouvelé pour une période supplémentaire d'un an une entente avec Maple Pictures (anciennement Lions Gate) pour l'exploitation de certains titres antérieurs à 2005 pour le secteur de la vidéo/DVD de TVA Films. TVA Films a de plus signé une entente avec Sony Canada pour l'exploitation des titres anglophones sur le reste du Canada. Cette entente expire le 16 mai 2008.

### **2.3.4. CONCURRENCE**

Le film américain domine le marché au Canada anglais et au Québec. Les films américains majeurs (« blockbusters ») sont principalement distribués par les « majors » américains (Warner, Columbia Tristar, Universal, Disney, etc.) mais c'est un distributeur canadien (Alliance Atlantis et Alliance Atlantis Vivafilm au Québec) qui est le plus important distributeur de films au Canada.

La taille de TVA Films se compare à un bon nombre de distributeurs canadiens qui sont tous en compétition pour l'acquisition de produits internationaux, pour les contrats de sous-distribution des filiales spécialisées des « majors » américains et pour des ententes exclusives avec des producteurs importants au Québec. Cette compétition s'avère plus intense en particulier pour l'acquisition de films français et de films québécois.

En vidéo/DVD, le marché est largement dominé par les « majors » américains qui, en plus de mettre sur le marché leurs propres produits, distribuent aussi, en vertu d'ententes de sous-distribution, les titres d'autres distributeurs. Au 31 décembre 2007, TVA Films était associée à Distribution Sélect, une division de Groupe Archambault inc., une société sœur, particulièrement active dans le domaine du disque, pour la distribution de ses nouveaux titres sur le marché vidéo/DVD au Québec. En 2005, une entente de sous-distribution a été signée avec Sony Pictures Home Entertainment pour la distribution de ses nouveaux titres sur le marché vidéo/DVD au Canada anglais. Avec ces deux ententes, TVA Films se retrouve en position de force afin de maximiser ses ventes dans les années à venir. De plus, TVA Films a conclu avec certains producteurs des ententes touchant plusieurs films québécois à succès.

## **2.4. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE**

Les licences d'exploitation des services de télédiffusion ainsi que les nombreuses marques de commerce comptent parmi nos actifs incorporels les plus importants.

Nous utilisons un certain nombre de marques de commerce pour nos produits et services dont plusieurs ont été déposées dans les juridictions appropriées. De plus, nous avons des droits découlant de notre usage sur nos marques non déposées. Nous prenons les moyens juridiques requis pour protéger nos marques de commerce et nous sommes d'avis que celles-ci sont couvertes adéquatement.

Les émissions de télévision de même que les films bénéficient d'un régime de protection juridique en vertu des lois sur les droits d'auteur des pays dans lesquels nous exerçons nos activités. Ces régimes de protection prévoient d'importantes sanctions tant civiles que criminelles pour toute diffusion ou reproduction non autorisée. Le contenu de nos publications ainsi que notre site Internet sont également protégés en vertu du régime du droit d'auteur. Nous sommes propriétaires des droits d'auteur pour chacune de nos publications prises dans leur totalité, et pour chaque contenu créé par nos employés, dans le cours de leur travail, le tout sujet à quelques exceptions très limitées. Nous avons conclu des contrats de licence avec des agences de presse, des pigistes et d'autres fournisseurs de contenu à des conditions qui nous permettent de rencontrer nos besoins pour nos opérations reliées à l'édition. Nous sommes d'avis que nous avons pris les mesures appropriées et raisonnables pour couvrir, protéger et défendre nos droits, ou obtenir des engagements de nos détenteurs de licences afin de couvrir, protéger et assurer la protection des droits d'auteur relativement au contenu créé ou distribué par nous.

## **2.5. RESSOURCES HUMAINES ET RELATIONS DE TRAVAIL**

Au 31 décembre 2007, nous comptons 1 372 employés réguliers.

Le tableau ci-après présente le nombre d'employés réguliers par secteur d'activité.

Télévision :	1096
Édition :	255
Distribution :	21
TOTAL :	<hr/> 1372

Les relations de travail avec nos employés du secteur de la télévision et du tabloïd Échos Vedettes sont régies par quinze conventions collectives. Au cours de la dernière année, nous avons renégocié la convention des employés de Montréal de la Compagnie et en sommes venus à une entente pour une période allant jusqu'en décembre 2009. Nous avons également conclu deux ententes avec nos employés du tabloïd Échos-Vedettes. De plus, les employés de Sun TV ont renoncé à leur accréditation syndicale en 2007. Au 31 décembre 2007, sept conventions étaient échues. Cinq conventions additionnelles viendront à échéance au courant de l'exercice 2008. Les conventions collectives échues au 31 décembre 2007 et celles qui viennent à échéance au cours de l'exercice 2008 couvrent 29 % des employés syndiqués réguliers et temporaires de la Compagnie.

## **RUBRIQUE 3 NOS FAITS SAILLANTS**

---

Au cours des trois derniers exercices financiers, nous avons continué notre croissance. Les événements suivants ont influencé notre développement :

### **FAITS SAILLANTS 2007**

Au cours de l'exercice 2007, TVA a conclu une entente avec ses employés de Montréal de son secteur de la télévision à la suite de la renégociation de leur convention collective. Cette convention, qui couvre près de 70 % des employés syndiqués de la Compagnie, est d'une durée de 3 ans qui se termine le 31 décembre 2009.

En février 2007, TVA a débuté la diffusion de son signal en haute définition (HD) par l'entremise de certains câblodistributeurs et fournisseurs de services par satellite.

En mars 2007, un nouveau magazine Espace Parents.ca a été lancé. Ce magazine se veut une ressource pour les parents sur l'éducation des enfants.

En mai 2007, le CRTC a publié un avis annonçant la nouvelle approche à l'égard de la télévision conventionnelle canadienne. L'avis mentionne qu'à partir du 31 août 2011, seuls les signaux numériques seront autorisés.

En juillet 2007, TVA Publications inc. (anciennement les Magazines TVA inc.) a acquis la totalité des actions émises et en circulation de Animal Hebdo inc., une société qui exploite le magazine *Animal*.

En septembre 2007, le CRTC a approuvé les demandes de modifications de licences détenues par Sun TV. Ces modifications lui permettent d'exploiter des réémetteurs analogiques et numériques dans des nouveaux marchés, soit à Ottawa et London en Ontario. La distribution du signal de Sun TV dans ces marchés permettra à la station d'augmenter son auditoire.

À l'automne 2007, la Compagnie a créé la division « TVA Création » qui se spécialise dans le développement de concepts et de contenus pour diffusion multi plateformes.

### **FAITS SAILLANTS 2006**

Le 9 février 2006, TVA a lancé la nouvelle chaîne numérique spécialisée Prise 2 qui présente une programmation composée des grands classiques de la télévision et du cinéma.

En octobre 2006, le secteur de l'édition a lancé un nouveau magazine bi-mensuel intitulé *Moi & Cie* mettant en vedette Patricia Paquin en remplacement du magazine *Sensass*.

Au cours de l'exercice 2006, TVA a procédé à une restructuration de ses effectifs incluant un remaniement en profondeur de son équipe de direction.

Le 10 novembre 2006, les Publications TVA inc. ont acquis la participation de Transcontinental inc. dans le capital-actions de Trustmédia inc., qui publie le TV Hebdo, pour ainsi en devenir l'unique propriétaire.

Au cours de l'exercice 2006, TVA a rendu disponible la majeure partie de sa programmation sur le service de Vidéo sur demande – Illico de Vidéotron ltée, une compagnie soeur.

Au cours de l'exercice 2006, TVA a commencé à diffuser simultanément sur Internet les émissions TVA en direct.com, Salut Bonjour, le TVA midi, le TVA 18 heures ainsi que la chaîne LCN et Argent, en plus d'offrir du contenu exclusif sur demande.

#### *Autres événements importants*

Au cours de l'exercice 2006, la Compagnie a déposé une offre publique de rachat dans le cours normal des activités dans le but de racheter pour annulation, entre le 4 août 2006 et le 3 août 2007, un maximum de 1 135 242 actions de classe B de la Compagnie, représentant approximativement 5% du nombre d'actions de classe B émises et en circulation. Aucun rachat n'a été effectué suite à cette offre.

### **FAITS SAILLANTS 2005**

Le 18 janvier 2005, le secteur édition a lancé un magazine hebdomadaire, « Sensass! », dédié à la vie artistique et à la vie au féminin.

Le 21 février 2005, la Compagnie a lancé un service spécialisé numérique « Argent » qui diffuse des nouvelles économiques, d'affaires et de finances personnelles.

Le 21 octobre 2005, le CRTC a accordé à la Compagnie quatre nouvelles licences de catégorie 2, soit Humour, Tapis Rouge (maintenant Star Système), Prise 2 et Télé-Services.

*Autres événements importants*

Le 19 mai 2005, la Compagnie a déposé une offre publique de rachat importante aux fins de rachat et d'annulation d'un nombre maximum de 3 500 000 actions de classe B, à un prix d'au moins 19,50 \$ et d'au plus 22,00 \$ par action de classe B. Le 6 juillet 2005, la Compagnie a pris livraison de 3 449 199 actions de classe B relativement à cette offre publique de rachat, à un prix de rachat de 22,00 \$ par action.

Dans le cadre d'une offre publique de rachat d'actions dans le cours normal des activités effectuée par l'entremise de la Bourse de Toronto entre le 4 août 2005 et le 2 août 2006, la Compagnie a racheté, pour annulation, 49 600 actions de classe B à un prix moyen de 16,14 \$.

## **ANNEXE B**

### **QUEBECOR INC.**

#### **MANDAT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

Le conseil d'administration (le « **Conseil** ») de Quebecor inc. (la « **Compagnie** ») est chargé de la supervision de la gestion des affaires commerciales et internes de celle-ci, avec comme objectif l'augmentation de la valeur pour ses actionnaires. Le Conseil est responsable de la bonne gestion de la Compagnie et à ce titre, doit superviser de façon efficace et indépendante les activités et les affaires de la Compagnie, lesquelles sont gérées au quotidien par la direction. Le Conseil peut déléguer certaines tâches à des comités du Conseil. Cette délégation ne dégage pas le Conseil de ses responsabilités générales de gestion de la Compagnie.

Toutes les décisions du Conseil doivent être prises dans l'intérêt de la Compagnie.

#### **COMPOSITION ET QUORUM**

Le Conseil est composé d'au moins trois (3) et d'au plus quinze (15) administrateurs.

La majorité des membres du Conseil doivent être indépendants tel que défini aux lois et règlements applicables. Le Conseil examine annuellement le statut d'indépendance de chacun de ses membres. Conformément aux statuts de la Compagnie, 25 % de la totalité des membres du conseil d'administration sont élus par les détenteurs d'actions subalternes catégorie B (comportant droit de vote) et les autres membres du Conseil sont élus par les détenteurs d'actions catégorie A (droits de vote multiple).

Tous les membres du Conseil possèdent les compétences et les aptitudes pertinentes à leur nomination à titre d'administrateur. Le Conseil dans son ensemble, reflète une diversité d'expériences et de compétences particulières pour répondre aux besoins spécifiques de la Compagnie.

Lors de toute réunion du Conseil, le quorum est fixé à la majorité des administrateurs en fonction.

#### **RESPONSABILITÉS**

Le Conseil a les responsabilités suivantes :

- A. En ce qui concerne la planification stratégique
  - 1. Revoir et approuver annuellement le budget global de l'entreprise ainsi que le plan stratégique d'ensemble.
  - 2. Examiner et, au gré du Conseil, approuver toute décision stratégique pour la Compagnie incluant notamment les acquisitions ou dispositions d'actions, d'actifs ou d'entreprises excédant les pouvoirs d'approbation délégués.
  
- B. En ce qui concerne les ressources humaines et l'évaluation du rendement
  - 1. Choisir, nommer et, au besoin, destituer le président et chef de la direction.
  - 2. Approuver la nomination et, au besoin, la destitution des autres membres de la haute direction.
  - 3. Approuver ou élaborer les objectifs que le chef de la direction et les membres de la haute direction doivent atteindre.

4. S'assurer que le comité de rémunération évalue annuellement le rendement du chef de la direction et des membres de la haute direction, en tenant compte des attentes du Conseil et des objectifs qui ont été fixés.
5. Surveiller le processus de planification de la relève de la direction.

C. En ce qui concerne les finances et les contrôles internes

1. S'assurer de l'intégrité et de la qualité des états financiers de la Compagnie et le caractère adéquat de l'information communiquée.
2. Revoir et approuver les états financiers trimestriels et annuels et le rapport de gestion. Revoir le communiqué de presse s'y rapportant.
3. Approuver les budgets d'exploitation et les budgets d'immobilisation, l'émission de titres et, sous réserve des politiques de limitation d'autorité, toute opération hors du cours normal des activités, y compris les propositions relatives aux fusions, aux acquisitions ou aux autres opérations importantes comme les investissements ou les désinvestissements.
4. Définir les politiques en matière de dividendes et déclarer des dividendes lorsque jugé à propos.
5. S'assurer que les systèmes pertinents ont été établis afin d'identifier les risques et les occasions d'affaires et superviser la mise en œuvre de processus de gestion de ces risques et de ces occasions d'affaires.
6. Faire le suivi des systèmes d'information internes de contrôle et de gestion.
7. S'assurer que la Compagnie respecte les exigences législatives et réglementaires pertinentes à ses opérations.
8. Réviser, de façon ponctuelle, la politique de la Compagnie en matière de communication, superviser la façon dont la Compagnie interagit avec les analystes, les investisseurs et le public, et s'assurer que des mesures soient en place pour recevoir les commentaires des actionnaires.

D. En ce qui concerne les régimes de retraite et le Régime d'options d'achat d'actions

1. Superviser les politiques de placement des régimes de retraite de la Compagnie.
2. Superviser la gestion des placements des caisses de retraite.
3. Approuver tout octroi d'options en vertu du Régime d'options d'achat d'actions.

E. En ce qui concerne la régie d'entreprise

1. S'assurer que la direction gère la Compagnie avec compétence et dans le respect des lois applicables, ce qui comprend la divulgation en temps opportun des renseignements pertinents sur l'entreprise et les déclarations réglementaires.
2. Réviser, sur une base périodique, les structures et procédures touchant la régie d'entreprise, y compris les décisions nécessitant l'approbation du Conseil.
3. Adopter un code de déontologie commerciale qui régit le comportement des administrateurs, des dirigeants et des employés de la Compagnie et le réviser au besoin. Veiller au respect de ce code.

4. Mettre en place une politique qui autorise les comités du Conseil et, sous réserve de l'autorisation du comité de régie d'entreprise et de mise en candidature, un administrateur, à retenir les services de conseillers externes aux frais de la Compagnie, lorsque les circonstances le justifient. Le président du Conseil doit être tenu au courant de ces démarches.
5. Examiner la taille et la composition du Conseil et de ses comités en fonction des compétences, des aptitudes et des qualités personnelles que l'on doit retrouver chez les membres du Conseil. Revoir annuellement la composition des comités et en désigner les présidents. Réviser annuellement les mandats des comités et du Conseil.
6. Approuver la liste des candidats au poste d'administrateur en vue de leur élection par les actionnaires.
7. Établir annuellement quels administrateurs seront désignés comme indépendants aux termes des règles sur l'indépendance des administrateurs.
8. Examiner et, au gré du Conseil, approuver la circulaire de sollicitation de procuration ainsi que la notice annuelle de l'entreprise de même que tous documents ou ententes requérant son approbation.
9. Recevoir annuellement la confirmation des différents comités qu'ils ont bien couvert les éléments requis de leur mandat et plan de travail respectif.
10. Recevoir le rapport du président du Conseil sur l'évaluation annuelle de l'efficacité du Conseil dans son ensemble.
11. S'assurer que les administrateurs reçoivent tout le support nécessaire pour les aider à jouer pleinement leur rôle.

#### **MODE DE FONCTIONNEMENT**

1. Les réunions du Conseil ont lieu trimestriellement ou plus fréquemment au besoin. De plus, une réunion spéciale est tenue annuellement pour revoir la planification stratégique de la Compagnie.
2. Le président du Conseil, de concert avec le chef de la direction et le secrétaire, dresse l'ordre du jour de chaque réunion du Conseil. L'ordre du jour et les documents pertinents sont remis aux administrateurs suffisamment à l'avance.
3. Les administrateurs indépendants se réunissent après chacune des réunions régulières du Conseil, ou plus souvent au besoin.

\* \* \* \* \*

## ANNEXE C

### QUEBECOR INC.

#### MANDAT DU COMITÉ DE VÉRIFICATION

Le Comité de vérification (le « **Comité** ») aide le Conseil d'administration (le « **Conseil** ») à s'acquitter de sa responsabilité de surveillance des contrôles financiers et de présentation de l'information financière de Quebecor inc. (la « **Compagnie** »). Le Comité surveille également le respect par la Compagnie de ses engagements financiers ainsi que des exigences légales et réglementaires régissant les questions de présentation de l'information financière et de gestion des risques financiers.

#### COMPOSITION ET QUORUM

Le Comité est composé d'au moins trois (3) membres et d'au plus cinq (5) membres, tous jugés indépendants par le Conseil, conformément aux exigences des lois et règlements auxquels est assujettie la Compagnie. Chaque membre du Comité doit posséder des compétences financières<sup>1</sup>. Les membres et le président du Comité sont nommés par le Conseil.

Le quorum aux réunions du Comité est constitué de la majorité de ses membres en fonction.

En raison des exigences élevées rattachées au rôle et aux responsabilités du Comité, le comité de régie d'entreprise et de mise en candidature examine les invitations faites aux membres du Comité de se joindre au comité de vérification de toute autre société.

#### RESPONSABILITÉS

Le Comité a les responsabilités suivantes :

A. En ce qui concerne la présentation de l'information financière

1. Passer en revue avec la direction et le vérificateur externe les états financiers annuels, le rapport du vérificateur externe sur ceux-ci, le rapport de gestion ainsi que le communiqué de presse s'y rapportant, et obtenir de la direction des explications sur tous les écarts importants avec les périodes correspondantes, avant de recommander leur approbation au Conseil et leur diffusion.
2. Passer en revue avec la direction et le vérificateur externe les états financiers intermédiaires, l'examen de ces états financiers par le vérificateur externe, le rapport de gestion et le communiqué de presse s'y rapportant et obtenir de la direction des explications sur tous les écarts importants avec les périodes correspondantes avant de recommander leur approbation au Conseil et leur diffusion.
3. S'assurer que des procédures adéquates soient en place pour examiner la communication au public de l'information financière extraite ou dérivée des états financiers de la Compagnie, autres que les états financiers, les rapports de gestion et les communiqués concernant les résultats annuels et intermédiaires.
4. Passer en revue l'information financière contenue aux prospectus, à la notice annuelle et aux autres rapports ou documents contenant des informations financières similaires avant de

---

<sup>1</sup> i.e. la capacité de lire et de comprendre un jeu d'états financiers qui présentent des questions comptables d'une ampleur et d'un degré de complexité comparables, dans l'ensemble, à celles dont on peut raisonnablement croire qu'elles seront soulevées lors de la lecture des états financiers de la Compagnie.

recommander leur approbation au Conseil et leur divulgation publique ou leur dépôt auprès des autorités réglementaires compétentes.

5. Passer en revue avec la direction et le vérificateur externe la qualité et non seulement l'acceptabilité des conventions comptables de la Compagnie et toute proposition de modification de celles-ci, incluant i) toutes les conventions et pratiques comptables essentielles utilisées, ii) les autres traitements possibles de l'information financière qui ont fait l'objet de discussions avec la direction, les effets de leur utilisation et le traitement préconisé par le vérificateur externe, ainsi que iii) toute autre communication importante avec la direction à ce sujet, et passer en revue la divulgation et l'effet des éventualités et du caractère raisonnable des provisions, réserves et estimations qui peuvent avoir une incidence importante sur la présentation de l'information financière.
6. Passer en revue avec le vérificateur externe les problèmes ou difficultés liés à la vérification et les mesures prises par la direction à ce sujet et régler les désaccords entre la direction et le vérificateur externe concernant la présentation de l'information financière.
7. Passer en revue périodiquement la politique de communication de la Compagnie pour s'assurer qu'elle est conforme aux exigences des lois et règlements applicables.

B. En ce qui concerne les contrôles et procédures de communication, le contrôle interne et la gestion des risques

1. Surveiller l'intégrité et la qualité des systèmes financiers et comptables et des systèmes de gestion de l'information ainsi que l'existence et le bon fonctionnement des procédures et des contrôles de communication de l'information et du contrôle interne à l'égard de l'information financière de la Compagnie au moyen de discussions avec la direction et le vérificateur externe, de même qu'avec les vérificateurs internes des filiales qui ont leurs propres comités de vérification et qui sont au premier niveau des filiales de la Compagnie ayant des activités commerciales, soit Quebecor Media inc. et Quebecor World Inc. (ci-après, les « **Filiales Désignées** »).
2. Périodiquement, revoir le rapport de la direction évaluant l'efficacité des contrôles et procédures de communication de l'information.
3. Passer en revue régulièrement et surveiller les politiques d'évaluation et de gestion du risque de la Compagnie et de ses principales filiales.
4. Établir et réviser, au besoin, les procédures pour la réception, la conservation et le traitement des plaintes reçues par la Compagnie au sujet de la comptabilité, des contrôles comptables internes ou de la vérification, y compris l'envoi confidentiel, sous le couvert de l'anonymat, par les salariés de la Compagnie de préoccupations touchant des points discutables en matière de comptabilité ou de vérification.
5. Établir et réviser, au besoin, les procédures visant à protéger les dénonciations afin qu'aucun salarié de la Compagnie, de ses filiales ou de ses unités d'exploitation ne soit congédié ou pénalisé suite à une dénonciation faite de bonne foi à un supérieur ou à toutes autorités concernées relativement à une dénonciation de violation potentielle de toutes lois ou réglementations en vigueur, applicables à la Compagnie.
6. Aider le Conseil à s'acquitter de sa responsabilité de s'assurer que la Compagnie respecte les exigences des lois et règlements applicables.

C. En ce qui concerne la vérification interne

1. Rencontrer à toutes les réunions régulières du Comité le ou les vérificateurs internes des Filiales Désignées afin de revoir le rôle attendu de la fonction de vérification interne de ces filiales et obtenir un rapport sur son accomplissement.

D. En ce qui a trait au vérificateur externe

1. Surveiller les travaux du vérificateur externe et passer en revue sa déclaration annuelle écrite concernant toutes ses relations avec la Compagnie et discuter des relations ou des services qui peuvent influencer sur son objectivité ou son indépendance.
2. Recommander au Conseil i) le nom du cabinet d'experts-comptables qui sera soumis au vote des actionnaires en vue d'établir ou de délivrer un rapport de vérification ou de rendre d'autres services de vérification, d'examen ou d'attestation, et ii) la rémunération du vérificateur externe pour les services de vérification.
3. Autoriser l'ensemble des services de vérification, déterminer les services non reliés à la vérification qui peuvent être rendus par le vérificateur externe et approuver au préalable tous les services non liés à la vérification que le vérificateur externe de la Compagnie peut rendre à la Compagnie ou à ses filiales le tout conformément à la *Politique d'approbation des services fournis par le vérificateur externe* et à la réglementation en vigueur.
4. Revoir le fondement et le montant des honoraires du vérificateur externe tant pour les services de vérification que pour les services autorisés, autres que de vérification.
5. Passer en revue le plan de vérification avec le vérificateur externe et la direction et en approuver l'étendue et l'échéancier.
6. Passer en revue, au besoin, la politique en matière d'embauche d'associés, de salariés et d'anciens associés et salariés du vérificateur externe actuel ou précédent de la Compagnie.
7. S'assurer du respect des exigences légales et réglementaires quant à i) la rotation des associés appropriés du vérificateur externe, ii) la participation de ce dernier au programme du Conseil canadien sur la reddition de comptes.
8. S'assurer que le vérificateur externe rende toujours compte au Comité et au Conseil.

E. En ce qui concerne les filiales

1. Tout en tenant compte de la structure de contrôle de la Compagnie, établir une procédure favorisant une coordination et une communication étroite avec les comités de vérification des Filiales Désignées de la Compagnie.
2. Obtenir le mandat des comités de vérification des Filiales Désignées et obtenir annuellement une confirmation que lesdits comités ont couvert les éléments requis figurant à leur mandat respectif.
3. Obtenir en temps utile les procès-verbaux des réunions des comités de vérification des Filiales Désignées pour fins d'information.
4. Superviser l'état des caisses de retraite de la Compagnie et de ses filiales, le tout dans le respect des règles régissant la régie interne des filiales publiques et des filiales que la Compagnie ne détient pas en propriété exclusive.
5. Revoir les transactions entre apparentés et, annuellement, le partage des honoraires de gestion inter-compagnies.

## **MODE DE FONCTIONNEMENT**

1. Le Comité tient six réunions régulières par année et plus souvent au besoin.
2. Le secrétaire ou le secrétaire-adjoint est d'office secrétaire du Comité;
3. Le président du Comité établit l'ordre du jour de chaque réunion du Comité en consultation avec le chef de la direction financière et le secrétaire. L'ordre du jour et les documents pertinents sont distribués aux membres du Comité en temps utile avant les réunions du Comité.
4. Le président du Comité fait rapport régulièrement au Conseil des délibérations, constatations et recommandations du Comité.
5. Le Comité dispose en tout temps de voies de communication directes avec le vérificateur externe et avec les vérificateurs internes des Filiales Désignées.
6. Le Comité rencontre séparément, à chacune des réunions examinant les états financiers intermédiaires et annuels, le vérificateur externe et les vérificateurs internes, et ce, sans la présence de la direction.
7. Le Comité rencontre séparément la direction au moins une fois par année et plus souvent au besoin.
8. Le Comité peut, lorsque les circonstances le justifient, retenir les services de conseillers externes et fixer leur rémunération, sous réserve d'en informer le président du Conseil.
9. Le Comité passe en revue annuellement son mandat et fait rapport au Comité de régie d'entreprise et de mise en candidature sur les modifications qu'il y aurait lieu d'y apporter.
10. Le Comité dépose annuellement au Conseil une attestation confirmant qu'il a bien couvert les éléments requis de son mandat et plan de travail.

Aucun élément du présent mandat ne vise à étendre la portée des normes de conduite applicables en vertu des exigences de la loi ou de la réglementation à l'égard des administrateurs de la Compagnie ou des membres du Comité. Même si le Comité a un mandat précis et que ses membres peuvent avoir une expérience financière, ils n'ont pas l'obligation d'agir à titre de vérificateurs ou d'exécuter une vérification, ni de déterminer si les états financiers de la Compagnie sont complets et exacts.

Les membres du Comité sont en droit de se fier, en l'absence d'information à l'effet contraire, i) à l'intégrité des personnes et des organisations qui leur transmettent de l'information, ii) à l'exactitude et à l'intégralité de l'information fournie, et iii) aux déclarations faites par la direction quant aux services autres que de vérification que le vérificateur externe fournit à la Compagnie. La responsabilité de surveillance du Comité n'a pas été établie pour que celui-ci détermine de façon indépendante si i) la direction a appliqué des principes de comptabilité ou de présentation de l'information financière adéquats ou des contrôles et procédés internes adéquats, ou ii) si les états financiers de la Compagnie ont été préparés et, le cas échéant, vérifiés conformément aux principes comptables et aux normes de vérification généralement reconnus.

\* \* \* \* \*