

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2017



QUÉBECOR

TABLE DES MATIÈRES

2017 en bref	3
Faits saillants	6
Message aux actionnaires	8
Télécoms	12
Média	23
Sports et divertissement	46
Responsabilité sociale d'entreprise	52
Conseil d'administration et dirigeants de Québecor inc.	63
Conseil d'administration et comité de direction de Québecor Média inc.	64



QUÉBECOR

2017 EN BREF

PIERRE KARL PÉLADEAU

Le 16 février, Pierre Karl Péladeau a réintégré la fonction de président et chef de la direction

1,59 G\$

Bénéfice d'exploitation ajusté en hausse de 6,6 %, la plus forte hausse annuelle depuis 2009

4,12 G\$

Revenus de Québecor pour l'exercice 2017, en hausse de 2,6 % par rapport à l'exercice 2016

TVA SPORTS

En juin, TVA Sports a obtenu les meilleures cotes d'écoute sur le marché québécois depuis 2008 pour une finale de la Coupe Stanley, laquelle a été diffusée par le réseau concurrent de 2008 à 2014

CLUB ILLICO

En mars, la série originale *Victor Lessard* sur Club illico a atteint un million de visionnements en moins de deux semaines

82

Nombre de représentations culturelles et sportives présentées au Centre Vidéotron de Québec, en plus de 17 événements corporatifs

42 M\$

Valeur totale investie en philanthropie en 2017, permettant de soutenir plus de 400 organismes, dont la moitié dans le secteur culturel

GESTEV

Le 4 avril, Gestev a annoncé l'acquisition de Wasabi atelier expérientiel afin d'accroître son expertise en marketing expérientiel, marquant ainsi son expansion dans la métropole

1 000 000

Nombre de lignes en téléphonie mobile de Vidéotron, un nouveau jalon franchi par ce service depuis son lancement en septembre 2010

10 100

Nombre d'employés chez Québecor et ses filiales

LICENCES DE SPECTRE

Les 20 juin et 24 juillet, Vidéotron a procédé à la vente de licences de spectre sans fil détenues à l'extérieur du Québec, générant ainsi des entrées de fonds totalisant 614,2 M\$ et des gains totaux sur disposition d'actifs de 330,9 M\$

360 000

Nombre d'abonnés au Club illico, une augmentation de 15 % en un an

TÉLÉ IP

En août, Vidéotron a conclu une entente avec Comcast Corporation afin de développer une solution innovante de télé IP, basée sur la plateforme XFINITY X1 de cette entreprise

73 Nombre de productions originales destinées aux plateformes de Groupe TVA et de Club illico auxquelles Québecor Contenu a contribué

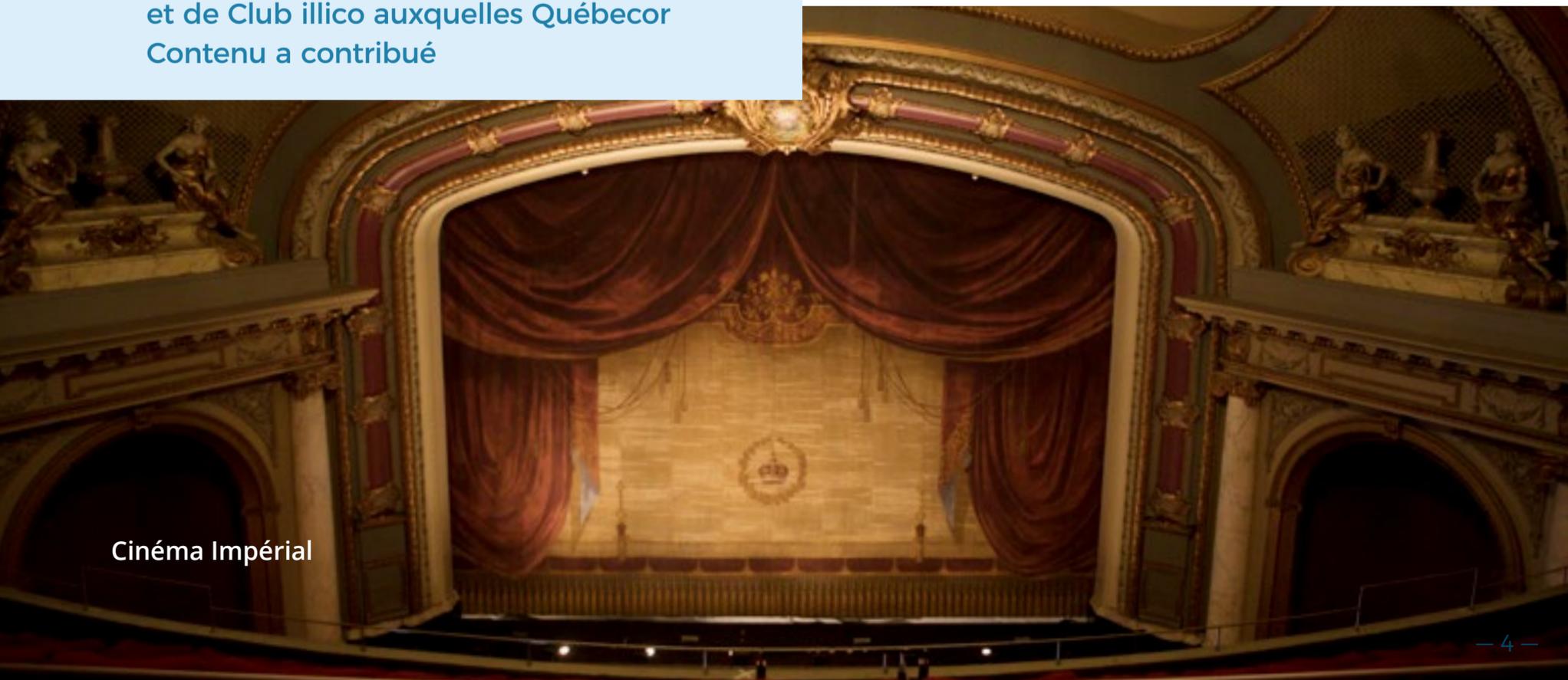


9 800 000

Nombre de lecteurs rejoints par les magazines de TVA Publications au Québec et au Canada

CINÉMA IMPÉRIAL

Le 22 août, Québecor a annoncé un partenariat stratégique avec le Cinéma Impérial dans le but de préserver ce monument historique et de développer sa vocation culturelle



Cinéma Impérial

55 %

Pourcentage de la population du Québec qui s'informe auprès des journaux de Québecor, toutes plateformes confondues

LARA FABIAN

En octobre, Disques Musicor a signé un contrat avec la chanteuse Lara Fabian et conclu un accord avec la maison de disques belge 9Productions

1^{er}

Rang de Groupe TVA relativement à ses parts de marché au Québec

312

Nombre de livres publiés par les 19 maisons d'édition du secteur Livres

12

Nombre d'années consécutives où Vidéotron a été l'entreprise de télécommunication la plus admirée des Québécois

MOBILITÉ

Depuis le mois de novembre, Vidéotron offre l'accès à la version mobile de Club illico avec tout nouvel abonnement à certains forfaits de téléphonie mobile

C'EST VICTOR LESSARD AU TÉLÉPHONE



98 %

Vidéotron Affaires est arrivée en tête du classement en ce qui a trait au taux de satisfaction de sa clientèle

Selon Léger Marketing, mai 2017

FAITS SAILLANTS

Exercices terminés les 31 décembre 2017, 2016 et 2015

(en millions de dollars canadiens, sauf pour les montants relatifs aux données par action)

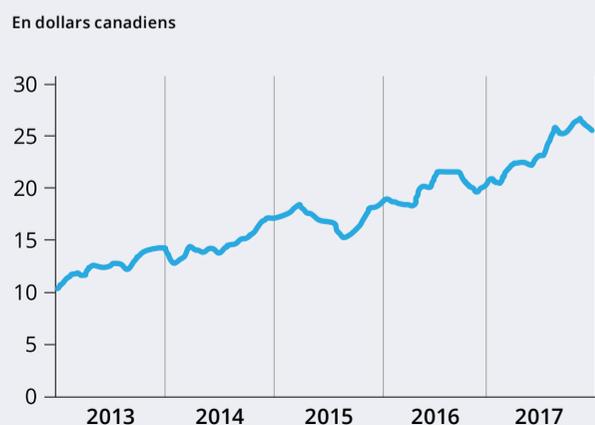
	2017	2016 ³	2015 ³
EXPLOITATION			
Revenus	4 122,4 \$	4 016,6 \$	3 890,8 \$
Bénéfice d'exploitation ajusté ¹	1 593,4	1 494,1	1 440,7
Contribution au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies ²	330,0	305,5	239,9
(Perte) gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	(195,6)	(68,4)	4,7
Éléments inhabituels	223,4	(42,4)	(79,0)
Activités abandonnées	11,9	-	(13,8)
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	369,7	194,7	151,8
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation poursuivies	1 171,1	1 113,0	1 072,2
DONNÉES DE BASE PAR ACTION			
Contribution au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies ²	1,37 \$	1,25 \$	0,98 \$
(Perte) gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	(0,81)	(0,28)	0,02
Éléments inhabituels	0,92	(0,17)	(0,32)
Activités abandonnées	0,05	-	(0,06)
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	1,53	0,80	0,62
Dividendes	0,10	0,09	0,07
Capitaux propres attribuables aux actionnaires	2,91	1,86	1,22
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en millions)	241,8	244,6	245,4
SITUATION FINANCIÈRE			
Dette à long terme	5 516,2 \$	5 616,9 \$	5 812,4 \$
Capitaux propres	1 206,1	847,2	652,0
Total de l'actif	9 685,8	9 262,3	9 275,9
EMPLOYÉS			
	10 100	10 100	10 400

¹ Voir définition de « Bénéfice d'exploitation ajusté » à la page suivante.

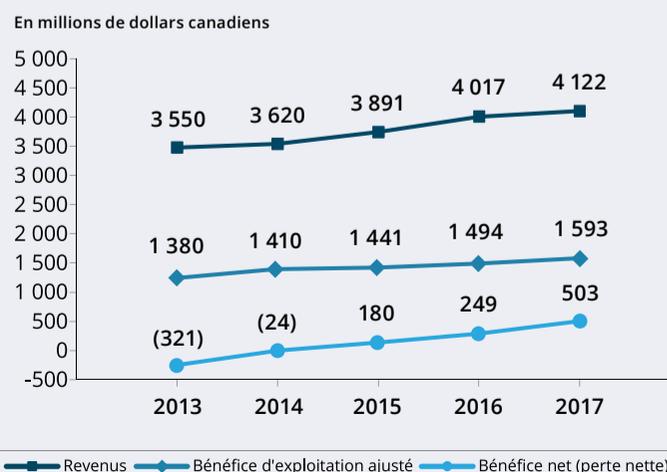
² Voir définition de « Bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies » à la page suivante.

³ Le nombre d'actions et les données par action ont été redressés pour refléter le fractionnement d'actions du 15 novembre 2017, à raison de deux pour une.

Cours de l'action (QBR.B)



Revenus, bénéfice d'exploitation ajusté et bénéfice net (perte nette)



DÉFINITIONS

Bénéfice d'exploitation ajusté

Dans son analyse des résultats d'exploitation, la Société définit le bénéfice d'exploitation ajusté, tel que concilié avec le bénéfice net conformément aux Normes internationales d'information financière (IFRS), comme le bénéfice net avant l'amortissement, les frais financiers, (la perte) le gain sur évaluation et conversion des instruments financiers, la charge de restructuration des activités d'exploitation, litige et autres éléments, le gain sur vente de licences de spectre, la dépréciation de l'écart d'acquisition et d'autres actifs, la perte sur refinancement de dettes, les impôts sur le bénéfice et le gain (la perte) liée aux activités abandonnées. Le bénéfice d'exploitation ajusté, tel que décrit ci-dessus, n'est pas une mesure des résultats définie conformément aux IFRS. Ce n'est pas non plus une mesure destinée à remplacer d'autres outils d'évaluation du rendement financier ou l'état des flux de trésorerie comme indicateur de liquidités. Cette mesure ne devrait pas être considérée isolément ou comme substitut aux autres mesures de rendement calculées selon les IFRS. La Société se sert du bénéfice d'exploitation ajusté pour évaluer le rendement de ses investissements dans Québecor Média. La direction et le conseil d'administration de la Société utilisent cette mesure pour évaluer tant

les résultats consolidés de la Société que les résultats des secteurs d'exploitation qui en font partie. Cette mesure élimine le niveau substantiel de dépréciation et d'amortissement des actifs corporels et incorporels et n'est pas affectée par la structure du capital ou par les activités d'investissement de la Société et de ses secteurs d'activité.

En outre, le bénéfice d'exploitation ajusté est utile, car il constitue un élément important des régimes de rémunération incitative annuels de la Société. Toutefois, cette mesure est limitée puisqu'elle ne tient pas compte du coût périodique des actifs corporels et incorporels nécessaires pour générer les revenus des secteurs de la Société. D'autres mesures qui tiennent compte de ces coûts, telles que les flux de trésorerie d'exploitation des secteurs et les flux de trésorerie libres liés aux activités d'exploitation poursuivies de la filiale Québecor Média, sont également utilisées par la Société. La définition du bénéfice d'exploitation ajusté de la Société peut différer de celle utilisée par d'autres entreprises.

Le tableau ci-dessous présente le rapprochement du bénéfice d'exploitation ajusté avec le bénéfice net divulgué aux états financiers consolidés de Québecor.

Rapprochement du bénéfice d'exploitation ajusté avec le bénéfice net

Exercices terminés les 31 décembre 2017, 2016 et 2015

(en millions de dollars canadiens, sauf pour les montants relatifs aux données par action)

	2017	2016	2015
Bénéfice d'exploitation ajusté	1 593,4 \$	1 494,1 \$	1 440,7 \$
Amortissement	(712,4)	(653,0)	(693,6)
Frais financiers	(309,0)	(328,0)	(335,0)
(Perte) gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	(199,8)	(70,3)	6,7
Restructuration des activités d'exploitation, litiges et autres éléments	(17,2)	(28,0)	116,9
Gain sur vente de licences de spectre	330,9	-	-
Dépréciation de l'écart d'acquisition et d'autres actifs	(43,8)	(40,9)	(230,7)
Perte sur refinancement de dettes	(15,6)	(7,3)	(12,1)
Impôts sur le bénéfice	(138,0)	(117,8)	(93,1)
Gain (perte) lié(e) aux activités abandonnées	14,6	-	(19,7)
Bénéfice net	503,1 \$	248,8 \$	180,1 \$

Bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies

La Société définit le bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies, tel que concilié avec le bénéfice net attribuable aux actionnaires conformément aux IFRS, comme le bénéfice net attribuable aux actionnaires avant (la perte) le gain sur évaluation et conversion des instruments financiers, la charge de restructuration des activités d'exploitation, litiges et autres éléments, le gain sur vente de licences de spectre, la dépréciation de l'écart d'acquisition et d'autres actifs, la perte sur refinancement de dettes, déduction faite des impôts sur le bénéfice afférents aux ajustements et du bénéfice net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle afférent aux ajustements, et avant le gain

(la perte) liée aux activités abandonnées attribuable aux actionnaires. Le bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies, tel que décrit ci-dessus, n'est pas une mesure des résultats définie conformément aux IFRS. Cette mesure ne devrait pas être considérée isolément ou comme substitut aux autres mesures de rendement calculées selon les IFRS. La Société utilise le bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies pour analyser les tendances en matière de rendement de ses activités. Les éléments énumérés ci-dessus sont exclus du calcul de cette mesure puisqu'ils nuisent à la comparabilité des résultats financiers. Le bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies est plus représentatif aux fins d'évaluer le bénéfice prévisible. La définition du bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies peut différer de celle utilisée par d'autres entreprises.

MESSAGE AUX ACTIONNAIRES

Alors que la fondation de Québecor, il y a plus de 50 ans, s'inscrivait dans un mouvement de prise de possession par les Québécois de leur destin économique, la stratégie de notre entreprise s'inscrit aujourd'hui dans un contexte où les géants mondiaux occupent de plus en plus de place. Préserver la maîtrise de nos leviers économiques, culturels et technologiques dans un tel environnement est plus pertinent que jamais et c'est ce à quoi travaillent Québecor, ses filiales et leurs quelque 10 000 employés chaque jour. Québecor mise ainsi sur deux éléments qui font sa réussite depuis plus de 15 ans, soit l'innovation et sa stratégie de convergence, lui permettant du même coup de créer des opportunités d'affaires et de bénéficier d'une efficacité opérationnelle accrue.

En 2017, le succès de cette approche a encore une fois été confirmé, comme en témoigne la hausse de revenus de 2,6 % et, à plus forte raison, l'augmentation de 6,6 % du bénéfice d'exploitation ajusté, la plus forte hausse depuis 2009.

Québecor affiche ainsi un rendement financier enviable qui la positionne avantageusement pour faire face aux défis qui l'attendent dans ses secteurs d'activité : Télécommunications, Média, et Sports et divertissement.

INNOVER POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT

L'exercice 2017 a marqué un jalon important dans l'histoire de **Vidéotron** puisqu'elle a franchi le cap du million de clients en téléphonie mobile en un peu plus de sept ans. Vidéotron a investi plus de 2 G\$ pour bâtir son réseau, créé 1 000 emplois et accentué la concurrence dans le domaine du sans-fil. Elle n'a jamais cessé d'être un moteur d'innovation et le succès de son service mobile en est une preuve tangible dont nous pouvons être fiers.

C'est ainsi que, grâce au leadership de la présidente et chef de la direction Manon Brouillette et au travail acharné de ses équipiers et équipières, Vidéotron a continué d'afficher une progression importante de ses revenus en 2017, soit une croissance de 4,2 %, sur des revenus de près de 3,3 G\$.

Dans un contexte où la concurrence s'intensifie, Vidéotron se démarque par son agilité et sa capacité à renouveler continuellement son offre pour améliorer l'expérience client et répondre aux besoins futurs de sa clientèle.

Par exemple, nous avons complété notre sortie de la télédistribution analogique et accélérons maintenant le développement de la télé IP par le biais de notre entente avec le géant américain de la câblodistribution Comcast Corporation. À terme, ce partenariat nous permettra d'offrir une expérience de télévision sans pareille aux clients de Vidéotron, qui pourront faire des recherches et naviguer dans un univers incroyable de contenus de façon simple et intuitive.

De plus, nous avons poursuivi en 2017 le déploiement du service Internet Fibre hybride Giga en vue de répondre aux besoins grandissants qu'entraîneront l'Internet des objets, la réalité augmentée, la vidéo 4K, ou encore, les services d'infonuagique, dans les prochaines années.

Afin que notre société puisse profiter pleinement de ces nouvelles avancées, nous continuons aussi de miser sur le Laboratoire à ciel ouvert de la vie intelligente. Cette initiative de Vidéotron, en collaboration avec le Quartier de l'innovation de Montréal, l'École de technologie supérieure et Ericsson, vise à créer des projets innovants et à développer de nouvelles applications, appelés à être propulsés par la technologie 5G et à améliorer le quotidien des Québécois.

Tout ceci, nous continuons de le faire en plaçant les clients au cœur de nos actions. Cet engagement est d'ailleurs reconnu et très apprécié, comme en témoigne le fait que, pour une 12^e année consécutive, Vidéotron a été désignée l'entreprise de télécommunication la plus admirée des Québécois, selon un sondage *Léger-Les Affaires*. Vidéotron s'est également vu décerner les distinctions de marque québécoise la plus avant-gardiste et la plus engageante, selon l'indice Ipsos-*Infopresse* 2017.

Cette même satisfaction se retrouve aussi du côté de **Vidéotron Affaires** qui se positionne comme guichet unique pour les entreprises québécoises de toute taille en matière d'Internet, de téléphonie d'affaires et mobile, de télédistribution, de réseaux privés et d'hébergement de données. Notre stratégie d'investissement, notamment par l'acquisition de 4Degrés Colocation et de Fibrenoire, porte d'ailleurs ses fruits, ayant contribué à une importante augmentation des revenus du secteur Affaires au cours du dernier exercice.

TOUJOURS PLUS DE CONTENU, SUR L'ENSEMBLE DE NOS PLATEFORMES

En plus d'être un chef de file en technologies, Québecor est fière de mettre à profit toutes les forces vives de l'entreprise pour la production de contenus originaux de qualité qui font rayonner le talent d'ici sur l'ensemble de ses plateformes.

C'est ainsi que, uniquement en 2017, **Groupe TVA** a investi plus de 261 M\$ en émissions canadiennes, ce qui lui a permis d'atteindre des parts de marché de 37,3 % pour le Réseau TVA et ses chaînes spécialisées.

Fort de la vision de sa nouvelle présidente et chef de la direction France Lauzière, nommée en octobre 2017, Groupe TVA continuera sur sa lancée en proposant des émissions qui nous rassemblent et nous ressemblent, comme les émissions « millionnaires » que sont *La Voix*, *La Voix Junior* ou *L'Échappée*.

C'est d'ailleurs afin de mettre en valeur le rôle central qu'il joue dans la vie culturelle et économique du Québec que Groupe TVA a lancé, l'automne dernier, la campagne *Pour notre culture, notre télé doit rester forte*, mettant en vedette plusieurs artistes, artisans et personnalités de notre télé.

Depuis cinq ans, Vidéotron joue aussi un rôle prépondérant dans la production de contenu original d'ici avec **Club illico**. Comptant maintenant près de 360 000 abonnés, Club illico est devenu la plateforme de vidéo sur demande par abonnement francophone la plus populaire au Québec.

En collaboration avec **Québecor Contenu**, Club illico a proposé à ses abonnés, en 2017, quatre productions originales québécoises, soit *Victor Lessard*, la deuxième saison de *Blue Moon*, la série pour ados *L'Académie*, et *Pablo Escobar raconté par son fils*, le premier documentaire original de Club illico.

La force de Québecor permet de propulser nos séries hors du Québec. Par exemple, *Victor Lessard* et *Mensonges* sont en développement pour le Canada anglais et les États-Unis, tandis que *Pablo Escobar raconté par son fils* a été vendu à des diffuseurs majeurs d'une vingtaine de pays.

Le rayonnement international de Québecor passe en outre par **MELS**, dont la qualité exceptionnelle des services en montage sonore et en conception d'effets visuels a été reconnue à plusieurs reprises en 2017, dont notamment par le prix du Meilleur son aux BAFTA Awards remporté par Denis Villeneuve pour le film *L'Arrivée (Arrival)*.

Québecor se positionne comme un chef de file dans les domaines des médias d'information, de la production et de la distribution de musique ainsi que de l'édition de livres.

Nos journaux, nos magazines et nos sites Web sont d'ailleurs tout autant des plateformes de diffusion clé pour offrir encore plus de contenu de qualité, des vidéos et des reportages exclusifs à nos auditoires.

Le Journal de Montréal et **Le Journal de Québec** sont le socle sur lequel Québecor a été érigée et sont toujours numéro 1 en 2017. *Le Journal de Québec* a d'ailleurs célébré son 50^e anniversaire au cours de l'année. En additionnant le journal gratuit *24 heures*, les trois quotidiens de Québecor rejoignent plus de 55 % de la population du Québec, toutes plateformes confondues. Ce succès continu peut notamment être attribué aux ressources importantes consacrées au renforcement de notre Bureau d'enquête et de notre Bureau parlementaire. Grâce à cette attention renouvelée envers le journalisme d'enquête, nous sommes aujourd'hui en mesure d'offrir à la population la meilleure information sur les enjeux qui la préoccupent.

Dans un contexte où l'industrie des **magazines** est en stagnation, le nombre de lecteurs des magazines de TVA Publications a augmenté en 2017, grâce à des magazines comme *ELLE Canada*, *ELLE Québec*, *Clin d'œil*, *Coup de pouce* et *Style at home*, qui dominent leur créneau respectif.

En 2017, Québecor a entrepris une véritable **offensive numérique**, qui passe entre autres par la création de nouvelles marques numériques s'adressant à un public plus jeune et davantage attiré par ces modes de communications. Pris dans leur ensemble, les sites Web

des médias de Québecor dominant largement ceux de leurs concurrents, avec plus 7,2 millions de visiteurs uniques par mois.

Nos secteurs **Musique** et **Livres** constituent une activité importante pour Québecor, témoignant de notre attachement au développement de notre culture. Disques Musicor a mis en marché près d'une vingtaine d'albums et de DVD en 2017 et recruté de nouvelles têtes d'affiche telles que Lara Fabian, Alex Nevsky, Corneille, Charles Kardos, Geneviève Leclerc et TiBZ, confirmant son rôle d'acteur de premier plan dans ce secteur au Québec. Pour leur part, les maisons d'édition de Groupe Sogides, représentant le plus important groupe d'édition de littérature générale au Québec, ainsi que le chef de file en édition scolaire Les Éditions CEC, ont publié plus de 310 nouveautés, dont 7 des 20 meilleurs vendeurs québécois, en 2017.

Bref, les moteurs de diffusion que sont les médias de Québecor permettent sans aucun doute de faire rayonner plus que jamais les artistes, les créateurs et notre culture.

L'IMPORTANCE DE VIVRE LA CULTURE « EN DIRECT »

En août dernier, Martin Tremblay a été nommé chef de l'exploitation de Québecor Groupe Sports et divertissement, où il veille désormais aux destinées du **Centre Vidéotron**, l'un des cinq amphithéâtres qui ont vendu le plus de billets au Canada en 2017, selon le magazine *Pollstar*. Outre plusieurs événements corporatifs et les matchs des Remparts de Québec, 48 événements culturels et sportifs majeurs y ont eu lieu, avec de grands noms de la scène tels que Ed Sheeran, Bruno Mars, Katy Perry, Iron Maiden, Maroon 5, Keith Urban, The Lumineers, Paul Piché, Roger Waters et Green Day.

Québecor est également un joueur majeur en organisation d'événements culturels et sportifs. En 2017, **Gestev** a notamment produit la Coupe du monde FIS de ski de fond, un événement diffusé par TVA Sports qui a réuni 60 000 personnes à Québec, et qui a couronné Alex Harvey grand champion à l'épreuve du sprint. Soulignons par ailleurs l'acquisition de l'agence de marketing Wasabi atelier expérientiel par Gestev, une occasion pour mieux servir sa clientèle grandissante à Montréal.

NOTRE HISTOIRE, GARANTE DE NOTRE AVENIR

L'histoire de Québecor en est une de succès, d'affirmation, de progrès. Elle se construit au quotidien par des milliers d'employés qui excellent dans leur domaine et sont soucieux de toujours mieux répondre aux attentes des clients, des partenaires d'affaires et des actionnaires de l'entreprise.

Toujours fortement présente et impliquée dans sa communauté, Québecor poursuit l'œuvre philanthropique de son fondateur, Pierre Péladeau. En 2017, nous avons soutenu plus de 400 organismes. Nous avons, entre autres, offert un appui particulier au Festival en chanson de Petite-Vallée à la suite de l'incendie du Théâtre de la Vieille Forge, et avons assuré l'avenir du Cinéma Impérial, l'un des plus beaux théâtres de Montréal.

Le succès de Québecor est le reflet de la vitalité de la culture québécoise. Or, en 2017, la culture a souvent été à l'ordre du jour des grands débats de société et, fidèle à son habitude, Québecor n'a pas hésité à y prendre part. À plusieurs reprises, nous avons élevé notre voix pour dénoncer les traitements de faveur dont peuvent bénéficier les géants mondiaux des télécommunications et du divertissement. Nous avons réitéré l'importance d'alléger le fardeau réglementaire des entreprises d'ici ainsi que la nécessité d'encourager l'innovation afin que nous puissions concurrencer ces géants et continuer à faire rayonner notre culture.

Nonobstant ces obstacles, la vitalité de notre culture ne cesse d'étonner. Chez Québecor, nous sommes créatifs, nous sommes entreprenants et nous sommes à l'écoute des goûts, des besoins et des attentes des gens d'ici.

Profondément amoureux du Québec et de sa culture, Pierre Péladeau aurait été fier, 20 ans après son départ, de voir Québecor conjuguer ainsi le succès en affaires et la promotion vigoureuse des contenus et de la culture d'ici.

À tous celles et ceux qui y contribuent, soit l'ensemble de nos actionnaires, administrateurs, clients, partenaires et talentueux employés, nous vous en remercions grandement.

Le président du conseil,



Le très honorable Brian Mulroney

Le président et chef de la direction,



Pierre Karl Péladeau



Pierre Péladeau

1925 - 1997

Le 24 décembre 2017 marquait le 20^e anniversaire du décès du fondateur de Québecor, Pierre Péladeau.

Bien au-delà de son entreprise, il a marqué tout le Québec, laissant derrière lui un legs précieux, toujours bien présent aujourd'hui. Sa philosophie entrepreneuriale, sa grande générosité à l'égard de sa communauté, son amour des arts et des artistes, son attachement profond envers ses racines... l'engagement de Pierre Péladeau continue de nous inspirer jour après jour.

TÉLÉCOMS

- Vidéotron
 - *Mobilité*
 - *Club illico*
 - *Vidéotron Affaires*
 - *MAtv*
 - *Vidéotron le superclub et Microplay™*



VIDÉOTRON

Chef de file en matière de télédistribution, de développement multimédia interactif, de services d'accès Internet, de téléphonie par câble et mobile, Vidéotron accroît constamment son leadership en offrant la meilleure expérience client qui soit, des contenus variés et abondants sans cesse renouvelés, grâce à des technologies innovantes en perpétuelle évolution.

SERVICE MOBILE : VIDÉOTRON CÉLÈBRE SON MILLIONIÈME CLIENT !

Vidéotron est aujourd'hui l'un des principaux opérateurs en téléphonie mobile sur son territoire. Lancé en 2010, le service mobile Vidéotron a franchi le 8 novembre 2017 le cap du million de lignes mobiles résidentielles et affaires. De plus, Vidéotron occupe le premier rang en ce qui a trait au nombre de branchements mobiles pour les quatre derniers trimestres.



Encore plus de nouveautés pour répondre aux clients

L'Option voyageur 24 h permet aux voyageurs d'accéder à leur forfait mobile à un tarif journalier de 6 \$ aux États-Unis et de 10 \$ dans plus de 100 autres pays.

L'inclusion de Club illico dans les forfaits mobiles Vidéotron va au-devant des désirs des consommateurs qui se tournent de plus en plus vers leur mobile pour accéder à du contenu. Selon une étude de l'Observateur des technologies médias publiée le 31 août 2017, 85 % des Canadiens francophones âgés de 18 à 34 ans et propriétaires d'un téléphone intelligent avaient regardé des vidéos en continu sur leur appareil au cours du mois précédent.

La nouvelle fonction VoLTE (Voix sur LTE) permet aux utilisateurs dont les appareils sont compatibles de bénéficier d'une couverture intrabâtiment améliorée et d'un délai d'acheminement des appels encore plus court. De plus, les appels entre deux clients de Vidéotron utilisant la fonction VoLTE sont d'une qualité audio haute définition (HD) sans précédent.



INNOVER POUR SE DIFFÉRENCIER

Fournisseur Internet n° 1 au Québec

Consciente de l'accroissement rapide et continue de la consommation de données par sa clientèle, Vidéotron est soucieuse de leur offrir les meilleures solutions Internet, tout en demeurant à l'avant-garde dans ce domaine.

Vidéotron est ainsi la seule entreprise de télécommunications à pouvoir offrir les accès ultra-rapides Internet Fibre hybride 120 et Internet Fibre hybride 200 sur un si vaste territoire au Québec. De plus, elle propose déjà, depuis l'été 2016, le service Internet **Fibre hybride Giga**, qui permet aux clients résidentiels et d'affaires de bénéficier de vitesses allant jusqu'à 940 Mbit/s. En 2017, Vidéotron a poursuivi le déploiement de cet accès ultra-performant sur l'ensemble de son territoire.

Investissements en infrastructures : 1,1 G\$ en cinq ans

Depuis cinq ans, Vidéotron a investi 1,1 G\$ pour accroître la capacité et la vitesse de son réseau filaire. À elle seule, l'augmentation exponentielle des services de vidéo en ligne a nécessité quelque 375 M\$ en investissements.

En 2017 uniquement, les investissements en technologie se sont chiffrés à 269 M\$.

Télé IP : en route vers la télé de demain

Depuis 2014, le programme de retrait de l'analogique complet (RAC) a permis d'assurer la migration en douceur des clients de Vidéotron de la télévision analogique vers la télévision numérique. Ce changement technologique majeur est maintenant complété.

Afin d'accélérer le développement de la télé IP, Vidéotron a conclu en 2017 un partenariat stratégique avec Comcast Corporation visant à développer une solution innovante basée sur la plateforme XFINITY X1. Ainsi, les clients de Vidéotron pourront accéder à un univers de contenus tout en navigant de façon plus conviviale, intuitive et rapide.

Le Laboratoire à ciel ouvert de la vie intelligente

Depuis l'automne 2017, le Laboratoire à ciel ouvert de la vie intelligente (le « Laboratoire ») est maintenant ouvert à tous, grâce au lancement d'un portail en ligne <www.labvi.ca>. Les entreprises technologiques en démarrage ou déjà établies, les chercheurs ainsi que les citoyens peuvent y soumettre des propositions de projet. Certaines ont d'ailleurs été déposées spontanément à l'occasion du Startupfest auquel participait le Laboratoire.

De quoi s'agit-il ? Fondé en septembre 2016, le Laboratoire est une initiative de Vidéotron, en collaboration avec Ericsson, l'École de technologie supérieure et le Quartier de l'Innovation de Montréal, qui a pour but de développer des technologies de pointe, favorisant l'introduction de l'Internet des objets et de la technologie 5G, et ce, avant même qu'elles ne soient déployées à plus grande échelle. L'objectif du Laboratoire est de permettre à tous les innovateurs de tester les logiciels et les applications de demain. Vidéotron contribue ainsi, littéralement, à créer l'avenir.



EXPÉRIENCE CLIENT : LA PROCHAINE GÉNÉRATION !

En 2017, Vidéotron a innové en mettant à profit les possibilités offertes par les nouveaux outils numériques, tout en maintenant le caractère humain et très personnalisé, qui fait la renommée de son service.

FORUM : la Communauté Vidéotron

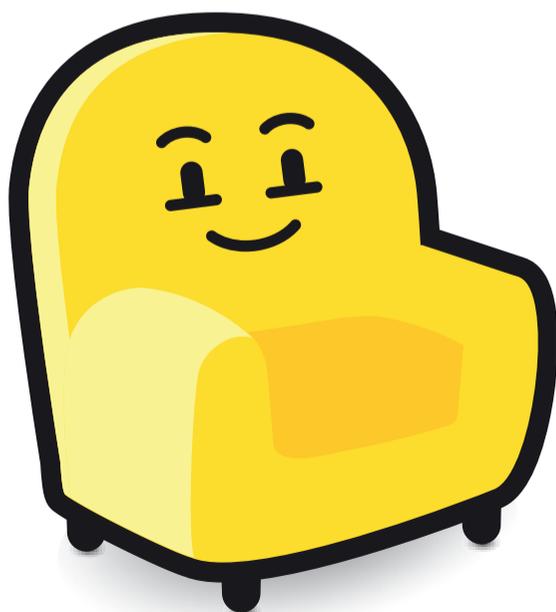
Fidèle à l'esprit du Web où les utilisateurs préfèrent souvent trouver eux-mêmes la solution à leur problème ou l'information dont ils ont besoin, ce nouveau **forum de discussion**, lancé en juin 2017, offre une tribune où les utilisateurs peuvent échanger et poser des questions sur les produits de télécommunications. Dans le but de favoriser la participation à la Communauté Vidéotron, plus un membre contribue, plus il est récompensé. En collectionnant des badges de récompenses, un membre a la possibilité de gravir les échelons et devenir un Super-Héros de la Communauté Vidéotron !



« L'expérience client est inscrite dans notre ADN et, jour après jour, nous déployons des efforts réels dans le but de maintenir notre position de chef de file en la matière. Les attentes de nos clients sont grandes et nous comptons plus que jamais continuer d'améliorer nos processus et services afin d'offrir la meilleure expérience qui soit. »

Manon Brouillette

Présidente et chef de la direction, Vidéotron



Chillico : l'intelligence artificielle en action

Vidéotron est la première de l'industrie au Canada à lancer un **robot conversationnel** sur Facebook Messenger. La mission du robot Chillico est de recommander, par le biais d'une discussion, du contenu à regarder dans le catalogue de vidéo sur demande d'illico.tv. Lancé en 2017 en mode expérimental, Chillico permettra à Vidéotron de mieux comprendre comment les usagers interagissent avec ces nouveaux outils d'intelligence artificielle.



Prix et distinctions : Vidéotron, la meilleure expérience client

L'excellence de l'expérience client se traduit en résultats mesurables. Année après année, diverses études et sondages menés auprès de la population québécoise confirment son attachement envers Vidéotron. Encore une fois en 2017, Vidéotron s'est méritée de nombreuses distinctions :

- **Entreprise de télécommunications la plus admirée** pour la 12^e année consécutive (sondage Léger-*Les Affaires*)
- **Meilleur détaillant en télécommunications au Québec** pour une 6^e année (sondage Léger-*Les Affaires*)
- **Réseau mobile affichant la meilleure performance** pour l'Est du Canada pour une 3^e année consécutive (firme d'études J.D. Power)
- **Marque québécoise la plus avant-gardiste et engageante** (selon l'indice Ipsos-*Infopresse* 2017)

Vidéotron sur le terrain

Chaque année, Vidéotron forme des alliances stratégiques avec de nombreux partenaires bien enracinés dans leur communauté.



CLUB ILLICO

Club illico célèbre son 5^e anniversaire en 2018. C'est aujourd'hui la plateforme de vidéo sur demande par abonnement francophone la plus populaire au Québec et qui offre le plus large éventail de contenus francophones. Regroupant à la fin de 2017 plus de 360 000 abonnés, Club illico a connu une augmentation annuelle de 15% du nombre d'abonnés. Au total, Club illico a enregistré depuis sa création près de 300 millions de visionnements.

Cette popularité croissante de Club illico reflète la grande qualité des séries originales qui y sont présentées, en plus d'être parfaites pour l'écoute en rafale. D'ailleurs, grâce à l'inclusion de Club illico dans les forfaits mobiles Vidéotron, celui-ci obtient un rayonnement accru auprès des jeunes, les intéressant du même coup à consommer davantage des produits culturels d'ici.

Des séries originales, produites au Québec et rayonnant à l'étranger

Club illico est désormais un acteur incontournable pour la production de contenu original d'ici. Forte de la fidélité de ses abonnés au Club illico, Vidéotron a pu déclencher la création de huit productions originales dans sa courte histoire, en collaboration avec Québecor Contenu.

L'année 2017 aura été faste :

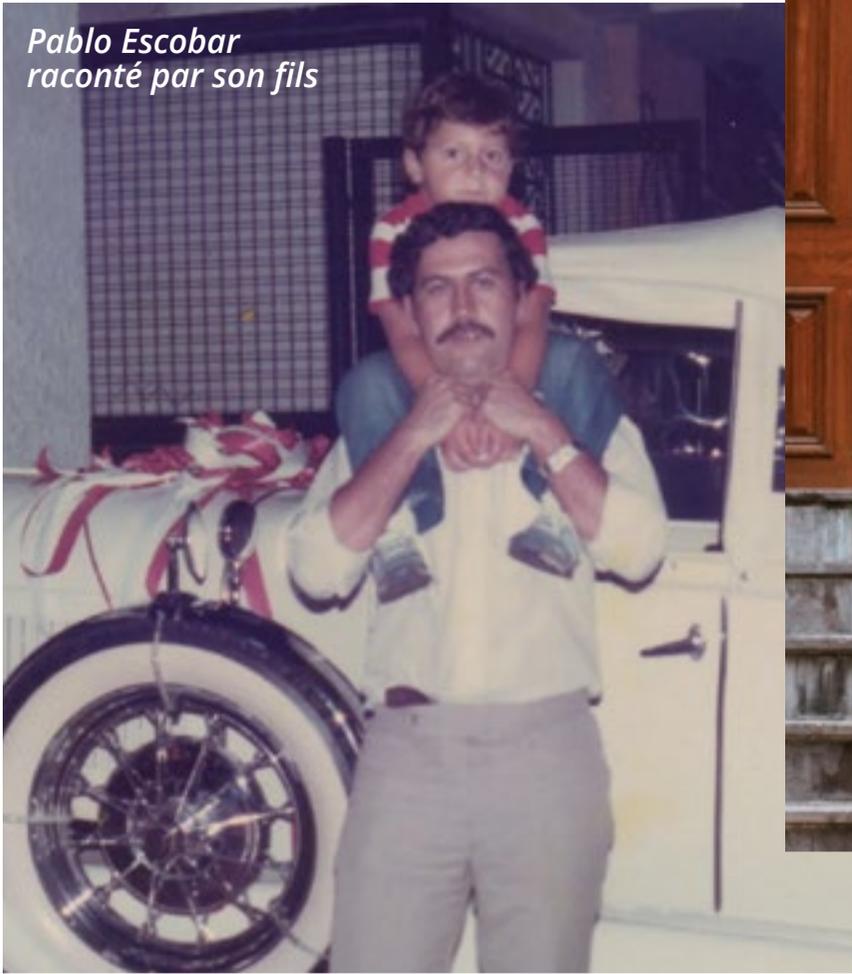
- **Victor Lessard**, première série tournée au Québec en Ultra HD (4K) et produite par Pixcom, a remporté le Rockie Award dans la catégorie Meilleure émission francophone au Banff World Media Festival ;
- **Blue Moon**, produite par Ætios Productions, est la série la plus regardée sur Club illico avec plus de six millions de visionnements pour les deux premières saisons, tandis que la troisième saison a été tournée en 4K en 2017 ;

- **L'Académie** et **La dérape**, deux séries pour ados, ont permis à Club illico de développer un nouveau créneau de productions originales, qui rassemble toute la famille autour d'un même écran ;

- **Pablo Escobar raconté par son fils**, premier documentaire original de Club illico déjà vendu dans plusieurs pays, a été tourné en Colombie avec Sebastian Marroquin (autrefois connu sous le nom de Juan Pablo Escobar), le fils du célèbre narcotrafiquant, Pablo Escobar.



*Pablo Escobar
raconté par son fils*



L'Académie



club illico

La plateforme de divertissement francophone préférée des Québécois avec

**360 000
abonnés !**

La servante écarlate



Les meilleures séries internationales, en français

Grâce à l'importante notoriété de Club illico, il est maintenant possible d'acquérir rapidement les droits des séries internationales les plus populaires sur la planète. Club illico peut ainsi offrir en exclusivité à ses clients les meilleures séries de l'heure, en français, et ce, peu de temps après leur diffusion dans leur langue d'origine. À titre d'exemples :

- *Survivant désigné (Designated Survivor)*
- *La servante écarlate (The Handmaid's Tale)*
- *Shooter : tireur d'élite (Shooter)*
- *National Geographic (série de 11 documentaires)*
- *La liste noire : Rédemption (The Blacklist: Redemption)*



VIDÉOTRON AFFAIRES : DES SOLUTIONS INTÉGRÉES SUR MESURE

Numéro 1 des entreprises d'ici, Vidéotron Affaires a connu en 2017 une croissance soutenue et rapide qui repose, comme pour le secteur résidentiel, sur une expérience client exceptionnelle et une gamme de services des plus complètes.

Vidéotron Affaires propose des solutions intégrées en matière d'Internet, de téléphonie d'affaires et mobile, de télédistribution, de réseaux privés et d'hébergement de données, conçues sur mesure par des équipes spécialisées pour répondre aux besoins précis des grandes entreprises et des PME. Plus que jamais, Vidéotron Affaires est le **guichet unique** par excellence pour les entreprises.

Internet Garanti : l'assurance d'une connexion fiable et performante pour les entreprises

Les entreprises dépendent d'une connexion Internet fiable et d'une continuité de service sans faille. Voilà pourquoi Vidéotron lançait, en exclusivité en 2017, le service **Internet Garanti**. En cas d'interruption du service filaire, le réseau LTE sans fil prend automatiquement le relais pour assurer la continuité de la connexion de façon fluide. Le retour à la connexion primaire s'effectue dès qu'elle est à nouveau disponible.

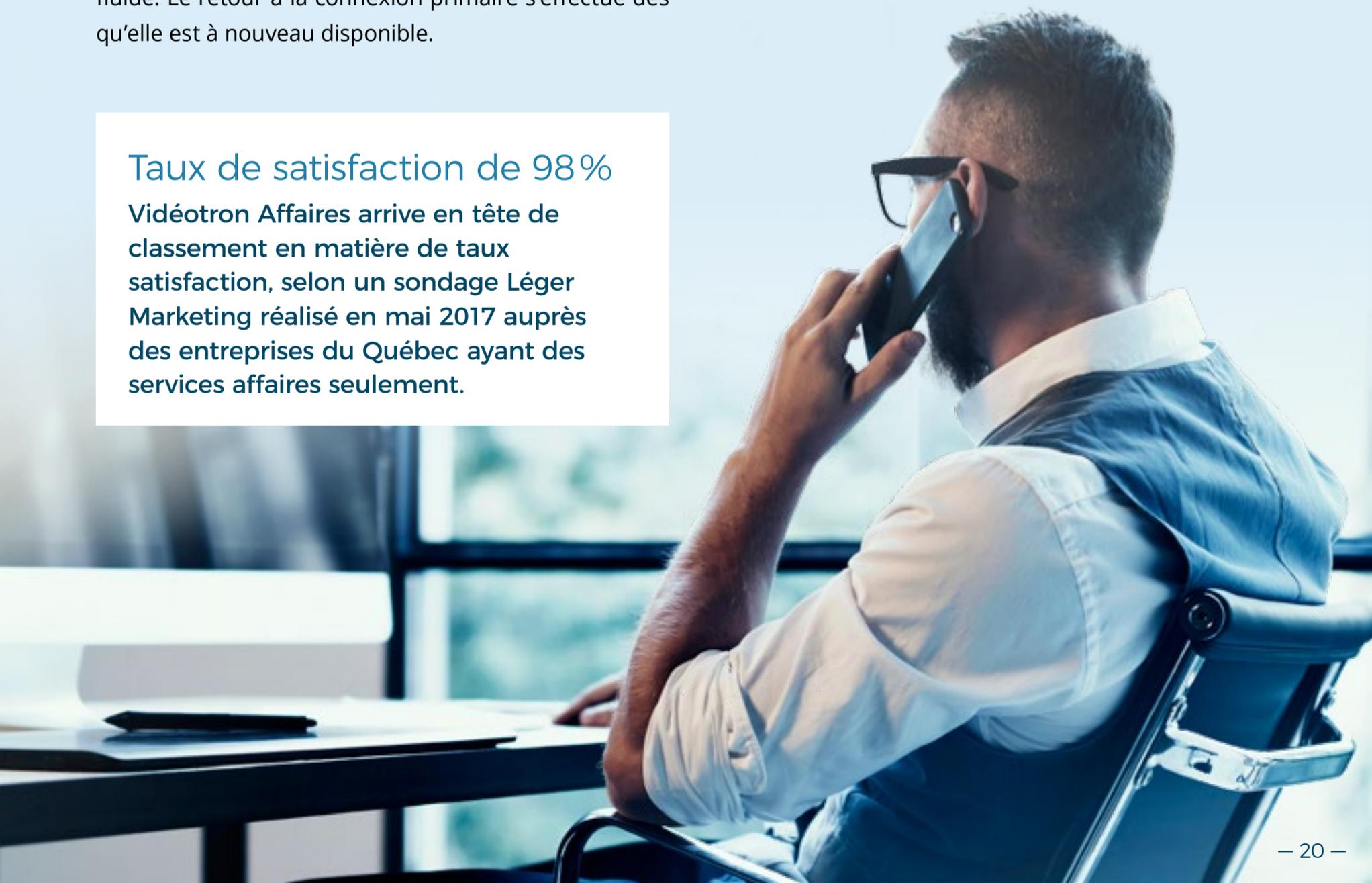
Taux de satisfaction de 98%

Vidéotron Affaires arrive en tête de classement en matière de taux de satisfaction, selon un sondage Léger Marketing réalisé en mai 2017 auprès des entreprises du Québec ayant des services affaires seulement.

Fournisseur

n° 1 pour les services de télécommunications affaires

Selon Léger Marketing, mars 2017



Une présence accrue dans le marché de la grande entreprise

Grâce aux expertises de ses filiales Fibrenoire – qui fournit des services de connectivité à très haut débit à plus de 2 500 entreprises – et les centres de données 4Degrés Colocation – un joueur incontournable en matière d'hébergement de données et d'infonuagique –, Vidéotron Affaires a poursuivi en 2017 la bonification de l'éventail de ses services et l'augmentation de sa présence dans le marché de la grande entreprise.

Vidéotron Affaires dessert désormais des entreprises de toute taille dans des secteurs aussi variés que la santé, l'aéronautique, les assurances et le jeu vidéo.

4Degrés Colocation augmente son offre de service avec des solutions infonuagiques

Les centres d'hébergement de données 4Degrés Colocation répondent aux besoins des entreprises qui recherchent constamment les solutions les plus fiables pour assurer en toutes circonstances la sécurité de leurs données, la continuité des affaires et, plus récemment, l'accès aux meilleurs services d'infonuagique publique.

En janvier 2017, 4Degrés Colocation a conclu une entente avec **Megaport (USA) Inc.**, chef de file mondial dans le domaine de l'interconnexion sécurisée. Ce partenariat permet aux entreprises d'accéder directement, rapidement et en toute sécurité aux plus grands fournisseurs d'infonuagique publique au monde.

En novembre 2017, grâce à l'interconnexion de ses deux centres de données de Montréal et de Québec, 4Degrés Colocation est devenue l'une des rares entreprises au Canada à obtenir la double et prestigieuse **certification Tier III Design et Construction** décernée par l'organisme indépendant Uptime Institute, référence internationale en matière de centres de données.



Centre de données
4Degrés Colocation
de Montréal

MAtv

Espace citoyen offert à la communauté par Vidéotron depuis 40 ans, MAtv reflète la diversité québécoise par une programmation utile, informative et éducative. La chaîne se démarque en effet par des projets proposés par des citoyens qui souhaitent mettre en lumière les intérêts de leur région, partager une passion, démontrer leurs talents.

Alimentée notamment par une équipe d'artisans passionnés et plus de 12 000 heures de bénévolat, MAtv et son réseau de télévisions communautaires partenaires ont produit près de 2 150 heures de programmation originale en 2017.

D'origine locale à 60 %, la programmation reflète la vie citoyenne, la culture locale, la diversité et le savoir-faire que l'on trouve dans toutes les localités du Québec où Vidéotron est présente.

MAtv, des émissions réalisées par et pour les citoyens de notre communauté

- *Mise À Jour* : exploration des grands enjeux de l'actualité des régions du Québec
- *Ère libre* : des aînés inspirés et inspirants traitent de divers aspects de leur vie (en collaboration avec la FADOQ)
- *Urban Nations* : la vie des autochtones qui vivent et travaillent à Montréal
- *Montrealers* : des personnalités montréalaises racontent leur parcours
- *Des chemins, des histoires* : le patrimoine de la région de Québec
- *Festival Country Saint-Antoine* : attirant plus de 25 000 visiteurs, l'événement fait rayonner la région du Bas-Saint-Laurent

Michèle Sirois
Ère libre



VIDÉOTRON LE SUPERCLUB ET MICROPLAY™

Dans un marché en perpétuelle transformation, Vidéotron a revu la mission des Vidéotron le superclub afin de les transformer en un véritable réseau de franchisés spécialisés dans la commercialisation des produits et services de télécommunications. Cette approche permet d'accroître la rentabilité et de réaliser des investissements afin d'améliorer constamment l'expérience client et l'offre de services.

Des investissements de près de 3,5 M\$ ont permis de maintenir et d'aménager de façon optimale l'espace en magasin pour la vente et le conseil quant aux produits de télécommunications. La nouvelle plateforme Web de Vidéotron le superclub et de Microplay™ a aussi contribué à améliorer l'expérience client numérique.

Grâce à l'ensemble de cette stratégie d'affaires, Vidéotron le superclub peut ainsi conserver son leadership comme destination de choix en matière de divertissement, comme il le fait depuis près de 30 ans.

A man with a beard is sitting on a bench at night, illuminated by a blue light. He is holding a laptop and talking on a mobile phone. The background is dark with some blurred lights.

MÉDIA

- Télédiffusion
- MELS
- Québecor Contenu
- Journaux
- Magazines
- Affichage
- Numérique
- Livres
- Musique



TÉLÉDIFFUSION

Plus que jamais numéro 1, Groupe TVA a enregistré en 2017 des parts de marché de 37,3 % pour le Réseau TVA et ses chaînes spécialisées, un résultat nettement supérieur à celui de ses concurrents. En outre, Groupe TVA a investi plus de 261 M\$ en émissions canadiennes.

RÉSEAU TVA : LE PLUS REGARDÉ PAR TOUTES LES GÉNÉRATIONS

Le Réseau TVA est le plus regardé au Québec. Il se classe au premier rang, pour toutes les générations, tous les jours de la semaine. Son auditoire est supérieur à celui combiné des deux autres réseaux généralistes francophones.

Signe de son caractère rassembleur, le Réseau TVA multiplie les émissions « millionnaires », comptant 13 de ses émissions au top 20 de 2017, toutes chaînes confondues. Soulignons que 91 % de l'écoute se fait en direct, un score plus élevé que celui des autres chaînes.

Par ailleurs, l'écoute en direct et le nombre de visionnements d'émissions en rattrapage sur la plateforme *TVA.ca* a poursuivi sa croissance depuis son lancement en novembre 2016. Elle répond à un besoin résultant des changements de comportements liés aux nouvelles habitudes d'écoute des téléspectateurs.



« Groupe TVA a investi plus de 261 M\$ en émissions canadiennes et poursuit son engagement envers la production de contenus originaux, qui reflètent notre culture et nous rassemblent. »

France Lauzière

Présidente et chef de la direction, Groupe TVA
Chef du contenu, Québecor Contenu

Quelques émissions phares du Réseau TVA

- **La Voix** : le rendez-vous familial le plus écouté de la télé québécoise pour une cinquième saison, atteignant une moyenne de près de 2,3 millions d'inconditionnels, soit 54,5% des parts de marché.
- **La Voix Junior** : pour une deuxième année consécutive, le rendez-vous télévisuel le plus populaire de l'automne avec 1 890 000 téléspectateurs en moyenne, dont près de 37% des parts de marché chez les 18-34 ans.
- **L'Heure bleue** : les comédiens Céline Bonnier et Benoît Gouin de ce drame familial ont attiré en moyenne 1 206 000 téléspectateurs durant la saison hivernale 2017.
- **La vraie nature** : 1 053 000 personnes ont participé au rendez-vous authentique et sans artifice proposé par Jean-Philippe Dion avec des personnalités au parcours hors du commun.
- **Lâchés lousSES** : une moyenne de plus de 930 000 personnes ont constaté la redoutable efficacité de l'hypnose lors de ce spectacle télévisuel mettant en vedette Charles Lafortune et Messmer.
- **Boomerang** : 1 142 200 téléspectateurs se sont réunis chaque semaine pour suivre les hauts et les bas drôles et émouvants du couple Karine et Patrick.
- **Conversation secrète** : une moyenne de 988 000 téléspectateurs ont suivi cette série documentaire événementielle, animée par Paul Arcand, qui se distingue par ses invités exceptionnels.
- **Le Tricheur** : réunissant plus de 962 000 téléspectateurs, la 1 000^e émission a attiré près de 40% des parts de marché le vendredi 10 novembre.



© MARI PHOTOGRAPHE



La Voix

Salut Bonjour!: 30 ans déjà!

En janvier 2017, l'émission *Salut Bonjour!* fêtait ses 30 ans. L'animateur Gino Chouinard, pour sa part, célébrait son 10^e anniversaire à la barre de cette émission qui atteint plus de 44 % des parts de marché en semaine et près de 36% durant le weekend.



Numéro 1 en information, à la télé et sur le Web

Présentés par les chefs d'antenne **Pierre Bruneau, Sophie Thibault** et **Pierre Jobin**, l'ensemble des bulletins d'information du Réseau TVA sont de loin les plus suivis au Québec, dominant chacun leurs créneaux respectifs et regroupant plus de 4,6 millions de téléspectateurs par semaine.

LCN est la chaîne d'information spécialisée la plus regardée au Québec et se classe au quatrième rang de toutes les chaînes francophones, y compris les chaînes généralistes, avec 5% des parts de marché. À l'occasion de sa couverture de l'ouragan *Irma*, LCN a battu un record d'écoute en récoltant environ 13% des parts de marché, deux fois plus que sa chaîne spécialisée rivale.

Sur le Web, la page Facebook de *TVA Nouvelles* est le média d'information le plus suivi des Québécois, rejoignant chaque jour une moyenne de plus de 1,5 million de personnes.

LCN



CHAÎNES SPÉCIALISÉES DE GROUPE TVA : LES PLUS REGARDÉES PAR LES QUÉBÉCOIS

La part de marché des chaînes spécialisées de Groupe TVA est de 13,2%, qui comprend les chaînes de divertissement, de sports et d'information.

■ **TVA Sports** est la chaîne sportive qui a connu la plus forte croissance d'écoute, soit une augmentation de 37% de 2015 à 2017. Au printemps 2017, la chaîne a enregistré les meilleures cotes d'écoute pour une finale des séries de la Coupe Stanley depuis 2008 alors que 1 216 000 téléspectateurs assistaient à la victoire des Penguins de Pittsburgh. Des ententes avec la Ligue nationale de hockey (LNH), la Major League Baseball (MLB) et les Blue Jays de Toronto, la Major League Soccer (MLS) et l'Impact de Montréal, la Coupe Rogers, la Coupe Laver et la World Wrestling Entertainment (WWE) se traduisent pour les abonnés de la chaîne par une offre des plus complètes en matière de sport, et ce, 12 mois par année.

■ **LCN**, la chaîne d'information a célébré en 2017 son 20^e anniversaire. Des émissions telles que **La joute**, **Le Québec matin**, **Mario Dumont** ou encore **Denis Lévesque** attirent un public fidèle.

■ **Prise 2** est la chaîne spécialisée de divertissement qui a enregistré la plus forte progression de son auditoire. Elle a connu durant l'été 2017 un sommet historique avec une part de marché hebdomadaire de 2,8%. Le nombre de téléspectateurs de 25 à 54 ans a augmenté de 40% entre l'automne 2016 et l'automne 2017.



■ **CASA**, s'avère la meilleure chaîne francophone, loin devant ses compétiteurs, en ce qui a trait à l'immobilier et la rénovation. Elle propose notamment de nouvelles productions originales telles que **Du cœur et des bras**, avec Hugo Girard et Valérie Taillefer, **Le monde selon Chuck**, avec Chuck Hughes, et **Rêvons maisons**, avec Valérie Taillefer.

■ Sur **addikTV**, vouée à la diffusion de grandes séries de fiction, la première saison de **Blue Moon** a été la deuxième émission la plus regardée parmi l'ensemble des chaînes spécialisées de divertissement francophones au Québec, à l'hiver 2017.

■ Grâce à des émissions telles que **BAM**, **Hank Zipzer**, **L'autre Royaume** et **Harry Danger**, la chaîne **Yoop** a enregistré une augmentation de 54% de son auditoire chez les 8-12 ans.

■ **MOI&cie** a rayonné dans les médias en présentant des émissions qui ne laissent personne indifférent et qui inspirent, telles que la série docu-réalité **Face à la rue**, qui traite de l'itinérance, et la série documentaire **Tu ne m'as pas tuée** dans laquelle des gens racontent le drame familial qu'ils ont vécu.

TVA FILMS

Avec plus de 1 000 titres à son catalogue, offrant des contenus aussi variés que des films québécois et étrangers, des séries, des spectacles d'humour et des documentaires, TVA Films est depuis près de 20 ans l'un des acteurs les plus importants du marché de la distribution de contenus audiovisuels sur le marché canadien.

Marketing, promotion, ventes : l'équipe de TVA Films s'occupe de toutes les étapes de la commercialisation des produits de son catalogue.

TVA Films accorde une importance particulière au rayonnement des artistes québécois en assurant la distribution de leurs produits sur différentes plateformes notamment en vidéo sur demande (VSD), en DVD, sur Internet et en salle. En 2017, entre autres, des artistes tels que **Emmanuel Bilodeau**, **Olivier Martineau** et **Daniel Lemire** ont pu profiter du professionnalisme de l'équipe, tout comme les artisans des séries *L'imposteur* et *L'Heure bleue*.

TVA Films a aussi offert aux cinéphiles des produits internationaux de haute qualité, notamment les films français *Mal de pierres* et *La danseuse*, ainsi que le film britannique *Lady Macbeth*, offerts en salle, en VSD, en DVD, à la télé et en format numérique.

TVA Films poursuit son développement stratégique en jouant un rôle actif pour offrir davantage de contenu à ses clients sur une éventail de plateformes.



MELS

Reconnue à l'échelle internationale et récompensée par de multiples prix prestigieux, MELS offre une gamme complète de services pour le cinéma, la télévision et la publicité.

En 2017, la qualité exceptionnelle de ses services en montage sonore et en conception d'effets visuels a valu à MELS un important rayonnement international. Le film *L'Arrivée* (*Arrival*) de Denis Villeneuve a remporté le prix du Meilleur son aux BAFTA Awards. Le film *10 secondes de liberté* (*RACE*) a raflé trois prix Écrans canadiens dans les catégories Meilleurs effets visuels, Meilleur montage sonore et Meilleur son d'ensemble. Le film *Two Lovers and a Bear* de Kim Nguyen s'est également distingué en obtenant le prix Iris pour le meilleur son lors du Gala Québec Cinéma.

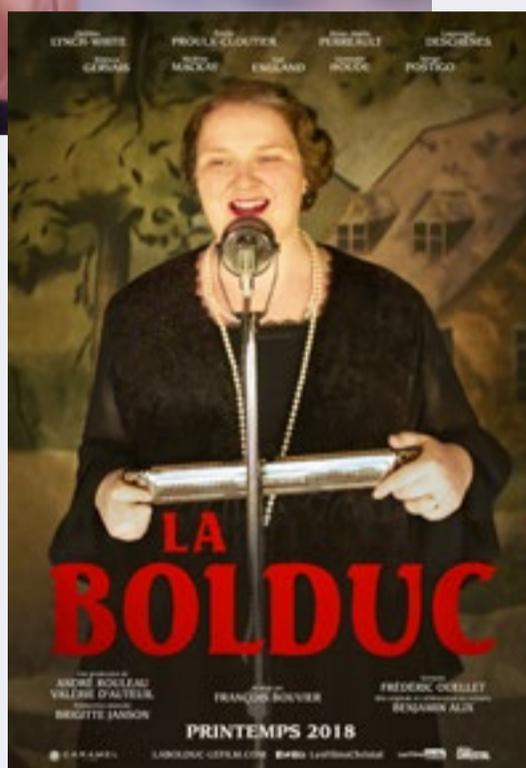
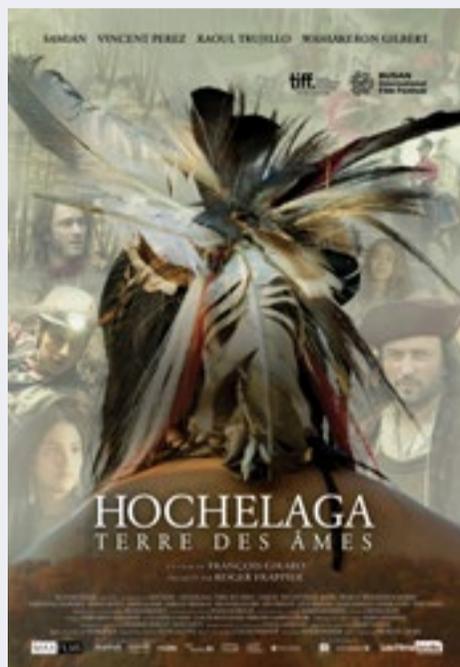
De plus, MELS a remporté, au début de 2018, deux prix Écrans canadiens pour le film *Hochelaga, terre des âmes* réalisé par François Girard, dans les catégories Meilleurs effets visuels et Meilleur son d'ensemble.



L'Arrivée

10 secondes de liberté

Fugueuse



MELS en 2017 : une année florissante en projets

Postproduction : 13 longs métrages, 20 séries télé,
5 téléfilms, 9 projets pour Éléphant :
mémoire du cinéma québécois

Services sonores : 21 longs métrages, 20 séries télé,
6 téléfilms, 7 publicités

Effets visuels : 40 longs métrages et séries télé,
14 productions publicitaires

**Sous-titrage et
vidéodescription :** 210 projets majeurs

Doublage : 48 séries et 5 téléfilms

Publicité : 390 projets

Distribution : une croissance de 15,2 %
des revenus, par rapport à 2016

Encore une fois en 2017, les meilleurs artisans du film et de la télé se sont donné rendez-vous dans les studios MELS pour tourner de très nombreuses productions d'envergure et de qualité internationale. En voici quelques exemples.

PRODUCTIONS QUÉBÉCOISES

Blue Moon – saison 3

La Bolduc

La Voix – saison 2

Victor Lessard – saison 2

Cheval-Serpent – saison 1

District 31 – saison 2

Fugueuse – saison 1

Triomphe de l'argent

L'échappée – saison 2

L'imposteur – saison 2

PRODUCTIONS INTERNATIONALES

La vérité sur l'Affaire Harry Quebert

X-Men: Dark Phoenix

The Bold Type – season 1

The Gift

Jack Ryan – season 1

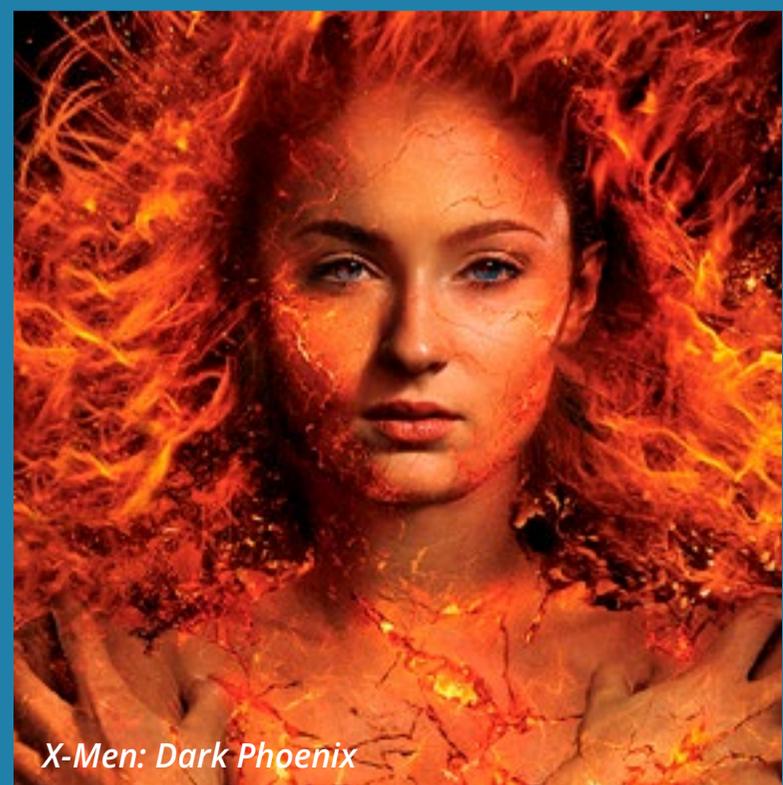
Chaos Walking

Flarsky

40 North

On the Basis of Sex

Cash Nexus



X-Men: Dark Phoenix



QUÉBECOR CONTENU

À l'heure où les Québécois peuvent accéder à des contenus de qualité provenant du monde entier, Québecor Contenu joue un rôle déterminant. Sa mission est d'offrir le meilleur contenu d'ici sur l'ensemble des plateformes de Québecor, tout en acquérant les droits des meilleures productions internationales.

Québecor Contenu agit ainsi comme un tremplin important pour les producteurs et artistes québécois : d'une part, en développant et en diffusant un maximum de productions originales d'ici sur les plateformes les plus populaires au Québec, et, d'autre part, en maximisant les possibilités d'exportation grâce à ses liens d'affaires avec les plus grands joueurs mondiaux de l'industrie du cinéma et de la télé.

Déployer le talent d'ici

En 2017, Québecor Contenu a collaboré au développement et à la production de **73 projets originaux** de toutes natures sur les plateformes de Groupe TVA et de Club illico. Plusieurs formats porteurs ont été mis en production, tels que *Fugueuse*, *En tout cas*, *Victor Lessard*, *Mensonges*, *Face à la rue*, *Tu ne m'as pas tuée*, *Bouffe MTL*, *L'Académie*, *Pablo Escobar raconté par son fils*, sans oublier l'adaptation de formats à succès des émissions *Conversation secrète*, *La vraie nature*, *Lâchés lousSES* et *Face au mur*.

L'acquisition de contenus jeunesse n'est pas en reste : plus de 70 marques sont offertes sur les plateformes de Québecor. En 2017, Québecor Contenu a notamment collaboré au développement et à la production de *BAM*, une émission jeunesse mettant en vedette le dessinateur Tristan Demers sur la chaîne Yoopa.



Lâchés lousSES

Le film québécois et canadien bénéficie aussi du soutien de Québecor Contenu qui a fait l'achat, en 2017, des droits de deux films de réalisateurs québécois, soit le plus récent film de Xavier Dolan, *The Death and Life of John F. Donovan*, ainsi que *Gut Instinct*, réalisé par Daniel Roby, produit par Caramel Film et comptant parmi la distribution Antoine Olivier Pilon (1:54).

Les productions québécoises à la conquête des marchés internationaux

Ouvrir notre télé sur le monde, c'est l'opportunité de réinjecter de l'argent frais dans l'industrie culturelle québécoise et de mieux la financer.

En 2017, à la suite d'ententes internationales :

- les séries *Victor Lessard* et *Mensonges* sont maintenant en développement au Canada anglais et aux États-Unis ;
- la série *Pour Sarah* est en développement en France. Une émission pilote pour le format *Sur invitation seulement* a aussi été réalisée dans ce pays ;
- la série documentaire *Pablo Escobar raconté par son fils* a été vendue à des diffuseurs majeurs d'une vingtaine de pays, dont les États-Unis, la France et la plupart des pays d'Amérique latine.

En primeur pour les plateformes de Québecor : les meilleures séries internationales

Au cours des dernières années, grâce au développement et à l'acquisition de nombreuses productions à succès de Québecor Contenu, les plateformes de Québecor ont connu une popularité croissante, particulièrement en ce qui concerne Club illico.

Cette notoriété permet aujourd'hui à Québecor Contenu de négocier rapidement, et en exclusivité, les droits de diffusion en français des meilleures séries à l'échelle planétaire.

Ainsi, plus d'une trentaine de séries de fiction ont pu être diffusées en primeur sur les plateformes de Québecor, notamment *La servante écarlate*, *La pécheresse*, *Shooter : tireur d'élite*, *S.W.A.T.* et *Survivant désigné*.

La marque de grande renommée *National Geographic* a également fait son apparition tout comme, entre autres, les populaires émissions *Maison à gagner* et *Kids vs Wild – Seuls face à la nature*.



© MARI PHOTOGRAPHE





JOURNAUX

JOURNAUX DE QUÉBECOR : LES PLUS LUS AU QUÉBEC

Le Journal de Montréal, Le Journal de Québec et le quotidien gratuit **24 heures** comptent chaque semaine plus de quatre millions de lecteurs, toutes plateformes confondues. Plus de 55% des Québécois choisissent de s'y informer.

Grâce à leurs différentes plateformes numériques, les journaux de Québecor font figure de chefs de file dans le monde des nouveaux médias au Québec. Avec une portée de plus de 4,1 millions de visiteurs uniques par mois, journaldemontreal.com et journaldequebec.com trônent désormais **au sommet des sites Web d'information multiplateformes francophones au Canada.**

Alors que certains concurrents choisissent de délaissier les lecteurs qui veulent toujours lire des journaux imprimés, les journaux de Québecor ont au contraire bonifié leur édition papier en y ajoutant de nombreux nouveaux contenus, particulièrement dans les éditions du samedi et du dimanche. Voyages, livres, reportages internationaux, grands débats d'idées, sports : les lecteurs du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec* sont mieux servis que jamais !



« Alors que certains concurrents choisissent de délaissier les lecteurs qui veulent toujours lire des journaux imprimés, les journaux de Québecor ont au contraire bonifié leur édition papier. »

Lyne Robitaille

*Vice-présidente principale, Journaux, Magazines, Distribution et Imprimerie, Québecor
Présidente et éditrice, Le Journal de Montréal*



Le Journal de Montréal: numéro 1 au Québec

Comptant quelque 2 962 000 lecteurs chaque semaine sur toutes ses plateformes, *Le Journal de Montréal* continue de dominer toute concurrence. À elle seule, l'édition papier rejoint 2 344 000 lecteurs chaque semaine.

Le Journal de Montréal est maintenant le seul quotidien papier francophone d'envergure publié 7 jours sur 7 dans le marché de Montréal, en plus d'offrir à ses lecteurs de s'informer sur la plateforme de leur choix.

Le Journal de Québec: un 50^e anniversaire couronné de succès

En 2017, *Le Journal de Québec* a souligné son 50^e anniversaire avec plusieurs initiatives pour célébrer sa fondation et rendre hommage à Pierre Péladeau, qui a érigé Québecor grâce aux succès de ses journaux.

À la faveur d'un record de 1 640 000 lecteurs chaque semaine, toutes plateformes confondues, *Le Journal de Québec* rejoint aujourd'hui plus du double de lecteurs que son plus proche concurrent.

Le 24 heures: rejoindre les milléniaux urbains

Misant sur sa grande distribution sur l'île de Montréal, le journal gratuit *24 heures* rejoint 1 027 000 lecteurs chaque semaine, toutes plateformes confondues. Plus de 35% de son lectorat est âgé de moins de 35 ans, 74% ont complété des études collégiales ou universitaires et 41% ont une langue maternelle autre que le français.



BUREAU D'ENQUÊTE

L'équipe aguerrie du Bureau d'enquête a de nouveau frappé juste en 2017. Elle a multiplié les reportages journalistiques, mis à jour des dépenses publiques inconsidérées, exposé des liens politiques douteux, débusqué des fraudeurs et informé la population sur des pratiques que certains auraient préféré garder dans l'ombre. En plus de faire l'ouverture des bulletins de *TVA Nouvelles* à plusieurs reprises, ses enquêtes ont figuré abondamment à la une des publications de Québecor, dont 120 fois en page frontispice du *Journal de Montréal* pendant l'année.



AGENCE QMI

Au service des médias de Québecor, Agence QMI, qui fêtera en 2018 ses 10 années d'existence, produit du contenu journalistique écrit et visuel tant pour le Web, l'imprimé que la télévision. Forte d'une équipe expérimentée de journalistes et de photographes, elle a continué en 2017 à transmettre sur son fil de presse des textes crédibles et de qualité ainsi que des photos collées à l'actualité. Politique, affaires, faits divers, culture, sports, Agence QMI a couvert un grand éventail de sujets et d'événements.

DISTRIBUTION : MESSAGERIES DYNAMIQUES EN TÊTE !

Messageries Dynamiques est le premier distributeur de journaux et de magazines au Québec. L'entreprise a distribué, en 2017, 35 millions de magazines répartis sur **4 800 titres différents**, y compris les très populaires *7 Jours*, *La Semaine*, *Allô Vedettes*, *Paris Match*, *Ricardo*, *Coup de pouce*, *ELLE Québec*, *Châtelaine*, *Science & Vie* et le trimestriel *Trois fois par jour*.

Messageries Dynamiques a aussi assuré en 2017 la distribution de 48,9 millions d'exemplaires de journaux,

dont *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec* et *Le Devoir*. Son réseau de distribution compte 12 400 points de vente chez les détaillants, en plus de rejoindre quotidiennement 215 480 foyers.

Géré par Messageries Dynamiques, le centre d'appel du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec* a reçu en 2017 quelque 6 200 appels par semaine, en plus d'avoir intégré avec succès les 1 300 appels hebdomadaires des abonnés de certains magazines.



MAGAZINES

TVA PUBLICATIONS : ÉDITEUR NUMÉRO 1 AU QUÉBEC ET UN INCONTOURNABLE AU CANADA, TOUJOURS EN CROISSANCE !

Grâce à des marques de plus en plus fortes, TVA Publications a rejoint 3,3 millions de francophones et 7,6 millions d'anglophones en 2017. Dans un contexte où l'industrie des magazines affiche un bilan stable, le nombre de lecteurs des magazines de TVA Publications a augmenté en 2017, tant pour le lectorat multiplateforme que pour l'imprimé. Les magazines de TVA Publications ont rejoint 2,3 millions de milléniaux, un créneau très prisé par les annonceurs. Tous titres confondus, TVA Publications a produit 468 publications en 2017.

Mode

ELLE Canada, en version anglaise, et **Clin d'œil**, en version française, sont les magazines de mode les plus populaires au pays. **ELLE Québec** est le magazine de mode le plus lu par les femmes de 25 à 54 ans. Ces deux magazines rejoignent plus de 970 000 personnes chaque mois.

Art de vivre

Avec 4,2 millions de lecteurs toutes plateformes confondues, **Canadian Living** est le magazine le plus populaire chez les femmes canadiennes. Côté francophone, **Coup de pousse** est le magazine style de vie le plus lu, avec près de 1,5 million de lecteurs multiplateformes. **Good Times** (616 000 lecteurs) et **Bel âge** (952 000 lecteurs) complètent l'offre de contenu de TVA Publications dans ce créneau.





TVA Publications se démarque au concours Canadian Online Publishing Awards

- **Coup de pouce** : prix OR, meilleur site de service
- **Coup de pouce** : prix ARGENT, meilleure solution numérique
- **ELLE Québec** : prix ARGENT, meilleur article ou série – style de vie
- **ELLE Canada** : prix ARGENT, meilleur contenu vidéo
- **Clin d'œil** : prix ARGENT, meilleure campagne en ligne

Décoration

Style at Home est le magazine de décoration de langue anglaise le plus lu par les femmes de 18 à 54 ans, tandis que **Les idées de ma maison** est la référence en décoration pour plus de 758 000 lecteurs.

Actualité artistique

Près de 1,3 million de lecteurs suivent l'actualité artistique en lisant les magazines de TVA Publications, notamment le magazine **7 Jours** qui rejoint à lui seul 574 000 lecteurs.

Sports

Avec 1,5 million de lecteurs toutes plateformes confondues, **The Hockey News**, véritable référence dans le domaine sportif au Canada, a été vendu à Roustan Media en janvier 2018.



AFFICHAGE

Chef de file en affichage au Québec avec 43 % de parts de marché, le secteur Affichage de Québecor est un joueur incontournable pour les annonceurs nationaux, régionaux et locaux.

Depuis la conclusion d'ententes avec la Société de transport de **Montréal** (2012), la Société de transport de **Laval** (2014), la Société de transport de **Lévis** (2015) et la Société de transport de **Sherbrooke** (2018), Québecor assure l'installation, l'entretien et l'exploitation publicitaire de leurs abribus et autobus, offrant plus de 7 200 faces publicitaires. En outre, grâce à son entente avec Taxelco (2016), le secteur Affichage propose aux annonceurs une plateforme publicitaire complémentaire, soit l'affichage sur près de 100 dômes des véhicules électriques **Téo Taxi**.

En 2017, Québecor a installé 180 nouveaux abribus standards et ajouté 30 abribus numériques sur le territoire de la Société de transport de Montréal, portant leur nombre à 3 062 abribus standards et 105 abribus numériques. Ainsi, c'est environ 60 % du parc d'abribus qui a été modernisé par l'installation de nouvelles structures.

Plusieurs campagnes publicitaires se sont démarquées grâce à l'innovation que permet les abribus. Supportés par une équipe d'experts du secteur Affichage, les

annonceurs ont exploité les structures en créant des œuvres spectaculaires, en ajoutant de la musique et du marketing olfactif ou encore en faisant de l'échantillonnage à proximité du site. Par exemple, dans le cadre des festivités du 375^e anniversaire de Montréal, plusieurs abribus ont été habillés pour marquer les parcours du projet *Escales découvertes* du tracé fondateur de Montréal. De plus, deux campagnes ont été réalisées pour les restaurants McDonald's, dont une qui a remporté un Grand Prix Boomerang dans la catégorie Grand prix interface interactive autre que web et mobile.

Plus de
7 200 faces
publicitaires



NUMÉRIQUE

QUÉBECOR RENFORCE SA PRÉSENCE NUMÉRIQUE

La nouvelle équipe numérique de Québecor, mise en place en 2017, a connu une croissance vigoureuse, passant de 20 employés à plus d'une centaine en fin d'exercice. Centre d'expertise et d'innovation en numérique, elle poursuit deux objectifs stratégiques importants :

- assurer la gestion et le développement de l'ensemble des sites Web des filiales de Québecor, tout en les appuyant dans leurs efforts pour innover constamment ;
- créer de nouvelles marques numériques s'adressant à un public plus jeune et scolarisé.

Nouveaux contenus commerciaux numériques

Une équipe de gestion et de production de contenu numérique a été mise sur pied afin de travailler – de concert avec la Régie publicitaire de Québecor – à la création de stratégies et de contenus natifs et commandités, en plus de se spécialiser dans le marketing de contenu, au bénéfice des clients-annonceurs de Québecor.

Nouvelles marques numériques visant les 35 ans et moins

Afin de joindre des auditoires plus jeunes, plusieurs nouvelles marques numériques ont été créées telles que *Tabloïd*, *Billie Jean*, *Silo 57*, *Pèse sur Start* et *Se partir une page de mèmes ironiques* en 2017. L'exploitation de la marque **Le Sac de Chips**, créée en 2013, a été portée à de nouveaux sommets grâce au développement de projets d'émissions de télé et de contenus commerciaux. De plus, la fameuse marque **En 5 minutes** du *Journal de Montréal* a été développée davantage à l'aide des technologies numériques.



Québecor au sommet des sites Web d'information

L'offensive numérique de Québecor est particulièrement efficace. Dans le domaine de l'information, ses sites Web connaissent une croissance impressionnante, permettant au *Journal de Montréal* et au *Journal de Québec* d'atteindre le premier rang parmi ses concurrents multiplateformes en information.

Sites numériques Québecor	NOMBRE DE VISITEURS UNIQUES PAR MOIS	
	Novembre 2017	Variation depuis novembre 2016
<i>Le Journal de Montréal</i>	3 802 289	26 %
<i>TVA Nouvelles</i>	3 548 804	34 %
<i>Le Journal de Québec</i>	1 999 636	29 %
Totalité des sites Québecor, secteur Média	7 226 939	5 %

GOJI : SOUTENIR LES YOUTUBEURS

Goji est un collectif de talents qui compte désormais une trentaine de créateurs de contenu vidéo en ligne (les youtubeurs), pouvant bénéficier de soutien à la création et d'un accompagnement personnalisé dans la croissance de leur audience et le développement de leurs projets.

En 2017, entre autres réalisations, Goji a accueilli **Catherine Francœur**, l'une des youtubeuses les plus suivies au Québec, avec sa chaîne **girlyaddict** qui enregistre une audience de plus d'un million d'abonnés. Pour une deuxième année consécutive, un créateur de Goji a remporté le prix Numix dans la catégorie Production websérie - Youtuber, soit Guillaume Duranceau-Thibert avec sa chaîne **Guillaume sans destination**. Par ailleurs, la chaîne **Topsicle Cinéma**,

lancée en 2017, comptait déjà plus de 58 000 abonnés en fin d'année et ses vidéos avaient été visionnées plus de 7,5 millions de fois.

Plusieurs émissions de télé ou webséries ont été développées autour des concepts des créateurs, notamment **Destination jardin avec Guillaume** et **Saint Crème la série**, toutes deux sur CASA.

En plus de travailler à l'édition d'un livre, les créateurs de Goji ont participé à plusieurs émissions de télé telles que *La clique de Maripier*, *La Voix Junior*, *Salut, Bonjour !*, *Deux filles le matin* et *Vlog*.

Guillaume Duranceau-Thibert



LIVRES

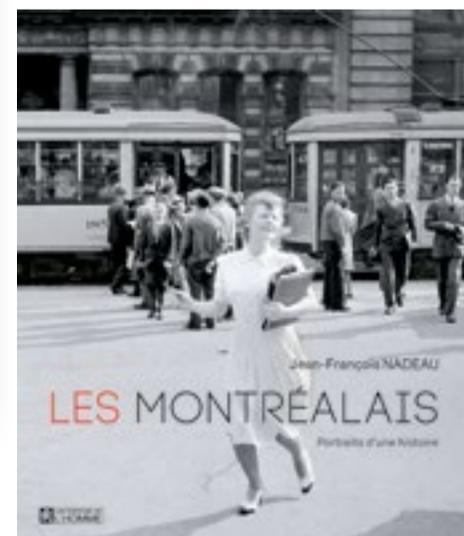
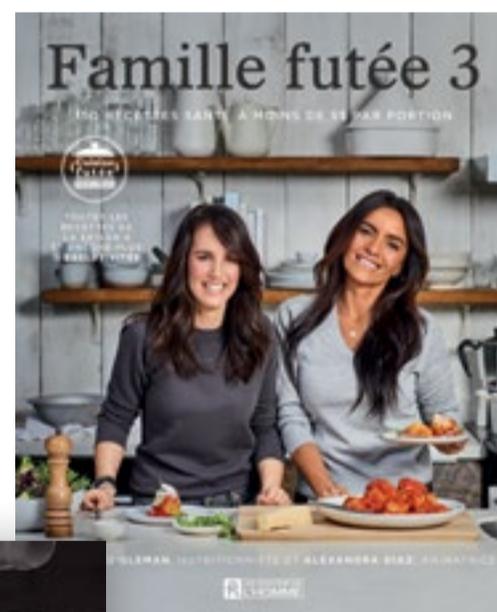
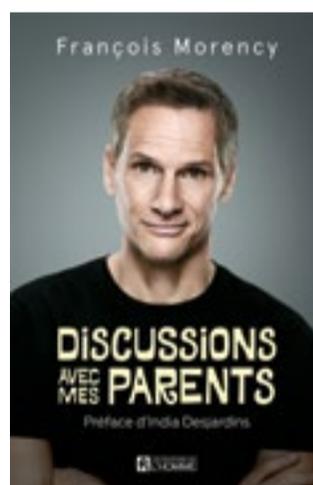
Le secteur Livres de Québecor est constitué du plus important groupe d'édition de littérature générale au Québec et d'un chef de file de l'édition scolaire, Les Éditions CEC. Ses 19 maisons d'éditions ont publié plus de 310 nouveautés en version papier en 2017.

GROUPE HOMME

Les ouvrages publiés par Les Éditions de l'Homme se sont mérités de multiples prix et distinctions, notamment le prix Marcel-Couture du Salon du livre de Montréal pour le livre *Les Montréalais – Portraits d'une histoire* de Jean-François Nadeau.

Trois des ouvrages de cette maison d'édition apparaissent sur la liste des 20 meilleurs vendeurs québécois de l'année, soit *Famille futée 3* de la nutritionniste Geneviève O'Gleman et de l'animatrice Alexandra Diaz ; *Le guide de l'auto 2018* des auteurs Denis Duquet, Gabriel Gélinas, Marc Lachapelle et Daniel Melançon ; et *Discussions avec mes parents* de l'humoriste François Morency. Soulignons également la parution du tome 3 de la collection Archéologie du Québec intitulé *EAU – Dans le sillage du temps*, en partenariat avec le ministère de la Culture et des Communications ainsi que Pointe-à-Callières, cité d'archéologie et d'histoire de Montréal.

La collection biographique (rayon jeunesse) *Raconte-moi* des Éditions Petit Homme, qui explique aux enfants les vedettes et les célébrités, connaît un important succès. En 2017, des titres portant sur Xavier Dolan, les sœurs Dufour-Lapointe, Martin Matte, Yan England et Pierre Lavoie ont notamment été publiés.

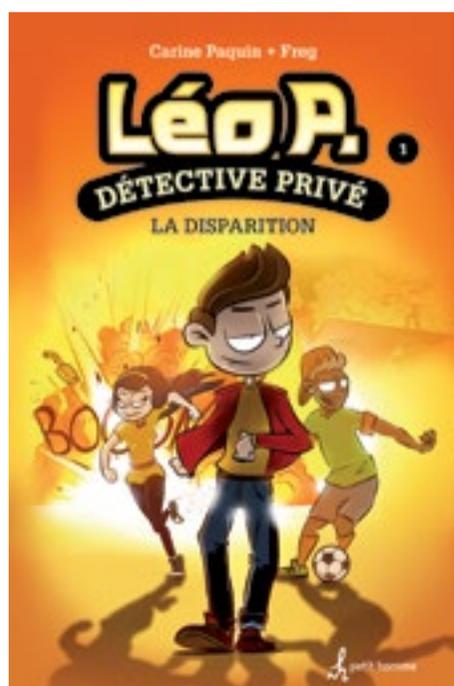
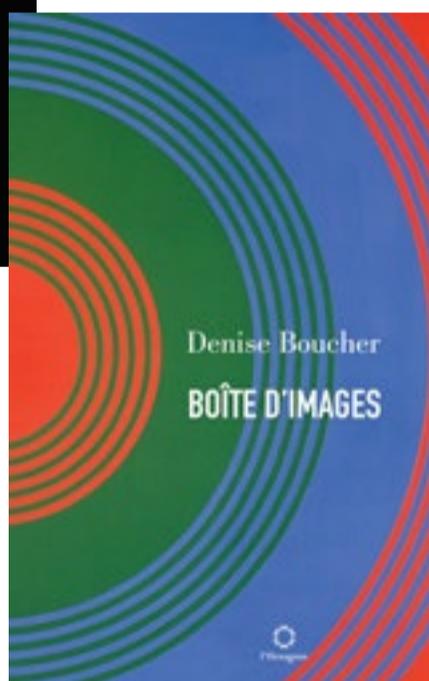


LE GROUPE VILLE-MARIE LITTÉRATURE

Les maisons d'édition du Groupe Ville-Marie Littérature se sont illustrées de multiples manières en 2017.

Les Éditions de La Bagnole, maison de littérature jeunesse, ont encore une fois connu un grand succès public et critique, avec des ouvrages primés ou sélectionnés pas moins de 32 fois dans divers concours littéraires. C'est notamment le cas de *Même pas vrai*, de Larry Tremblay et illustré par Guillaume Perreault ainsi que de *Fred Petitchatminou*, de Christiane Duchesne et Marion Arbona.

Aux Éditions du Journal, le livre-enquête journalistique *Le Livre noir des Hells Angels* a également connu un grand succès. Éditeur de poésie réputé, Les Éditions de l'Hexagone ont notamment fait paraître le recueil *Boîte d'images* de Denise Boucher, qui a d'ailleurs remporté le Grand Prix Québecor du Festival international de la Poésie de Trois-Rivières, assorti d'une bourse de 15 000 \$.



GROUPE LIBREX

L'auteure Kim Thúy a été particulièrement active en 2017 aux Éditions du Trécarré. Elle a collaboré à l'ouvrage *L'autisme expliqué aux non-autistes*, des auteures Brigitte Harrison et Lise St-Charles et a publié un livre de cuisine, *Le secret des Vietnamiennes*. Les droits de traduction de ces deux livres ont été acquis, entre autres, par la France, le Canada anglais, l'Italie, la Suède et l'Allemagne.

La palme du meilleur vendeur dans la catégorie Biographie est revenue pour une quatrième année consécutive aux Éditions Libre Expression avec *Le monstre - La suite*, d'Ingrid Falaise. Jean-Marie Lapointe, quant à lui, poursuit sa réflexion sur l'itinérance avec *Être face à la rue*, inspiré de la série sur la chaîne MOI&cie.

L'auteur à succès Denis Monette tire sa révérence après avoir publié un dernier opus aux Éditions Logiques, *Les enfants de Mathias*. Au cours de sa prolifique carrière, il a publié 27 livres et vendu plus d'un million d'exemplaires.

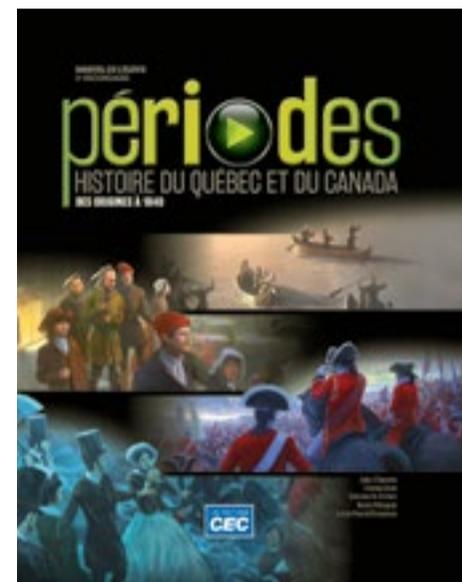


LES ÉDITIONS CEC

Chef de file de l'édition scolaire depuis plus de 60 ans, Les Éditions CEC ont vu leurs revenus augmenter de 9,4 %, tandis que ceux générés par le numérique ont affiché une hausse de 33 %. Plus de 160 000 enseignants et étudiants fréquentent la plateforme de diffusion de contenu numérique *MaZoneCEC*, conçue pour les programmes scolaires du Québec et une des plus utilisées dans les écoles primaires et secondaires.

Parmi les ouvrages importants publiés en 2017 :

- **Périodes**, une collection destinée à l'enseignement du programme de formation *Histoire du Québec et du Canada* en 3^e et 4^e secondaire et le choix préféré des enseignants responsables de l'application de ce programme.
- **Mes dossiers**, un ensemble didactique de six fascicules destinés à l'enseignement du nouveau cours *Éducation financière* en 5^e secondaire.
- **Parenthèse**, une nouvelle collection de français développée spécifiquement pour l'éducation aux adultes en 3^e secondaire.
- **Rendez-vous sans fautes**, conçu pour les étudiants du cours *Renforcement du français* au niveau collégial.



Les maisons d'édition de Québecor ont publié 7 des 20 meilleurs vendeurs québécois en 2017

Les Éditions de l'Homme	<i>Famille futée 3</i> <i>Le guide de l'auto 2018</i> <i>Discussions avec mes parents</i>	Le livre le plus vendu au Québec en 2017 La référence en matière de guide automobile au Canada depuis 52 ans Livre d'humour de François Morency
Les Éditions La Semaine	<i>Famille futée 2</i>	Le deuxième tome continue sur sa lancée parmi les meilleurs vendeurs en 2016 et en 2017
Les Éditions du Journal	<i>Le Livre noir des Hells Angels</i>	Livre-enquête journalistique unique en son genre (collectif)
Éditions du Trécarré	<i>Le secret des Vietnamiennes</i>	Recettes et histoires de Kim Thúy
Les Éditions Libre Expression	<i>Le monstre - La suite</i>	La suite du récit à succès d'Ingrid Falaise

MUSIQUE

Grâce aux activités de Disques Musicor et de Distribution Select, Québec contribue largement à l'essor de la musique d'ici. Les ventes des deux filiales se maintiennent dans des marchés pourtant en contraction, signe de leur vitalité.

DISQUES MUSICOR

Acteur important sur la scène musicale au Québec, Disques Musicor est active en production d'albums et de vidéos. C'est le partenaire privilégié des artistes de la francophonie. Dans un marché en pleine mutation et généralement frileux, la filiale a choisi de mener une politique agressive et visionnaire.

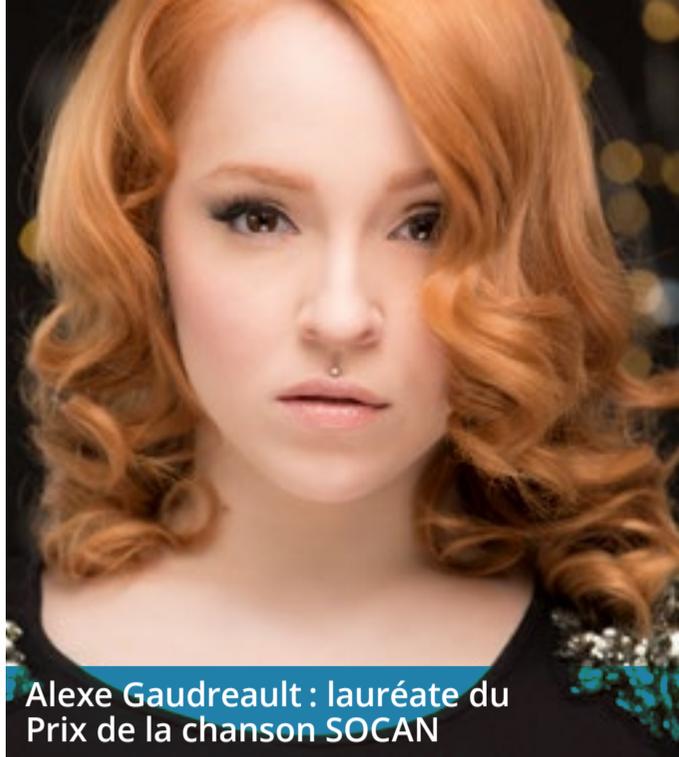
Au cours de l'année, Disques Musicor a ainsi mis en marché 12 albums longue durée, un album vinyle, deux *singles* numériques et quatre DVD, dont *28 jours pour un corps plus ferme* de **Josée Lavigneur**. La filiale a recruté plusieurs nouvelles signatures pour enrichir son catalogue, à la fois des artistes reconnus tels que **Lara Fabian**, **Corneille**, **Alex Nevsky** et des jeunes talents prometteurs tels que **Geneviève Leclerc**, **Charles Kardos** et le Français **TiBZ**.

En 2017, Disques Musicor a continué à développer son marché à l'international en concluant des accords avec la maison de disques belge 9Productions (Lara Fabian), Warner Music France (*Saturday Night Fever* – la comédie musicale), et Disques Wagram qui représentera la chanteuse Alexe Gaudreault en France.



« Dans un marché en pleine mutation et généralement frileux, Disques Musicor a choisi de mener une politique agressive et visionnaire. »

Anne Vivien
Vice-présidente exécutive,
Développement musique, Québecor



Alexe Gaudreault : lauréate du Prix de la chanson SOCAN

Cette approche énergique porte ses fruits. L'ensemble du catalogue en flux continu a progressé de plus de 35 % en 2017 et la part de marché des nouveautés 2017 de Disques Musicor a légèrement progressé au Canada et au Québec, dans un marché en net recul.

La qualité est aussi au rendez-vous. Le Prix de la chanson SOCAN a été attribué à la chanson *Éclat*, co-écrite et interprétée par **Alexe Gaudreault**. Les artistes produits par Disques Musicor se sont mérité trois nominations au Gala de l'ADISQ : **Marie-Ève Janvier** et **Jean-François Breau** dans la catégorie Groupe ou duo de l'année; le groupe **Caravane** pour son album *Fuego*, catégorie Album rock de l'année; et **Alexe Gaudreault**, catégorie Révélation de l'année.

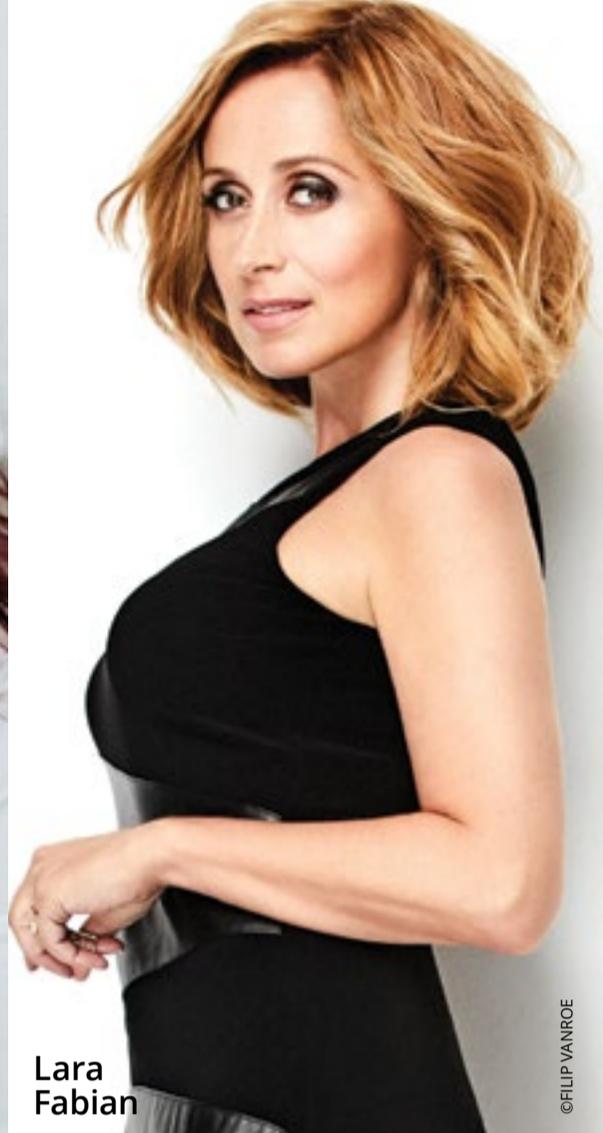


Nation de TiBZ : n° 1 des radios francophones pendant 15 semaines



©MARIPHOTOGRAPHE

Geneviève Leclerc



Lara Fabian

©FLIP VANROE

Distribution Select

Distribution Select est le plus important distributeur indépendant de musique et de vidéos au Canada, avec 68 % des parts du marché francophone québécois et 30 % des parts du marché pour l'ensemble des produits audio vendus au Québec. Son catalogue compte 8 600 titres audio, 1 800 produits vidéo et 117 000 chansons numériques.

Dans le contexte de la cessation des activités de DEP Distribution en début d'année, Distribution Select a conclu 57 nouvelles ententes de distribution avec des maisons de production telles qu'Instinct Musique, Spectra Musique, La Tribu, Dare to Care et les Disques Tempête. De plus, les cinq ententes qui arrivaient à échéance en 2017 ont été renouvelées.

Son réseau atteint maintenant un nouveau sommet de 2 964 points de vente, dont 500 détaillants non traditionnels tels que Tigre Géant et Pharmacie Jean Coutu, pour lesquels Distribution Select est le distributeur exclusif. Elle a aussi conclu une entente pour devenir le gestionnaire de la catégorie audio pour Walmart. En 2017, Distribution Select a mis en marché 502 nouvelles parutions audio et 175 nouvelles parutions vidéo.

57

nouvelles ententes de distribution

A vibrant, low-angle shot of a crowd at a sports event. In the foreground, a young woman with long blonde hair is cheering enthusiastically, her mouth open and her right arm raised high. She is wearing a blue tank top. Behind her, other people are visible, some with their arms raised, creating a sense of excitement and movement. The lighting is bright and slightly overexposed, giving the scene a dynamic and energetic feel.

SPORTS ET DIVERTISSEMENT

- Centre Vidéotron
- GesteV
- Hockey



CENTRE VIDÉOTRON

Gestionnaire du Centre Vidéotron et bénéficiant de l'expertise unique de Gestev, Québecor est maintenant un joueur majeur en organisation d'événements culturels et sportifs internationaux d'importance.

CENTRE VIDÉOTRON : L'ARRÊT INCONTOURNABLE DES ARTISTES INTERNATIONAUX À QUÉBEC

Depuis son ouverture en septembre 2015, le Centre Vidéotron s'impose dans l'industrie du sport et du divertissement. Amphithéâtre multifonctionnel de calibre mondial, reconnu pour ses installations à la fine pointe de la technologie, il accueille les artistes les plus populaires au monde. En 2017, **Ed Sheeran**, **Bruno Mars**, **Iron Maiden**, **Maroon 5**, **Keith Urban**, **The Lumineers** et **Green Day** s'y sont notamment produits, attirant des spectateurs venant aussi bien des États-Unis, de l'Ontario, du Nouveau-Brunswick que de toutes les régions du Québec.

De plus, le Centre Vidéotron a été l'hôte d'événements sportifs chargés en adrénaline avec la Professional Bull Riders ou encore le combat de boxe entre Lucian Bute et Eleider Álvarez. Quant aux événements pour toute la famille, soulignons la série de huit spectacles de *Disney sur glace : Rêvez en Grand* ainsi que les sept représentations du spectacle *Crystal* du Cirque du Soleil.



Ed Sheeran

En somme, le Centre Vidéotron a accueilli 48 représentations culturelles et sportives majeures en 2017, sans compter les matchs des Remparts de Québec. Selon le magazine *Pollstar*, la référence de marque dans l'industrie mondiale du spectacle, le Centre Vidéotron s'est classé au cinquième rang des amphithéâtres qui ont vendu le plus de billets au Canada en 2017.

Petite-Vallée : spectacle solidaire au Centre Vidéotron

À la suite de l'incendie du Théâtre de la Vieille Forge de Petite-Vallée en août 2017, une cinquantaine d'artistes se sont réunis pour présenter un spectacle-bénéfice au Centre Vidéotron. Plus de 6 000 personnes ont assisté à cet événement pour lequel l'équipe de Québecor Groupe Sports et divertissement a activement contribué.



Week-end de l'Action de grâce chargé au Centre Vidéotron !

Les deux spectacles de **Roger Waters** et celui de **Katy Perry** au Centre Vidéotron en octobre ont attiré plus de 35 000 spectateurs.



Roger Waters

« Le Centre Vidéotron est l'amphithéâtre de tous les Québécois et chaque événement est pour nous l'occasion d'offrir une expérience unique aux spectateurs. »

Martin Tremblay
Chef de l'exploitation
Québecor Groupe Sports
et divertissement

Cirque du Soleil





GESTEV

Gestev est spécialisée dans la création de concepts événementiels ainsi que dans l'organisation d'événements culturels et sportifs majeurs.

Je Cours QC

En 2017, Gestev a notamment :

- organisé les cinq courses à pied regroupées sous le chapeau de **Je Cours QC** : le Marathon SSQ de Québec, le Demi-marathon Oasis de Lévis, le Trail du Coureur des Bois de Québec, la Descente Royale de Québec et le Défi des escaliers de Québec ;
- coproduit 50 représentations ayant attiré 60 000 spectateurs du populaire spectacle de musique et de danse **Saturday Night Fever** au Capitole de Québec ;
- accueilli plus de 32 000 personnes au **Jamboree**, qui présente la Coupe du monde FIS de big air en snowboard et acrobatie, en plus d'avoir organisé le Festival de vélo de montagne **Vélirium**;
- coordonné les spectacles de la troupe **La Machine** qui consistaient en deux énormes créatures mécaniques qui sillonnaient les rues du centre-ville d'Ottawa, dans le cadre du 150^e anniversaire de la Confédération du Canada.



Saturday Night Fever

Gestev a aussi contribué à la conception et au développement de 167 concepts clés en main pour des événements corporatifs ou des activations de commandites, pour des clients aussi prestigieux que Desjardins, Brasseurs RJ, Société de l'assurance automobile du Québec, Les Producteurs de lait du Québec ou encore, Vidéotron.

Gestev maintenant à Montréal

Afin de mieux servir sa clientèle grandissante à Montréal, Gestev a procédé à l'acquisition de l'agence montréalaise **Wasabi atelier expérientiel**. Gestev a ainsi enrichi son offre de services, plus particulièrement en marketing expérientiel, aussi bien à Montréal qu'à Québec.

Coupe du monde FIS de ski de fond : glisser au rythme du monde !

Du 17 au 19 mars 2017, les meilleurs fondeurs de la planète ont rencontré leur public alors que plus de 60 000 personnes assistaient à la Coupe du monde de ski de fond de la Fédération internationale de ski (FIS), sur les Plaines d'Abraham à Québec. La compétition était produite par Gestev, commanditée par Québecor et diffusée par TVA Sports. Elle s'est avérée un tel succès que la FIS a inscrit Québec dans le circuit de la Coupe du monde pour les années 2019 et 2020.

Plus de

60 000 personnes

assistaient à la Coupe du
monde FIS de ski de fond





HOCKEY

Québecor a une présence importante dans la Ligue de hockey junior majeur du Québec, étant propriétaire des Remparts de Québec et de l'Armada de Blainville-Boisbriand.

20^e anniversaire des Remparts de Québec

Les Remparts de Québec font partie des équipes ayant le meilleur achalandage de tout le hockey junior canadien.



L'équipe aura offert à ses partisans 32 matchs à domicile en 2017, dont 2 matchs de séries éliminatoires.

Connaissant l'importance de préserver ce sentiment d'appartenance envers l'équipe, l'organisation des Remparts de Québec a lancé la campagne **#TATOUÉREMPARTS**, mettant les partisans au cœur de toutes leurs actions pendant la saison. De plus, elle a procédé au retrait du chandail numéro 10 porté par Réal Cloutier de 1972 à 1974.

J'embarque dans l'Armada !

Après avoir gagné trois championnats de division au cours des cinq dernières années, l'Armada de Blainville-Boisbriand s'est encore une fois distinguée en 2017 en atteignant la finale de la Coupe du président.

Les succès sur la glace de cette équipe réputée pour sa ténacité, ainsi que son travail assidu pour maintenir la relation de proximité avec ses adeptes, se sont traduits par une augmentation de 5,46 % de l'assistance aux matchs locaux, et ce, malgré l'arrivée d'une équipe professionnelle à Laval.

Plus que jamais, le slogan *J'embarque dans l'Armada* est présent, tant à l'aréna que sur les médias sociaux.



Marie-Pierre Simard
Directrice, Affaires juridiques, responsable de Groupe Sports et divertissement de Québecor, agit à titre de gouverneure de l'Armada Blainville-Boisbriand.



RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE

- Engagement envers les employés
- Engagement envers l'environnement
- Engagement philanthropique



La contribution de Québecor à la société québécoise va bien au-delà de la dimension économique. Consciente de sa responsabilité sociale et environnementale (RSE), Québecor s'implique activement au sein de la collectivité. Une approche concertée a d'ailleurs été mise en place en 2017, par la création d'un comité RSE, favorisant ainsi davantage l'engagement de l'entreprise à l'égard de ses employés, de l'environnement et de sa communauté.

ENGAGEMENT ENVERS LES EMPLOYÉS

Évoluant dans un marché en constante transformation, Québecor connaît l'importance du talent de ses employés. Elle s'engage à leur offrir une expérience de travail stimulante et saine, leur permettant de se réaliser sur le plan personnel et professionnel. Québecor et ses filiales se veulent un employeur de choix, qui prônent le respect, l'inclusion ainsi que la santé et le mieux-être au travail.

Attirer, développer et mobiliser le talent

En 2017, plus de 130 employés, issus de toutes les filiales de Québecor, ont participé au module *Appartenance* du Campus Québecor. Cette journée de formation permet de favoriser leur intégration à l'entreprise et de mieux en comprendre son histoire, ses objectifs, ses comportements clés et son fonctionnement, en plus d'encourager le réseautage entre collègues.

En outre, des stratégies proactives de recrutement ont contribué à attirer les meilleurs

talents, tout en accentuant la visibilité de la marque employeur.

Afin de simplifier l'accès des employés à leur dossier d'employé et aux services qui leur sont offerts, un nouveau **système intégré de gestion des ressources humaines** est en développement. Ainsi, les différents Services des ressources humaines de Québecor amélioreront leur performance dans l'analyse et la mise en œuvre de programmes pour les employés.

Indice d'engagement des employés de Vidéotron : 78 %

Les employés de Vidéotron ont répondu massivement à un sondage sur différents aspects de leur vie au travail. La direction et les équipes de travail ont alors pu déterminer les priorités d'action qui renforceront l'engagement et stimuleront la productivité.

Assurer la santé, la sécurité et le mieux-être au travail

Québecor offre divers programmes assurant la santé, la sécurité et le mieux-être au travail. Standardisation des pratiques de prévention des lésions professionnelles, plans d'action en prévention, programme de santé et de mieux-être – y compris notamment des cliniques de vaccination et des conférences – font partie des mesures mises en œuvre. De plus, les employés ont accès à une salle d'entraînement, située au siège social de l'entreprise.

Le harcèlement psychologique a occupé une place importante dans l'actualité en 2017. Afin de sensibiliser les employés à cette problématique, une capsule d'information a été diffusée dans les différentes filiales de Québecor.



Promouvoir une bonne gestion

Diverses initiatives ont vu le jour en 2017 afin de favoriser la bonne gestion, la mobilisation et la rétention des employés.

- Un premier **Forum des leaders**, visant à partager les orientations stratégiques de l'entreprise, a réuni 90 cadres de Québecor et ses filiales.
- Les gestionnaires de toutes les filiales de Québecor sont désormais invités, dans le cadre du Campus Québecor, à suivre le parcours de développement des compétences de gestion et du leadership **Gérer... tout simplement**, conçu et piloté spécialement en fonction de leurs besoins.
- Plus spécifiquement chez Vidéotron, un programme de développement s'adressant à tous ses directeurs a été instauré afin de permettre une plus grande collaboration.

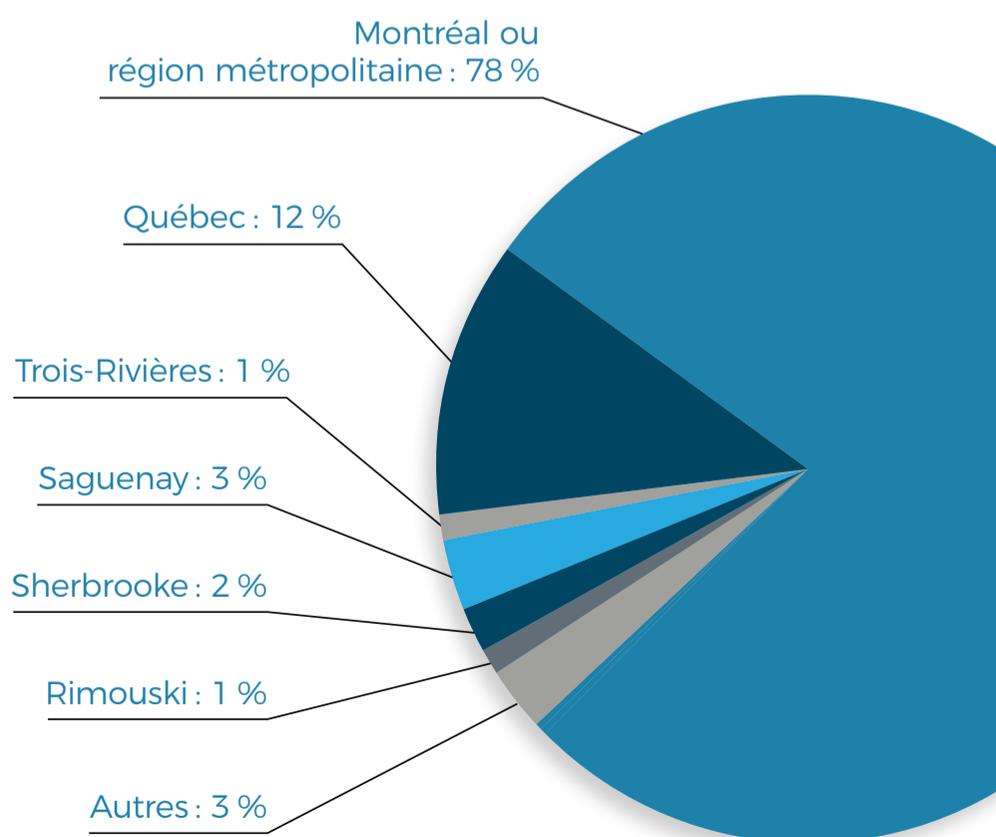
Promouvoir un environnement de travail respectueux, favorisant la diversité

Québecor croit fermement que la diversité est une richesse. Elle s'est engagée à créer un milieu de travail inclusif, équitable et accessible à tous, peu importe l'âge, le genre, la culture, la religion, le handicap ou l'orientation sexuelle de ses employés.

La recherche de la performance, l'ouverture à l'innovation et à la créativité, la passion du client, la capacité à travailler en équipe ainsi qu'à faire preuve d'agilité au travail sont les valeurs prônées par Québecor auprès de ses employés.

À celles et ceux qui adhèrent à ces valeurs, Québecor offre une ambiance de travail stimulante et dynamique, où chaque personne a la chance de faire valoir ses compétences et ses forces.

QUÉBECOR ET SES FILIALES : 10 100 EMPLOYÉS





Grandfondo Garneau-Québecor

DES EMPLOYÉS EN ACTION POUR LE BIEN- ÊTRE DE LA COMMUNAUTÉ

Chaque année, les employés de Québecor et ses filiales participent à différentes activités liées à l'implication sociale de l'entreprise. En 2017 :

- Plus de 150 employés ont participé aux différentes activités du Grand défi Pierre Lavoie en faveur des saines habitudes de vie.
- Plus de 130 employés ont participé au Grandfondo Garneau-Québecor, au profit de l'organisme Les Petits Frères.
- Soucieux de leur environnement, de nombreux employés ont participé à une plantation d'arbres de Jour de la Terre Québec dans le cadre du programme 375 000 arbres, au mouvement *PARK(ing) Day* ainsi qu'aux foires écologiques organisées au siège social de Québecor et de Groupe TVA.



Le 1000 km du Grand défi
Pierre Lavoie



Plantation d'arbres
pour le Jour de la Terre

ENGAGEMENT ENVERS L'ENVIRONNEMENT

Québecor s'engage à combattre le gaspillage des ressources, à éliminer la consommation inutile, à favoriser le réemploi, le recyclage et la valorisation des matières résiduelles. Tous les employés contribuent à réduire l'empreinte écologique de l'entreprise et encouragent clients et fournisseurs à faire de même.

Réduire la consommation de papier

En plus de son effort constant pour réduire sa consommation de papier, Québecor favorise systématiquement l'utilisation de papier 100 % recyclé postconsommation pour l'impression des livres en noir et blanc de ses maisons d'édition et de papier écologique certifié Forest Stewardship Council pour la majorité de ses magazines.

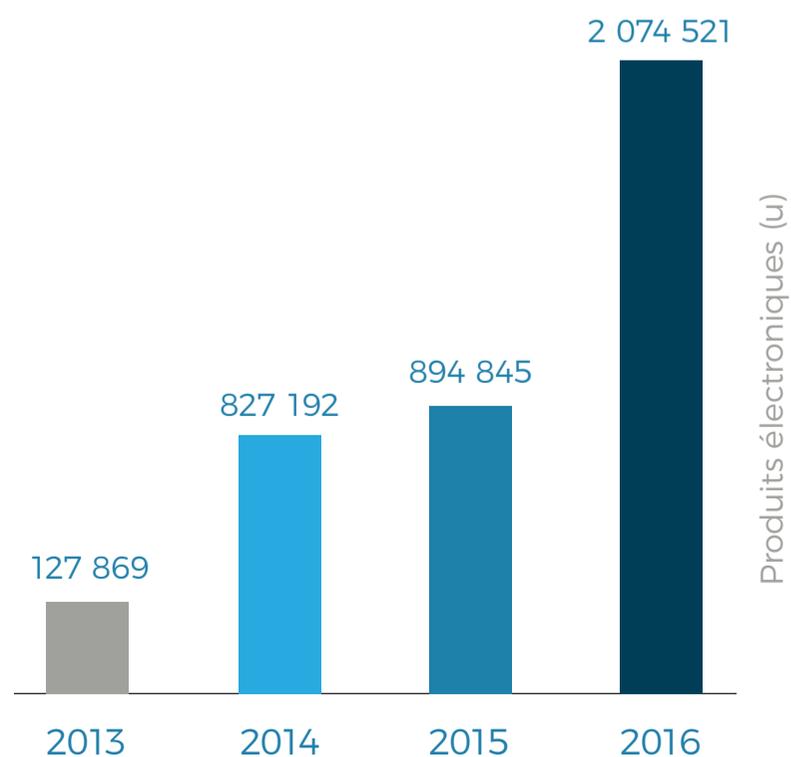
En 2017, Vidéotron a lancé une nouvelle campagne de promotion pour inciter ses clients à adhérer à la facture en ligne.

Favoriser le réemploi, le recyclage... et la réinsertion sociale

Québecor fait appel au Service d'intégration au travail – Mauricie pour la gestion responsable des matières résiduelles provenant de la construction et de l'entretien de son réseau. Chaque année, cet organisme communautaire facilite la réinsertion d'environ 200 personnes vivant avec un problème de santé mentale. En 2017, Québecor a également lancé un programme expérimental de valorisation des câbles coaxiaux, un produit complexe à réutiliser. Pour sa part, le Centre Vidéotron a introduit la collecte des résidus alimentaires dans les concessions alimentaires.

On recycle des millions d'appareils électroniques

Le programme de collecte de produits électroniques aux fins de la récupération *On recycle* a véritablement explosé en 2016 alors que près de 2,1 millions d'appareils ont été récupérés. Le nombre de points de collecte a été augmenté de 26 à 36 en 2017. Toutefois, les résultats de cette dernière année seront connus uniquement à l'été 2018.



Lutter contre les changements climatiques avec des transports plus verts

Québecor mesure les quantités de gaz à effet de serre (GES) générés par ses activités, incluant les émissions liées au parc immobilier, au parc de véhicules et aux voyages d'affaires. Depuis 2011, elle déclare ses émissions au *Projet de divulgation des émissions de carbone*, une initiative internationale. Comme 56 % des émissions de GES proviennent de ses véhicules, Québecor achète de plus en plus de véhicules électriques, met en place des bornes électriques, installe progressivement des systèmes électriques pour les nacelles, afin d'éviter de faire tourner les moteurs. De plus, l'entreprise a équipé plus de 700 véhicules de modules télématiques.

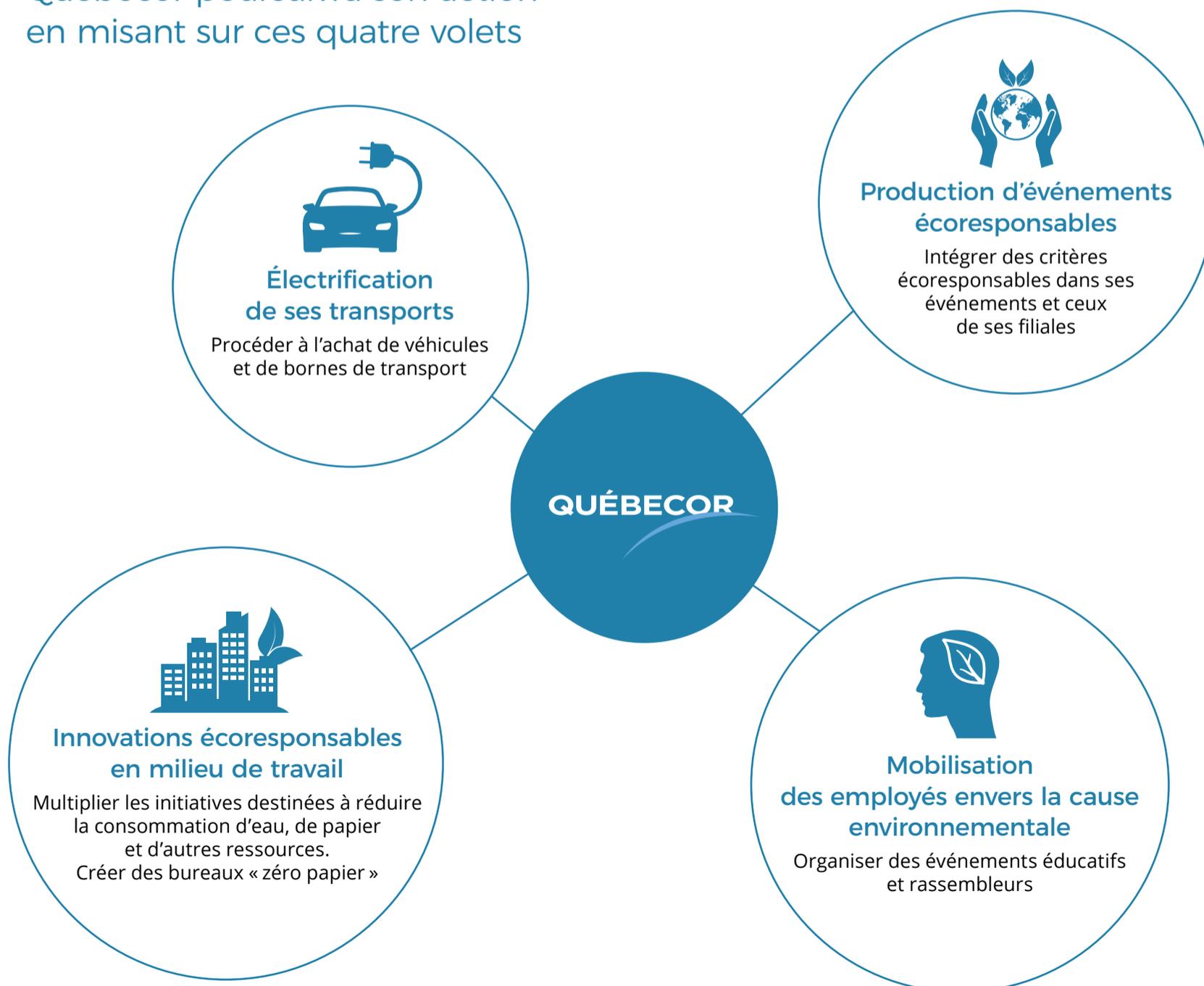
Promouvoir des activités écoresponsables

Partenaire de Jour de la Terre Québec depuis 10 ans, Québecor déploie chaque année au printemps une vaste campagne publicitaire dans l'ensemble de ses plateformes médiatiques afin de sensibiliser la population aux enjeux environnementaux.

De son côté, en tant que firme spécialisée dans la production d'événements, Gestev cherche constamment à renforcer le caractère écoresponsable des projets auxquels elle contribue. Elle a d'ailleurs remporté en 2017 le prix Grand Vivat pour l'excellence de ses pratiques responsables dans l'organisation de la Transat Québec - Saint-Malo 2016, un événement international qui a réuni plus de 106 000 visiteurs.

OBJECTIFS ENVIRONNEMENTAUX 2020

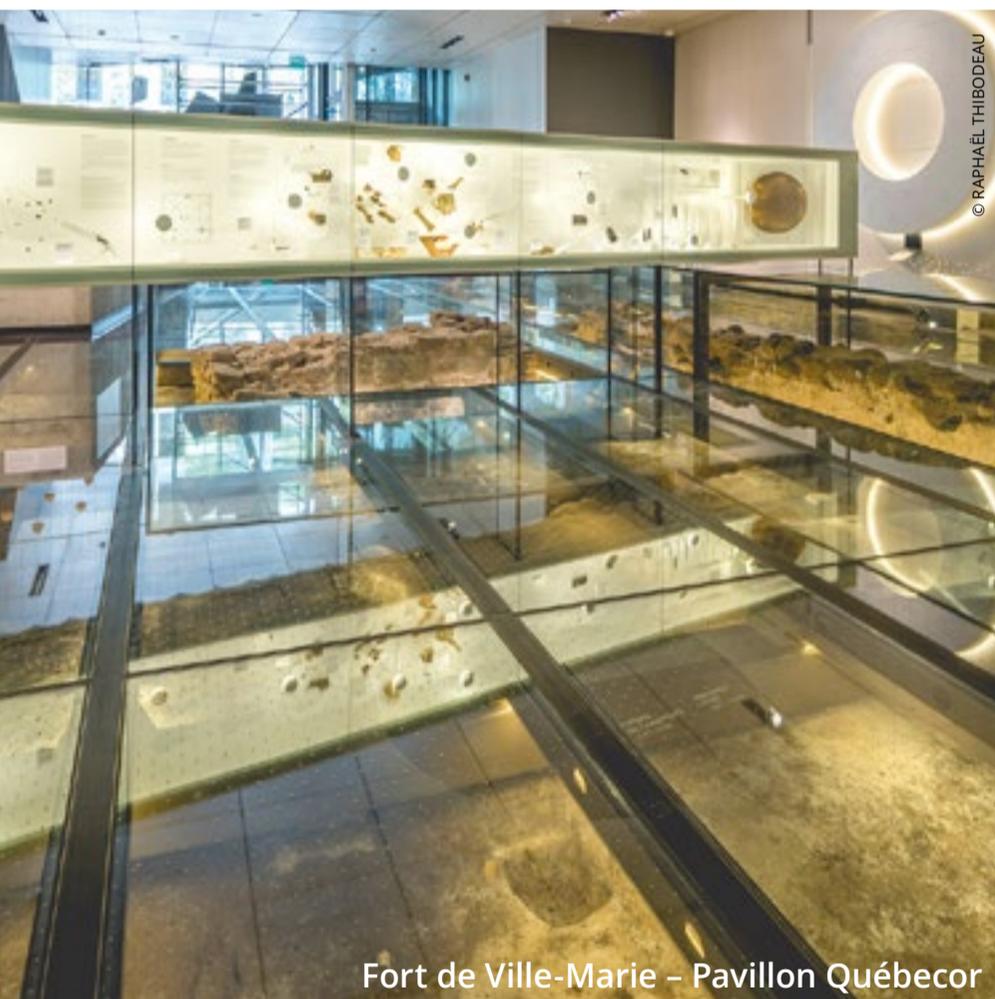
Québecor poursuivra son action en misant sur ces quatre volets



ENGAGEMENT PHILANTHROPIQUE

Fidèle à ses valeurs, Québecor s'investit, partout au Québec, en soutenant des causes qui font une réelle différence dans plusieurs sphères de la société telles que la jeunesse, l'éducation, le soutien communautaire, l'entrepreneuriat, le sport amateur et les saines habitudes de vie, la santé et la recherche et, bien sûr, la culture.

La référence de Québecor en matière de philanthropie demeure toujours son fondateur, Pierre Péladeau. S'il fut un modèle en affaires, il en fut un aussi par sa générosité et par son souci de redonner à la collectivité. Il savait faire preuve de compassion envers les gens de toutes conditions. Pierre Péladeau s'intéressait à tous les domaines, tout en vouant une affection particulière à la culture.



Fort de Ville-Marie – Pavillon Québecor

Célébrations de notre histoire

Alors que Montréal célébrait son 375^e anniversaire, Québecor a fait un don de plus de **1,1 M\$ à la Fondation Pointe-à-Callières**, dans le cadre de sa grande campagne de financement. Québecor a ainsi associé son nom au Fort de Ville-Marie – Pavillon Québecor, mettant en valeur les vestiges du lieu de fondation de Montréal.

L'implication sociale de Québecor en 2017 :

- Valeur totale investie en dons et commandites : 42 M\$, soit 2,7 % du BAIIA
- Nombre d'organismes soutenus : 400
- Pourcentage des contributions consacrées à la culture québécoise : plus de 50 %

Préserver et relancer le Cinéma Impérial

Afin d'assurer l'avenir du Cinéma Impérial, l'un des plus beaux théâtres de Montréal, Québecor a conclu un partenariat, avec l'organisme à but non lucratif (OBNL) propriétaire de ce monument historique, qui permettra de protéger le lieu et d'en développer la vocation culturelle. Québecor a racheté la dette hypothécaire de l'OBNL, lui permettant ainsi de conserver l'immeuble, et est devenue le locataire prioritaire.



Espace musée Québecor : faire rayonner l'art et les œuvres d'artistes québécois

Situé au rez-de-chaussée de son siège social, l'Espace musée Québecor a présenté deux importantes expositions en 2017, soit *La couleur tombée du ciel* de **Françoise Sullivan**, et *L'Ordre des choses, œuvres choisies de 2000 à aujourd'hui*, du sculpteur **Michel Goulet**.



15 M\$ à la Fondation du CHUM

En février 2018, Québecor annonçait le don le plus important jamais reçu par la Fondation du CHUM. Ce don de 15 M\$ contribuera à la poursuite de l'excellence dans les soins offerts par cet établissement de premier ordre.



Le métro, véhicule de notre histoire

En partenariat avec la **Fondation Lionel-Groulx** et la Société de transport de Montréal, Québecor permettait, en février 2017, la réalisation d'un grand projet de commémoration, *Le métro, véhicule de notre histoire*. Des plaques en mémoire de 28 figures historiques du Québec ont été placées sur les quais des stations nommées en leur nom. Une grande exposition leur étant consacrée a aussi été présentée à la station Place-des-Arts et à l'Espace musée Québecor.

2,5 M\$ à la Fondation Charles-Bruneau

La Fondation Charles-Bruneau a pu renforcer son soutien au développement de la recherche en oncologie pédiatrique grâce à un don de 2,5 M\$ de Québecor.





Médaille d'or pour Alex Harvey!

Le fondeur Alex Harvey, dont Québecor est le partenaire principal, a remporté la médaille d'or au sprint de la Coupe du monde FIS de ski de fond, organisée à Québec par Gestev. Une équipe de Québecor était aussi présente sur le terrain afin de faire vivre un moment inoubliable aux spectateurs venus encourager Alex Harvey.



Evio inc.

Bourses Pierre-Péladeau : soutenir la relève entrepreneuriale

En 2017, Québecor a attribué une bourse de 50 000 \$ à Louis-Rafaël Robichaud et à Simon Duval, de l'Université Laval, pour développer **Femtum**, une entreprise spécialisée dans la conception de lasers infrarouges à base de fibres optiques pour remplacer les scalpels traditionnels ; également de l'Université Laval, Justine Richard-Giroux s'est méritée la bourse de 30 000 \$ pour **Exuvie**, une entreprise innovante en gestion des matières résiduelles dans le secteur de la nutrition animale ; enfin, Nury Ardila et Mounia Arkoun, de Polytechnique Montréal, ont reçu la bourse de 20 000 \$ pour **Evio inc.**, qui produit des emballages prolongeant la durée de conservation des aliments.

Prix Hommage Québecor : honorer les grands!

Les Prix Hommage Québecor ont été remis en mai 2017 au sculpteur **Armand Vaillancourt** et à l'auteur-compositeur-interprète **Claude Gauthier** pour célébrer l'ensemble de leur œuvre. Ces prix sont chacun accompagnés d'une bourse de 50 000 \$.



Solidaire pour la reconstruction du Théâtre de la Vieille Forge de Petite-Vallée

Pour Québecor, s'investir au sein de sa communauté, ce n'est pas seulement être là dans les bons moments. Quand le Théâtre de la Vieille Forge a brûlé cet été en Gaspésie, Québecor a répondu à l'appel de son partenaire, le Festival en chanson de Petite-Vallée, pour lui permettre d'organiser un spectacle-bénéfice au Centre Vidéotron. La vente de billets a permis de recueillir 183 245 \$, un montant qui a été arrondi à 250 000 \$ par Québecor. En outre, l'entreprise a offert au Festival une vaste campagne médiatique.

QUELQUES EXEMPLES D'ORGANISMES SOUTENUS PAR QUÉBECOR EN 2017

Culture

Bibliothèque et Archives nationales du Québec
Camp chanson Québecor de Petite-Vallée
Centre Segal des arts de la scène
Cirque Éloïze
Concours de musique du Canada
Concours de Châteaux de sable des Îles de la Madeleine
Éléphant : mémoire du cinéma québécois
Entre'acte
Espace Félix-Leclerc
Festi Jazz international de Rimouski
Festival de la chanson de Tadoussac
Festival de la Poutine de Drummondville
Festival de musique émergente en Abitibi-Témiscamingue
Festival du nouveau cinéma de Montréal
Fierté Montréal
Festival international de films Fantasia
Festival international de la Poésie de Trois-Rivières
Festival Présence autochtone
Festival Quartiers Danses
Festival Vue sur la Relève
Fondation des Artistes
Fondation du Musée national des beaux-arts du Québec
Fonderie Darling
La Fête de la Musique de Tremblant
Le Groupe de la Veillée
L'école et les arts
Les Correspondances d'Eastman
Les Muses : Centre des arts de la scène
Fiducie du patrimoine culturel des Augustines
Maison René-Lévesque
Morrin Centre
Musée d'art contemporain des Laurentides
Prix de la danse de Montréal
Société pour l'avancement de la

chanson d'expression française (SACEF)
Salon du livre de la Côte-Nord
Sibyllines, théâtre de création
Journée des musées montréalais
Fondation de la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec (SPACQ)
Théâtre de la Dame de Cœur
Théâtre du Rideau Vert
Théâtre La Bordée
Théâtre La Chapelle
Usine C
Vision Diversité
Vues d'Afrique
Wapikoni mobile

Jeunesse

Fondation Bon Départ de Canadian Tire du Québec
Fondation Jeunes en Tête
Fondation maman Dion
Fondation Madeli-Aide
Fondation Père Sablon
Jeunes musiciens du monde
L'Ancre des Jeunes
Motivaction Jeunesse
Refuge des Jeunes
Société pour les enfants handicapés du Québec

Éducation

École de technologie supérieure
Fondation Asselin du Cégep de Jonquière
Fondation pour l'encouragement scolaire
Fondation Souridine
Fondation du Cégep Limoilou
Fondation du Salésien de Sherbrooke
Université de Montréal

Soutien communautaire

Dans la rue
Mission Old Brewery

Croix-Rouge Canadienne
Éducaloi
Fondation Centre Philou
Fondation Martin-Matte
L'Itinéraire
Opération Nez Rouge
Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal
Un vélo une ville
YWCA Québec

Entrepreneuriat

Anges Québec
Fondation de l'entrepreneurship
Jeunes entreprises du Québec
Startupfest
Fondation Montréal inc.
Défi OSEntreprendre
Maison Notman

Sport amateur et saines habitudes de vie

Fillactive
Grand défi Pierre Lavoie
Grand Prix cycliste de Saguenay
Grands Prix cyclistes de Montréal et de Québec
Granfondo Garneau-Québecor
Olympiques spéciaux Québec
Société des Jeux d'été OSQ Québec

Santé et recherche

Fondation CHU Sainte-Justine
Fondation du CHU de Québec
Fondation du CHUM
Fondation Institut universitaire de cardiologie et pneumologie de Québec
Fondation les petits trésors
Fondation Néz pour vivre
Maison St-Raphaël



LA GOUVERNANCE

Pour Québecor, une bonne gouvernance est essentielle à la prospérité de l'entreprise ainsi qu'à la construction d'une culture organisationnelle efficace et intègre, répondant aux besoins de toutes les parties prenantes.

Un conseil d'administration formé majoritairement d'administrateurs indépendants

Le président du conseil d'administration n'étant pas un administrateur indépendant, le conseil a nommé un administrateur en chef indépendant. Les deux comités du conseil sont également formés uniquement d'administrateurs indépendants :

- le comité d'audit surveille le processus d'information financière, l'intégrité de l'information et de ses systèmes, ainsi que l'efficacité de la gestion et du contrôle des risques importants pour l'entreprise ;
- le comité des ressources humaines et de régie d'entreprise examine les questions relatives à la rémunération et aux nominations de hauts dirigeants, à la nomination des candidats au conseil d'administration et à la gouvernance.

Des normes éthiques élevées

- Un code d'éthique s'applique à tous les employés et aux administrateurs, ainsi qu'à ceux des filiales, à l'exception de Groupe TVA et de Vidéotron, qui ont chacun leur propre code d'éthique.

- Une politique relative à l'utilisation d'informations privilégiées balise les transactions autorisées pour les administrateurs, dirigeants ou employés de Québecor pouvant détenir des informations confidentielles.
- Une ligne d'éthique confidentielle permet aux employés de s'informer en toute confidentialité sur des questions douteuses en matière d'éthique ou de conflits d'intérêts. Ces questions sont portées à l'attention du conseil d'administration.

Un conseil d'administration attentif aux demandes des actionnaires

- Objectif d'atteindre une cible d'au moins 40 % de femmes au conseil d'administration d'ici 2020.
- Instauration, depuis 2016, d'un vote consultatif des actionnaires sur la rémunération de la haute direction.
- Adoption d'une politique sur la récupération de la rémunération incitative versée à certains hauts dirigeants, en cas de redressement des états financiers ou d'inconduite délibérée.
- Divulgence des résultats des votes des actionnaires par catégorie d'actions.

CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR INC.*

CONSEIL D'ADMINISTRATION

André P. Brosseau ^{1,2}

Président du conseil et chef de la direction,
Les Investissements Du Musée inc.

Chantal Bélanger ¹

Administratrice de sociétés

Christian Dubé

Premier vice-président, Québec,
Caisse de dépôt et placement du Québec

Sylvie Lalande ²

Vice-présidente du conseil et
administratrice en chef,
Québecor inc. et Québecor média inc.,
présidente du conseil, Groupe TVA inc., et
administratrice de sociétés

Andrea C. Martin ²

Administratrice de sociétés

Le très honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL.D.

Président du conseil,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et
associé principal,
Norton Rose Fulbright Canada, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Robert Paré

Conseiller stratégique,
Fasken Martineau DuMoulin, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Érik Péladeau

Président,
Groupe Lelys inc.

Normand Provost ¹

Administrateur de sociétés

DIRIGEANTS

Le très honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL. D.

Président du conseil

Sylvie Lalande

Vice-présidente et administratrice en chef

Pierre Karl Péladeau

Président et chef de la direction

Jean-François Pruneau

Vice-président principal et
chef de la direction financière

Marc M. Tremblay

Vice-président principal,
chef des affaires juridiques et
des affaires publiques, et
secrétaire

Sylvain Bergeron

Vice-président, Fiscalité

Chloé Poirier

Vice-présidente et trésorier

Denis Sabourin

Vice-président et contrôleur corporatif

Emilie Duguay

Secrétaire adjointe

Dominique Poulin-Gouin

Secrétaire adjointe

¹ Membre du comité d'audit

² Membre du comité des ressources humaines et de
régie d'entreprise

* En date du 8 mai 2018

CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉ DE DIRECTION DE QUÉBECOR MÉDIA INC.*

CONSEIL D'ADMINISTRATION

André P. Brosseau ^{1,2,3}

Président du conseil et chef de la direction,
Les Investissements du Musée inc.

Chantal Bélanger ¹

Administratrice de sociétés

Christian Dubé

Premier vice-président, Québec,
Caisse de dépôt et placement du Québec

Sylvie Lalande ²

Vice-présidente du conseil et
administratrice en chef,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et
présidente du conseil, Groupe TVA inc., et
administratrice de sociétés

Andrea C. Martin ²

Administratrice de sociétés

Le très honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL.D.

Président du conseil,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et
associé principal,
Norton Rose Fulbright Canada, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Robert Paré ³

Conseiller stratégique,
Fasken Martineau DuMoulin, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Érik Péladeau

Président,
Groupe Lelys inc.

Normand Provost ^{1,3}

Administrateur de sociétés

COMITÉ DE DIRECTION

Pierre Karl Péladeau

Président et chef de la direction

Manon Brouillette

Présidente et chef de la direction,
Vidéotron ltée

France Lauzière

Présidente et chef de la direction,
Groupe TVA inc., et
chef du contenu, Québecor Contenu

Jean-François Pruneau

Vice-président principal et
chef de la direction financière

Marc M. Tremblay

Vice-président principal,
chef des affaires juridiques et
des affaires publiques, et secrétaire

J. Serge Sasseville

Vice-président principal,
Affaires corporatives et institutionnelles

Denis Desaulniers

Vice-président, Ressources humaines

Lyne Robitaille

Vice-présidente principale, Journaux, Magazines,
Distribution et Imprimerie, Québecor, et
présidente et éditrice, *Le Journal de Montréal*

Martin Tremblay

Chef de l'exploitation,
Québecor Groupe Sports et divertissement

Christian Jetté

Président Édition, secteur Livres, Québecor, et
président-directeur général, Les Éditions CEC inc.

Donald Lizotte

Vice-président exécutif, Régie publicitaire, Québecor, et
vice-président, Ventes et Créativité média, Groupe TVA inc.

Anne Vivien

Vice-présidente exécutive,
Développement musique, Québecor

¹ Membre du comité d'audit

² Membre du comité des ressources humaines et de
régie d'entreprise

³ Membre du comité exécutif

* En date du 8 mai 2018

Mise en garde concernant l'information prospective

Veillez-vous-référer aux mises en garde concernant l'information prospective indiquées dans les documents publics déposés par la Société et qui sont disponibles à <www.sedar.com> et à <www.quebecor.com>.

RAPPORT D'ACTIVITÉ
2017

QUÉBECOR

The logo graphic for Quebecor, consisting of a white, curved swoosh that starts under the letter 'Q' and extends to the right, ending under the letter 'R'.