



# Rapport d'activité 2015

INNOVER

POUR

EXCELLER

**QUÉBECOR**



# Table des matières

2015 EN BREF . . . . .	3
FAITS SAILLANTS . . . . .	5
MESSAGE AUX ACTIONNAIRES . . . . .	6
GROUPE TÉLÉCOM . . . . .	8
GROUPE MÉDIA . . . . .	12
QUÉBECOR CONTENU . . . . .	23
GROUPE SPORTS ET DIVERTISSEMENT . . . . .	25
ENGAGEMENT SOCIAL . . . . .	29
CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR INC. . . . .	34
CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉ DE DIRECTION DE QUÉBECOR MÉDIA INC. . . . .	35



# 2015 EN BREF

## JANVIER

- › Québecor Média Ventes dévoile la nouvelle structure de son équipe de vente et de marketing, une initiative destinée à maximiser la valeur des services-conseils offerts aux clients de l'entreprise et leur permettre de tirer le meilleur profit possible de leurs investissements publicitaires.

## FÉVRIER

- › Québecor Média conclut, pour le Centre Vidéotron, un partenariat stratégique avec Live Nation Entertainment et les services de billetterie Ticketmaster, dont la filiale québécoise est Réseau Admission.
- › Québecor annonce qu'elle cesse l'exploitation de la chaîne spécialisée d'information et d'opinion de langue anglaise SUN News.

## MARS

- › La Cour d'appel du Québec donne raison à Vidéotron Itée et à Groupe TVA inc. en condamnant Bell ExpressVu Limited Partnership, une filiale de Bell Canada, à verser une indemnité totale de 135,3 M\$ à Vidéotron et de 0,6 M\$ à Groupe TVA pour avoir négligé d'implanter en temps opportun un système de sécurité adéquat pour empêcher le piratage de ses signaux télévisuels diffusés par son service de télévision satellite de 1999 à 2005, au détriment de ses concurrents et diffuseurs.
- › Vidéotron se porte acquéreur de 4Degrés Colocation inc. et de son centre d'hébergement de données, le plus grand à Québec.
- › Vidéotron annonce l'acquisition de quatre licences de spectre de 30 MHz dans la bande du SSFE-3, couvrant l'est du Québec, le sud du Québec, le nord du Québec, l'est de l'Ontario et l'Outaouais, soit 100 % de la population québécoise en plus de celle de la région d'Ottawa.

## AVRIL

- › Québecor Média inc. conclut la vente de ses entreprises de journaux de langue anglaise au Canada, soit plus de 170 journaux et publications, le portail Canoe au Canada anglais et 8 imprimeries.
- › Groupe TVA conclut l'acquisition de 14 magazines, de 3 sites Web et de contrats relatifs à l'édition sur mesure avec Transcontinental inc.
- › Québecor Média conclut, pour le Centre Vidéotron, un partenariat stratégique d'une durée de huit années avec AEG Facilities, chef de file mondial de la gestion d'installations sportives et culturelles.

## MAI

- › Vidéotron étend son réseau mobile et rejoint dorénavant plus de 90 % des Québécois.
- › Vidéotron acquiert 18 licences de spectre dans la bande de 2 500 MHz qui couvrent la totalité du Québec ainsi que les plus grands centres urbains du Canada, dont Toronto, Ottawa, Calgary, Edmonton et Vancouver.

## JUILLET

- › Québecor Contenu annonce une entente multiplateforme à long terme avec Sony Pictures Television Canada (Sony Canada), l'un des plus importants producteurs et distributeurs de contenus de divertissement au monde. Ce partenariat permettra à Club illico d'offrir un vaste choix de films et de séries télé, et aux chaînes de Groupe TVA de diffuser en exclusivité les versions françaises de productions provenant du catalogue de Sony Canada.
- › Québecor dépose sa candidature dans le cadre du projet d'expansion de la Ligue nationale de hockey (LNH) afin d'obtenir une franchise pour une équipe de hockey professionnelle dans la ville de Québec.

## AOÛT

- › Le réseau mobile de Vidéotron propose son service Musique illimitée.
- › Vidéotron devient la première entreprise de télécommunications canadienne à offrir à ses clients un terminal en format ultra haute définition (UHD) sur l'ensemble de son territoire de desserte.
- › Groupe TVA modernise l'image de marque de ses services cinématographiques et audiovisuels en choisissant une marque dont la notoriété est solidement établie dans l'industrie, soit MELS.

## SEPTEMBRE

- › Québecor conclut la vente des activités de ventes au détail de Groupe Archambault inc. à une société de Groupe Renaud-Bray inc.
- › L'inauguration officielle du Centre Vidéotron a lieu le 8 septembre 2015.

## OCTOBRE

- › Vidéotron annonce l'avènement d'illico nuage, permettant aux usagers de bénéficier d'un ensemble de fonctionnalités, de paramètres et de contenus sur l'ensemble de leurs écrans (télévision, mobile, tablette, Web).
- › Québecor Contenu annonce la conclusion d'un partenariat stratégique avec NBCUniversal International Studios (NBCUniversal) afin de développer de nouveaux formats d'émissions tournées en studio.
- › Québecor Contenu a réalisé une percée majeure dans le secteur des contenus destinés aux jeunes adultes en annonçant la conclusion d'une entente d'envergure avec la société française meltygroup, un ensemble de sites Web dédiés aux jeunes de 15 à 30 ans et qui occupe une place de premier plan sur la scène mondiale.
- › Québecor Numérique a lancé Studios Goji inc., un collectif de talents dont l'objectif est d'accompagner et de propulser les meilleurs créateurs de contenu de vidéo en ligne dans le développement multiplateforme de leur marque.

## NOVEMBRE

- › Groupe TVA est heureuse d'annoncer la nomination de Michel Trudel à titre de président de MELS, le chef de file de l'industrie cinématographique et télévisuelle canadienne.
- › TVA Nouvelles dévoile sa nouvelle application et son nouveau site Web. Complètement repensées, ces plateformes permettent plus que jamais aux utilisateurs d'être informés en temps réel, peu importe où ils se trouvent, grâce à des interfaces modernes, innovatrices et à la fine pointe de la technologie.

## DÉCEMBRE

- › Gestion d'évènements Gestev inc. (Gestev) et Groupe Boucher Sports officialisent l'acquisition des actifs de l'entreprise Marathon de Québec inc., reconnue pour son circuit de course à pied Courir à Québec, y compris notamment le réputé Marathon SSQ Lévis-Québec.



**MUSIQUE ILLIMITÉE**

**SANS COMPTER TES DONNÉES**

ALCATEL onetouch 1005S

ET PLUS

# Faits saillants

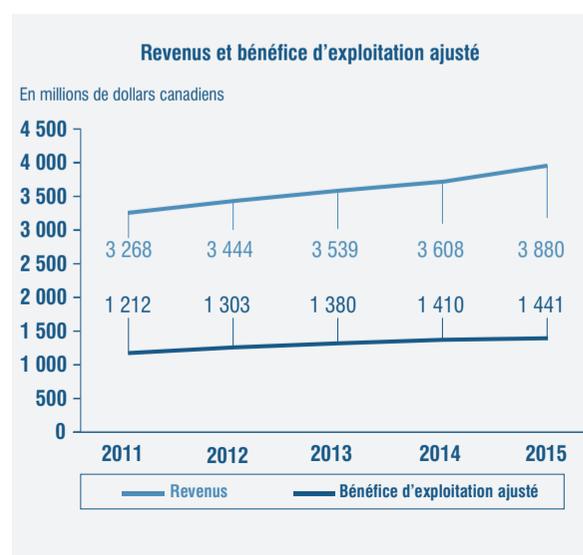
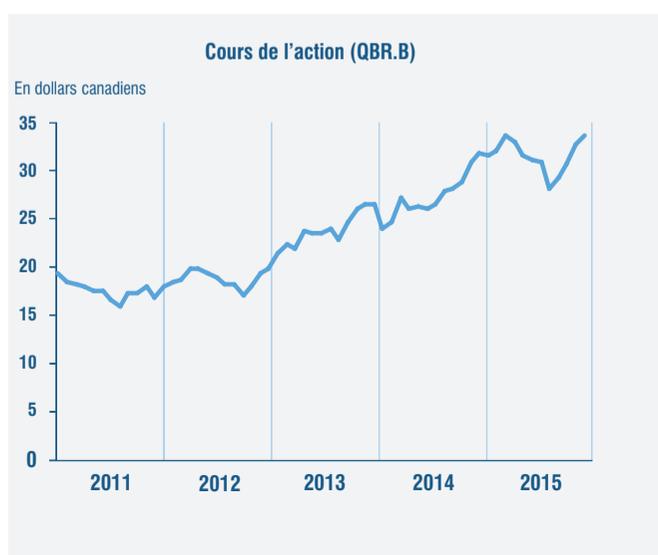
## FAITS SAILLANTS

Exercices terminés les 31 décembre 2015, 2014 et 2013

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

	2015	2014	2013
<b>EXPLOITATION</b>			
Revenus	<b>3 879,5 \$</b>	3 607,7 \$	3 538,8 \$
Bénéfice d'exploitation ajusté <sup>1</sup>	<b>1 440,7</b>	1 409,8	1 380,4
Contribution au bénéfice net (à la perte nette) attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies	<b>239,9</b>	209,7	185,3
Gain (perte) sur évaluation et conversion des instruments financiers	<b>4,7</b>	(95,3)	(279,3)
Éléments inhabituels	<b>(79,0)</b>	(85,4)	(33,2)
Activités abandonnées	<b>(13,8)</b>	(59,1)	(161,4)
Bénéfice net (perte nette) attribuable aux actionnaires	<b>151,8</b>	(30,1)	(288,6)
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation poursuivies	<b>1 072,2</b>	960,7	898,2
<b>DONNÉES DE BASE PAR ACTION</b>			
Contribution au bénéfice net (à la perte nette) attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies	<b>1,95 \$</b>	1,70 \$	1,49 \$
Gain (perte) sur évaluation et conversion des instruments financiers	<b>0,04</b>	(0,77)	(2,25)
Éléments inhabituels	<b>(0,64)</b>	(0,69)	(0,27)
Activités abandonnées	<b>(0,11)</b>	(0,48)	(1,30)
Bénéfice net (perte nette) attribuable aux actionnaires	<b>1,24</b>	(0,24)	(2,33)
Dividendes	<b>0,13</b>	0,10	0,10
Capitaux propres attribuables aux actionnaires	<b>2,44</b>	4,10	4,83
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en millions)	<b>122,7</b>	123,0	124,0
<b>SITUATION FINANCIÈRE</b>			
Dette à long terme	<b>5 812,4 \$</b>	5 048,2 \$	4 975,3 \$
Capitaux propres	<b>652,0</b>	1 063,3	1 195,4
Total de l'actif	<b>9 275,9</b>	9 078,5	9 016,4
<b>EMPLOYÉS</b>			
	<b>10 300</b>	13 800	15 100

<sup>1</sup> Le bénéfice d'exploitation ajusté est une mesure non normalisée selon les Normes internationales d'information financière et est définie comme étant le bénéfice net (la perte nette) avant amortissement, frais financiers, (gain) perte sur évaluation et conversion des instruments financiers, gain (perte) sur litige, restructuration des activités d'exploitation et autres éléments, dépréciation de l'écart d'acquisition et d'autres actifs, perte sur refinancement de dettes, impôts sur le bénéfice et (perte) gain lié(e) aux activités abandonnées.



# Message aux actionnaires

D'année en année, un constat s'accroît : les consommateurs souhaitent avoir le plein contrôle sur leur façon de s'informer et de se divertir. Aujourd'hui, les consommateurs veulent pouvoir se brancher à n'importe quel moment, n'importe où et sur n'importe quelle plateforme. L'éclatement des technologies et du numérique a eu une autre conséquence : l'explosion des contenus. Qu'il s'agisse d'information, de cinéma, de sports, de documentaires ou de divertissement, tout se retrouve sur le Web.

Évoluant dans une industrie qui se transforme à une vitesse fulgurante, Québecor a donc choisi la seule stratégie qui lui permette de s'adapter et de rester à l'avant-garde : l'innovation. Innovation technologique. Innovation dans les contenus. Innovation dans l'expérience client.

## LA TECHNOLOGIE, PIERRE D'ASSISE STRATÉGIQUE

L'évolution rapide des technologies n'est pas sans poser d'importants défis, dont les investissements qu'elle nécessite. Il importe, plus que jamais, de faire les bons choix au bon moment, afin de répondre aux attentes des consommateurs et de produire les retours sur investissements attendus de la part des actionnaires.

Depuis qu'elle s'est engagée dans la mobilité, Vidéotron a investi près de 3 G\$ dans la technologie et dans l'économie du Québec et créé 3 000 emplois. En quelques années, l'entreprise a fait évoluer son réseau mobile du 3G au 4G et, plus récemment, vers le réseau LTE, en partenariat avec Rogers Communications Inc.

Aujourd'hui, l'évidence s'impose : la stratégie d'affaires qui a propulsé Vidéotron dans la mobilité reposait sur une lecture visionnaire de l'évolution du marché, et est un grand succès ! La preuve en est qu'en fin d'exercice l'entreprise comptait plus de 768 000 lignes activées à son service mobile, ce qui correspond à une solide croissance annuelle de nouveaux abonnés, et les revenus de ce service enregistraient une hausse annuelle de 116,0 M\$.

En 2015, Vidéotron a continué d'innover avec le lancement en première canadienne de l'enregistreur 4K Ultra-HD, l'ajout du service Musique illimitée aussi en première canadienne, ainsi que le déploiement de son nuage illico. Ainsi, pour une 10<sup>e</sup> année consécutive, Vidéotron a été proclamée l'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois, selon le sondage annuel de réputation d'entreprises de la firme Léger.

Un autre vecteur de croissance pour Vidéotron est son Service Affaires, qui atteint un taux de pénétration de 60%

parmi les PME au Québec, soit 125 000 entreprises. Dans le but de renforcer son leadership auprès de sa clientèle affaires et de se positionner dans le secteur de l'infonuagique, Vidéotron a fait l'acquisition de 4Degrés Colocation, une entreprise spécialisée dans l'hébergement de serveurs. La stratégie d'investissement totalisant plus de 110 M\$ comprend d'abord l'acquisition – et l'expansion en 2016 – du centre d'hébergement de données de 4Degrés Colocation, à Québec, ainsi que la construction d'un autre centre de données à Montréal, dans l'arrondissement Saint-Laurent.

## LE CONTENU : LA CLÉ DE TOUTES LES PORTES

Le contenu a sans doute été le sujet de conversation dominant sur la planète numérique en 2015. Qu'importe la variante de l'écran utilisé – téléphone intelligent, ordinateur ou tablette –, les consommateurs sont plus avides que jamais de contenus de toute nature.

Notre stratégie est donc claire : produire du contenu original en le proposant grâce à un service conçu sur mesure pour les Québécois, soit le Club illico de Vidéotron. Déjà, trois productions sont nées de cette initiative : *Mensonges*, *Karl & Max* et *Blue Moon*. Soulignons que Club illico compte, trois ans à peine après sa création, plus de 250 000 clients.

Si notre stratégie de contenu peut séduire un aussi grand nombre de consommateurs, c'est parce que la télévision généraliste TVA et les quotidiens – *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec* et le *24 heures* – ainsi que les magazines de TVA Publications inc. et de Les Publications Charron & Cie inc. constituent les piliers de notre stratégie de convergence et d'exploitation multiplateforme. À titre de n° 1 dans leur secteur respectif, ce sont eux qui continuent à avoir le plus d'impact. En outre, les deux quotidiens ont redessiné leur site Web et proposé la nouvelle application personnalisable J5.

Québecor laisse donc le choix aux consommateurs de s'informer et de se divertir de la façon dont ils préfèrent, que ce soit au moyen du papier, de l'ordinateur, du téléphone ou de la tablette.

Néanmoins, le défi de proposer une télé et des contenus de qualité demeure entier en raison des coûts de production. Québecor a donc développé de nouveaux modèles d'affaires en adoptant notamment une stratégie de codéveloppement de contenu à l'international. Plusieurs ententes ont déjà été signées dans ce but, entre autres avec NBCUniversal, les sociétés françaises KABO Family et TF1 Production ainsi qu'Armoza Formats.

L'acquisition récente de la quasi-totalité des actifs de Vision Globale A.R. Itée (Vision Globale) – désormais exploitée par Mels Studios et Postproduction s.e.n.c. (MELS) –, une entreprise qui travaille avec les plus grands studios partout dans le monde et qui participe aux meilleures productions québécoises, nous permet de diversifier nos revenus en investissant dans un secteur d'activité connexe et en croissance. Les résultats de cette acquisition n'ont d'ailleurs pas tardé à se faire sentir. Notre secteur Média a affiché, pour l'exercice 2015, une croissance de ses revenus de plus de 13 % et une hausse de son bénéfice d'exploitation ajusté de plus de 20 %, une performance attribuable en partie à MELS. En outre, nos bons résultats s'expliquent par l'apport de TVA Sports, qui a vu son nombre d'abonnés franchir le cap des deux millions.

Le Groupe Sports et divertissement s'annonce aussi comme un contributeur majeur à notre stratégie de contenu. En septembre 2015, le Centre Vidéotron a ouvert ses portes et connaît un véritable succès, ayant déjà fait sa place comme étant un arrêt obligatoire pour les tournées internationales des artistes. En sa qualité d'hôte d'événements majeurs, le Centre Vidéotron – qui a accueilli (en date du 29 février 2016) plus de 800 000 spectateurs lors d'événements sportifs et culturels – est appelé à jouer un rôle de première importance dans nos activités et notre stratégie d'affaires. Les Remparts de Québec, l'une de nos deux équipes de la Ligue de hockey junior du Québec (LHJMQ), y a d'ailleurs fracassé des records d'assistance, en plus d'obtenir une moyenne de près de 14 000 spectateurs par match.

Enfin, dans tous ses secteurs d'activité, Québecor vise un objectif précis : offrir une expérience client optimale, qui sache à la fois être originale, conviviale et, de plus en plus, personnalisable. Pour cela, elle peut compter sur ses équipes, qui sont continuellement animées par leur créativité et leur esprit d'innovation.

## DAVANTAGE DE VALEUR POUR LES ACTIONNAIRES

En 2015, Québecor a généré un chiffre d'affaires de 3,88 G\$, en hausse de 271,8 M\$ (7,5 %) par rapport à l'exercice 2014. Le secteur Télécommunications a franchi le cap des 3,00 G\$ de revenus, soit une croissance de 169,7 M\$ (6,0 %). Trois services de Vidéotron ont enregistré une forte progression de leurs revenus en 2015. Ceux de la téléphonie ont augmenté de 116,0 M\$ (40,3 %), ceux de l'accès Internet de 64,6 M\$ (7,5 %) et ceux du service de vidéo sur demande par abonnement Club illico de 11,4 M\$ (93,4 %). Tous les secteurs d'activité de Québecor ont d'ailleurs affiché une progression de leurs revenus. L'entreprise a produit un bénéfice d'exploitation ajusté de 1,44 G\$, une hausse de 30,9 M\$ (2,2 %) par rapport à 2014.

Le bénéfice net attribuable aux actionnaires s'est établi à 151,8 M\$ (1,24 \$ par action de base) en 2015, contre une perte nette attribuable aux actionnaires de 30,1 M\$ (0,24 \$ par action de base) en 2014, soit un écart favorable de 181,9 M\$ (1,48 \$ par action de base), dû notamment à un écart favorable de 166,5 M\$ lié au gain (à la perte) sur litige, charge de restructuration des activités d'exploitation et autres éléments. Soulignons ici la capacité de notre plan d'affaires à donner des résultats tangibles pour nos actionnaires, la valeur de l'action de Québecor s'étant appréciée de 6,0 % cette année.

## AU RYTHME DU QUÉBEC

Dès le premier jour, Québecor a solidement planté ses racines au Québec. Aujourd'hui, son siège social est toujours situé sur la rue Saint-Jacques, à Montréal. Qui plus est, la totalité de notre équipe de direction vit au Québec. Le quotidien de notre entreprise est donc rythmé par celui du Québec.

Cette proximité nous permet, entre autres, d'apporter un soutien enthousiaste à quelque 400 organismes et événements qui contribuent, chacun à leur façon, à faire du Québec une société plus riche sur les plans économique, culturel et social. C'est un honneur et un plaisir de participer ainsi à l'essor du Québec.

## CONTINUER À GRANDIR ENSEMBLE

Le succès de Québecor, c'est celui des Québécois qui entreprennent, innovent et retroussent leurs manches pour améliorer et faire grandir notre société.

C'est celui de nos actionnaires, administrateurs et employés, dont le jugement sûr, le regard expert et les compétences avérées nous aident à prendre les meilleures décisions, à concevoir des plans d'affaires innovants et efficaces et, enfin, à assurer une qualité d'exécution optimale dans la conduite de nos activités.

C'est celui, également, des milliers de clients et de partenaires qui nous font confiance au quotidien.

Plus que jamais, les mots prononcés par notre fondateur Pierre Péladeau il y a près de 25 ans à l'occasion du colloque *Les grands enjeux 92* restent aujourd'hui d'un indéniable à-propos : « Les recettes précises en gestion n'existent pas, il faut les adapter aux circonstances. » C'est là une des grandes vérités qui nous inspirent.

Le président du conseil,



Le très honorable Brian Mulroney

Le président et chef de la direction,



Pierre Dion

# GROUPE TÉLÉCOM

# TÉLÉCOMMUNICATIONS

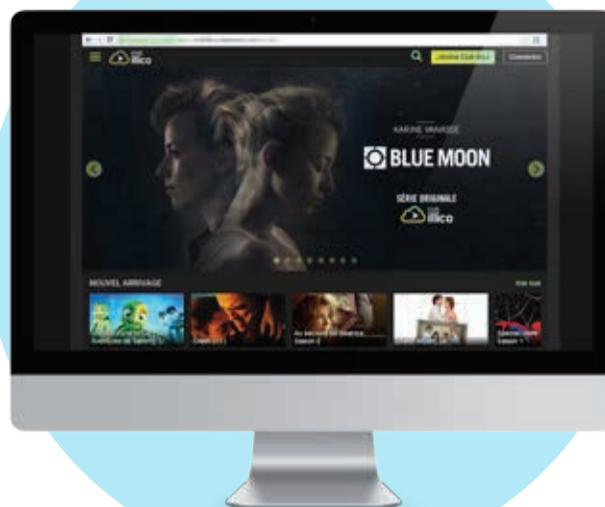
## VIDÉOTRON LTÉE

Depuis plus de 50 ans, Vidéotron s'illustre comme chef de file de l'industrie québécoise des télécommunications. En 2015, l'entreprise a de nouveau confirmé qu'elle occupait une place de choix dans les foyers québécois en raflant le titre, pour une 10<sup>e</sup> année consécutive, d'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois, selon l'étude *Réputation 2015* de Léger. Elle s'est aussi positionnée au premier rang parmi les marques de télécommunications les plus influentes au Québec, selon l'étude *Influences des Marques 2015* d'Ipsos-Infopresse.

Toujours à l'avant-garde, l'entreprise a remporté en 2015 un Prix Créa – qui récompense les meilleures créations publicitaires au Québec – dans la catégorie Publicité journal pour sa campagne *Textos*.

En 2015, Vidéotron n'a pas chômé au chapitre de l'innovation. L'entreprise est devenue la première entreprise de télécommunications canadienne à offrir à ses clients un terminal en format UHD sur une base commerciale et sur l'ensemble de son territoire. De plus, Vidéotron a annoncé, en octobre 2015, l'avènement du nuage illico, permettant aux usagers de bénéficier d'un ensemble de fonctionnalités, de paramètres et de contenus sur l'ensemble de leurs écrans (télévision, mobile, tablette, Web). Ce lancement a été accompagné d'une multitude d'améliorations aux produits, soit la plus grande évolution depuis le lancement d'illico nouvelle génération. L'entreprise a aussi innové en proposant l'application Apple Watch pour illico.

Coup de cœur des Québécois, le service de vidéo sur demande par abonnement Club illico a continué à croître en popularité avec plus de 250 000 abonnés en décembre 2015, une augmentation remarquable de près de 45 % par rapport à la même période en 2014. À ce jour, Club illico propose la plus grande offre de titres francophones sur demande à volonté au Canada grâce à plus de 4 000 contenus ! En plus de nombreux titres à succès déjà offerts, tels *Mad Men* (v.f.), *New Girl* (v.f.), *Mensonges* (2<sup>e</sup> saison), *Flash* (v.f.), *Les beaux malaises* (3<sup>e</sup> saison) et *Le dôme* (3<sup>e</sup> saison), Club



illico a suscité beaucoup d'intérêt avec l'annonce des séries originales *Blue Moon* et *Karl & Max*.

Vidéotron a aussi frappé un grand coup avec le lancement de Musique illimitée, une nouveauté qui offre à certains clients d'écouter de la musique en continu à volonté sur les plateformes les plus populaires, dont Stingray, Google Play, Deezer et Spotify, sans consommer les données de leur forfait mobile.

Désireuse d'offrir la meilleure expérience client qui soit, Vidéotron a lancé sa couverture mobile élargie le 13 mai 2015. Grâce à la collaboration de différents partenaires, cette initiative a permis d'améliorer de façon marquée l'expérience client par laquelle ils rejoignent désormais plus de 90 % des Québécois.

Du côté du service aux entreprises, Vidéotron Service Affaires s'est porté acquéreur de 4Degrés Colocation et de son centre de données, le plus grand à Québec, bonifiant l'éventail des services proposés à sa clientèle d'affaires et sa réponse aux besoins technologiques et d'hébergement grandissants de ses clients.

Vidéotron Service Affaires a aussi annoncé le lancement et la disponibilité, sur l'ensemble du territoire desservi, des accès Internet de 100 Mbit/s pour sa clientèle d'affaires. Dans certains secteurs, cela représente des vitesses deux fois plus élevées que celle de son plus proche concurrent.



**100 MBIT/S  
POUR TOUTES  
LES ENTREPRISES,  
ÇA FACILITE  
LES AFFAIRES.**

OPTÉZ POUR UNE VITESSE ULTRA-RAPIDE GRÂCE AU NOUVEAU ACCÈS INTERNET FIBRE HYBRIDE 100 OFFERT À UN MAXIMUM D'ENTREPRISES, À LA GRANDEUR DU QUÉBEC, AVEC UN SIGNAL WI-FI OPTIMISÉ QUI NE VOUS LÂCHERA JAMAIS TENDRE, OÙ QUE VOUS SOYIEZ DANS VOTRE ENTREPRISE.

**NOUVEAU À LA GRANDEUR DU QUÉBEC  
ACCÈS INTERNET AFFAIRES  
FIBRE HYBRIDE 100/30**

- Vitesse de téléchargement de 100 Mbit/s
- Vitesse d'envoi jusqu'à 30 Mbit/s
- Capacité de transfert illimitée
- Routeur Wi-Fi gratuit en location
- Service Wi-Fi Optimum gratuit

Pour encore plus de performance, la fibre optique dédiée est aussi disponible.

1 877 224-8481  
videotron.com/affaires/internet

**SERVICE  
AFFAIRES**

**LA FIABILITÉ A UN NOM.  
ET UN CHIFFRE.  
4DEGRÉS.**

**4DEGRÉS | CENTRE DE DONNÉES CERTIFIÉ TIER 3,  
ULTRA-FIABLE ET SÉCURITAIRE POUR VOS SERVEURS.**

**4** CENTRE DE DONNÉES

4degres.com



## MAtv

Fidèle à sa mission de télévision communautaire au service de la collectivité, MAtv a proposé plus de 5 000 heures de programmation locale originale à l'échelle du Québec. Ainsi, les différentes MAtv régionales ont consacré plus de 60 % de leur grille à des contenus locaux, en plus d'offrir un accès unique à un média local et de permettre à des citoyens bénévoles de s'impliquer et de vivre une expérience télé enrichissante. À l'automne 2015, MAtv Montréal faisait place à du contenu anglophone en diffusant au-delà de 20 % de sa programmation en langue anglaise. Cinq nouvelles émissions ont ainsi été produites afin de bien représenter la pluralité des visages et des voix des Montréalais.

La grille de programmation 2015 a, plus que jamais, reflété les différentes communautés d'intérêts : la vie citoyenne, la culture locale, la diversité ainsi que le savoir-faire des citoyens d'ici. Qu'il s'agisse de magazines interculturels qui traitent des enjeux de l'immigration, d'émissions qui donnent la parole aux citoyens et aux organismes ou encore, de séries d'information juridique, l'objectif de la programmation de la chaîne vise à être accessible aux citoyens et à refléter leur réalité. La télévision communautaire de Vidéotron offre ainsi aux citoyens et aux organismes

communautaires la possibilité de soumettre leurs projets d'émissions télé en tout temps.

Solidement ancrée dans la communauté et les foyers des Québécois, MAtv est présente sur le terrain pour appuyer un grand nombre d'événements sociaux et culturels. À ce chapitre, la chaîne s'implique, sur une base annuelle, dans plus de 250 événements communautaires partout au Québec.

L'amélioration du programme *MON bénévolat* a permis à la population québécoise d'optimiser sa participation à la production d'émissions citoyennes. À MAtv, les bénévoles bénéficient d'une familiarisation et d'un encadrement grâce auxquels ils apprennent davantage sur les différents métiers de la télé. En 2015, MAtv a accueilli près de 275 bénévoles ; dans les faits, plus de 6 500 heures de bénévolat ont été réalisées par les différentes cohortes à l'échelle de la province.

Enfin, neuf citoyens impliqués dans leur communauté et qui reflètent le dynamisme de Montréal ont accepté de faire partie du Comité consultatif de MAtv dont le rôle-conseil permet, entre autres, d'assurer que la chaîne propose une programmation d'intérêt représentative de la collectivité montréalaise.



## LE SUPERCLUB VIDÉOTRON LTÉE

Déterminé à conserver sa position de chef de file dans un environnement où se bousculent nouveaux joueurs et innovations technologiques, Le SuperClub Vidéotron a accéléré la transformation de son réseau en rénovant une vingtaine de magasins, ainsi qu'en implantant le nouveau concept de boutique Vidéotron Premium, des établissements offrant plus d'espace pour la vente et le conseil. Des investissements de près de 3 M\$, réalisés avec les franchisés, ont soutenu cette transformation.

Le SuperClub Vidéotron compte dorénavant 122 magasins, dont 74 possèdent une boutique Vidéotron offrant les produits illico, Internet, téléphonie mobile et résidentielle, ainsi que 63 boutiques Microplay<sup>MD</sup>.

Au-delà de ces synergies d'affaires et de ces innovations, la qualité du service offert par des employés passionnés de cinéma demeure au cœur du succès du réseau et contribue à la fidélisation de la clientèle.





# **GROUPE MÉDIA**



La Voix

# TÉLÉDIFFUSION

## RÉSEAU TVA

Premier diffuseur francophone en Amérique du Nord avec 34,1 parts de marché, le Réseau TVA et les chaînes spécialisées de Groupe TVA se sont nettement démarqués de ses plus proches concurrents.

Le Réseau TVA a maintenu sa position de n° 1, sept jours sur sept, de *Salut, Bonjour !* au *TVA Nouvelles* de 22 h, affichant une part de marché de 23,5 %, comparativement à 13,4 % pour la Société Radio-Canada (SRC) et à 7,4 % pour la chaîne V. Le Réseau TVA s'est aussi illustré en présentant pas moins de 19 émissions qui ont rejoint plus d'un million de téléspectateurs.

*La Voix*, le *Gala Artis*, *Les beaux malaises* et *Le Banquier*, de même que les séries et téléromans comme *Boomerang*, *Pour Sarah*, *Au secours de Béatrice* et, après sept ans de succès, *Yamaska*, sont des émissions vedettes à la télévision québécoise depuis de nombreuses années et ont été suivies avec assiduité par les téléspectateurs.

En information, les bulletins de nouvelles de TVA sont de loin les plus regardés au Québec. Celui de Pierre Bruneau est le bulletin au Québec qui a atteint les plus fortes cotes d'écoute rejoignant plus de 800 000 téléspectateurs durant la saison d'hiver, soit deux fois plus de téléspectateurs que la SRC.



Le Banquier



Salut Bonjour !

Le service de l'information du Réseau TVA a réaffirmé son leadership à l'occasion des élections fédérales alors qu'une fois de plus les chaînes TVA et LCN ont été les grandes gagnantes du rendez-vous électoral d'octobre 2015. TVA a encore innové avec sa formule débat *FACE à FACE*, le débat le plus suivi de la campagne électorale. L'émission spéciale *Fédérales 2015*, animée par Pierre Bruneau, s'est imposée comme la référence au Québec rejoignant une moyenne de 717 000 téléspectateurs à TVA et de 219 000 à LCN, récoltant des parts de marché cumulées de 35,9 %.

*Salut, Bonjour!* a aussi continué à accompagner les téléspectateurs au réveil, s'inscrivant encore à l'histoire comme l'émission matinale la plus populaire au Québec. Soulignons ici qu'après 28 saisons l'émission a réussi un véritable exploit, son auditoire progressant de 7 %, avec une moyenne de 377 000 téléspectateurs.

## DES ÉMISSIONS QUI SE DÉMARQUENT

- À l'hiver 2015, *La Voix* s'est classée en tête du palmarès des émissions les plus regardées avec une moyenne de 2 774 000 téléspectateurs et une part de marché de 59 %, faisant de la version québécoise de l'émission l'adaptation n° 1 du format diffusé dans 60 pays dans le monde. L'auditoire moyen le plus élevé a frôlé les trois millions de téléspectateurs. Sur les médias sociaux, le mot-clic #LaVoixTVA a régulièrement été la tendance n° 1 au Canada et s'est même hissé en deuxième position mondiale à une occasion !
- La deuxième saison de la comédie *Les beaux malaises* de Martin Matte a été vue par près de 2 millions de téléspectateurs et a récolté plus de 17 prix en 2015, ce qui en fait la comédie la plus appréciée de l'industrie et du public.
- La nouvelle série dramatique *Pour Sarah* a obtenu une moyenne d'écoute de 1 545 000 téléspectateurs. Deux stratégies distinctes ont été mises en place et ont permis de rejoindre tant les jeunes que les adultes. La série était disponible sur le site Web de l'émission durant sept jours – tout de suite après sa diffusion sur les ondes de TVA. *Pour Sarah*, avec un auditoire de 307 000 et une part de 19,3 %, occupe la troisième position parmi les émissions les plus regardées chez les 18-34 ans.



Au secours de Béatrice



Gala Artis



L'émission spéciale Fédérales 2015

# CHAÎNES SPÉCIALISÉES

Les chaînes spécialisées de Groupe TVA ont rallié un nombre croissant d'abonnés et vu leurs parts de marché progresser. À l'hiver 2015, les chaînes de divertissement ont rejoint chaque semaine 3,2 millions de Québécois francophones, une preuve additionnelle de la pertinence des chaînes spécialisées de Groupe TVA.

Née il y a plus de 10 ans, addikTV reste le point de rendez-vous incontournable des accros de fiction. Avec plus de 1,3 million de foyers abonnés, la chaîne a attiré encore plus d'adeptes et enregistré une augmentation de ses abonnés de 12 % en un an.

MOI&cie, quant à elle, a doublé sa part de marché et son auditoire depuis un an. En variant son contenu grâce à des émissions surprenantes, osées et touchantes, la chaîne a atteint des records. Ses productions originales, dont les documentaires *#Bitch*, *Les différents* ainsi que *Les Dieux de la scène – Rebelles* et *Flip de fille* ont suscité des retombées médiatiques très positives.

En 2015, Yoopa a célébré ses cinq ans ! La marque multiplateforme s'est distinguée en offrant une programmation basée sur des valeurs importantes pour le développement des enfants, une stratégie gagnante qui a attiré 803 000 téléspectateurs par semaine.

Au printemps 2015, Prise 2 a fait des heureux avec la présentation de la première saison de *Lance et Compte*. Du côté des productions originales, la chaîne a proposé *Prise 2 se souvient – La petite histoire* qui revient sur les moments marquants d'émissions cultes diffusées de 1998 à 2007. Rappelons que Prise 2 est la seule chaîne 100 % souvenirs qui présente des contenus de tous les réseaux.

CASA rejoint chaque semaine 1,1 million de téléspectateurs en les aidant à planifier leurs projets de bricolage et de rénovation, soit 31 000 de plus que l'an dernier. Toujours aussi populaire, la plateforme Web a attiré en moyenne 283 000 visiteurs uniques par mois.



*Les Dieux de la scène – Rebelles*



*#Bitch*



*Les rénos d'Hugo*



*TVA Sports*

Pour sa part, la chaîne de nouvelles en continu LCN a dominé avec 3,6 parts de marché chez les adultes et continue d'être la référence en information.

TVA Sports s'est aussi démarquée en proposant plus de 250 matchs de hockey aux amateurs, y compris les joutes du samedi des Canadiens de Montréal, les séries éliminatoires de la Coupe Stanley et des événements spéciaux tels que la *Classique hivernale* et le *Week-end des étoiles*. Mentionnons que TVA Sports a marqué un grand coup en 2014 en signant une entente de 12 années avec la LNH.

En phase avec ses téléspectateurs, TVA Sports a innové avec une offre numérique d'avant-garde. Ainsi, le site *TVASports.ca* a connu un succès monstre, recevant 12,8 millions de visites lors des séries et enregistrant 3,2 millions de visionnements de vidéos. Parallèlement, les applications TVA Sports et TVA Sports hockey ont connu un grand succès avec plus de 300 000 téléchargements.

En plus de diffuser des matchs de la Ligue majeure de baseball (MLB) et des Blue Jays de Toronto, de la Ligue nationale de football ainsi que les matchs de l'Impact de Montréal, TVA Sports a présenté les plus grands combats de boxe, notamment lorsque Jean Pascal, Lucian Bute, Adonis Stevenson et David Lemieux sont montés dans le ring en 2015.

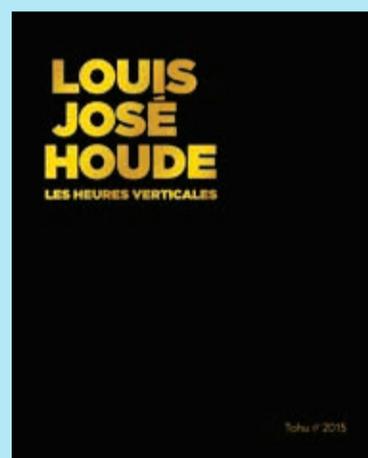
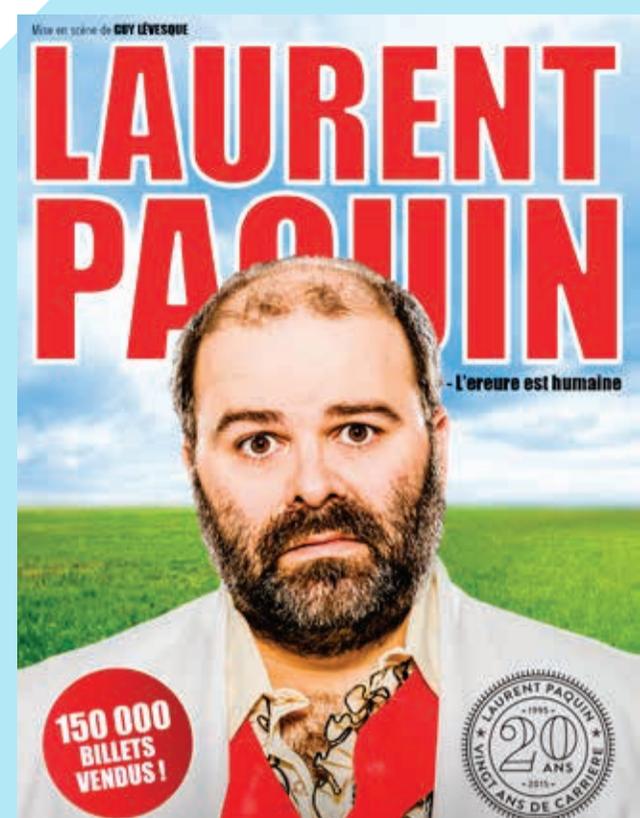
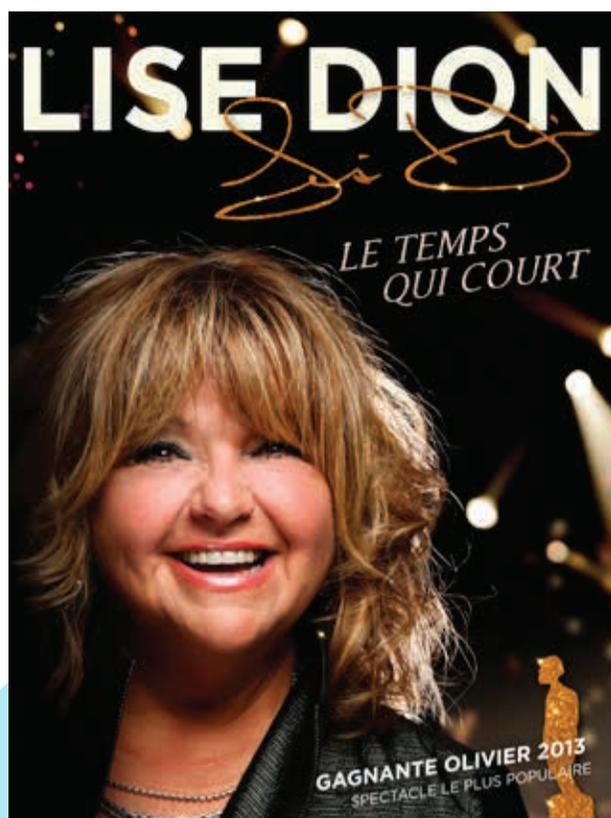
Enfin, l'avenir s'annonce prometteur pour TVA Sports, la chaîne ayant fait l'acquisition en 2015 des droits de diffusion de la Coupe du monde de hockey, des matchs de football universitaire du Réseau du sport étudiant du Québec (RSEQ) et du Sport interuniversitaire canadien (SIC), ainsi que de la Coupe Rogers et des matchs de la Women's Tennis Association.

## TVA FILMS

Tout au long de 2015, TVA Films est demeurée un acteur clé de la distribution de contenus audiovisuels québécois sur diverses plateformes, dont le DVD, les services de téléchargement, la vidéo sur demande, la vidéo sur demande par abonnement, la télévision conventionnelle – spécialisée et payante – et les sorties en salle.

TVA Films est aussi très fière d'avoir contribué au rayonnement des humoristes Louis-José Houde, Lise Dion, Jean-Marc Parent, Laurent Paquin et André Sauvé, ainsi que des séries dramatiques et humoristiques *Les beaux malaises*, *Au secours de Béatrice*, *Yamaska*, *Complexe G* et *Les jeunes loups*.

Notons que les excellents résultats de TVA Films tiennent, en bonne partie, au succès de plusieurs titres offerts en DVD, en numérique et en vidéo sur demande, dont *Les beaux malaises* et *L'événement JMP 2008-2010*.



## MELS

Au tournant de 2015, Groupe TVA a fait l'acquisition de la quasi-totalité des actifs de Vision Globale. Dans la dernière année, Groupe TVA a modernisé l'image de ses services cinématographiques et audiovisuels en choisissant une marque dont la notoriété est déjà solidement établie dans l'industrie : MELS.

MELS est la plus importante entreprise canadienne de services liés au cinéma et à la télévision. Son offre, inégalée en Amérique du Nord, comprend 18 studios de renommée mondiale qui totalisent 350 000 pieds carrés, des technologies pour soutenir les projets les plus ambitieux et une main-d'œuvre dont le professionnalisme est reconnu.

Plusieurs projets d'envergure ont occupé cette filiale, dont le tournage du prochain long métrage de la série des *X Men*, les effets visuels photo réalistes et la postproduction du film biographique franco-germano-canadien *Race* – qui s'est avéré le plus grand projet de MELS en matière d'effets visuels à ce jour – ainsi que la prestigieuse série *Versailles* pour laquelle MELS a signé les effets visuels et la postproduction. Ajoutons le tournage en studio et la postproduction du long métrage de Denis Villeneuve, *The Story of your Life*, ainsi que la postproduction du vidéoclip d'Adele, réalisé par le cinéaste québécois Xavier Dolan.

# JOURNAUX

## QUOTIDIENS

Le *Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec* et le journal gratuit *24 heures* se sont à nouveau distingués en 2015. Selon les données recueillies, les trois quotidiens ont rejoint chaque semaine plus de 3,8 millions de lecteurs, toutes plateformes confondues, ce qui démontre la place de choix qu'ils occupent au Québec dans leur marché.

La version imprimée du *Journal de Montréal* est plus populaire que jamais avec près de 2,4 millions de lecteurs hebdomadaires. Ces solides résultats ont confirmé hors de tout doute l'à-propos de la décision du *Journal de Montréal* de laisser le choix à ses lecteurs de s'informer sur leur plateforme préférée : papier, ordinateur, téléphone ou tablette. Au total, *Le Journal de Montréal* a rejoint près de 3,1 millions de lecteurs chaque semaine.

Pour sa part, *Le Journal de Québec* a rejoint chaque semaine 487 000 lecteurs de 12 ans et plus, toutes plateformes confondues. Pas moins de 70 % des résidents de la grande région de Québec ont consulté ce quotidien chaque semaine.

Les différentes plateformes numériques du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec* leur ont permis de se positionner comme chefs de file dans le domaine des nouveaux médias au Québec. Au nombre des innovations, soulignons leur site Web, qui s'adapte à tous les écrans, ainsi que l'application mobile J5, personnalisable et gratuite, qui a été pensée et conçue pour les utilisateurs de téléphones intelligents. Sa stratégie numérique a d'ailleurs permis une hausse spectaculaire des consultations de ses sites Web, principalement sur mobile. De plus, l'application mobile s'est méritée deux Eppy Awards et un prix Numix, des récompenses qui gratifient annuellement l'excellence dans les médias numériques.

C'est aussi avec fierté que *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* ont annoncé en décembre 2015 qu'ils étaient les premiers médias francophones au Canada à publier leurs articles sur Instant Articles, un nouveau programme dédié aux médias sur Facebook. Les deux quotidiens ont ainsi continué à affirmer leur présence sur les réseaux sociaux.

De son côté, le journal gratuit *24 heures* a rejoint chaque semaine près de un million de lecteurs, toutes plateformes confondues. Parmi ceux-ci, plusieurs lecteurs convoités par les annonceurs, soit un lectorat âgé de moins de 35 ans dans une proportion de 39 % et titulaire d'un diplôme universitaire dans une proportion de 38 %.

Le *24 heures* a connu une importante refonte numérique en juin. Cette refonte a porté ses fruits puisque la section du *24 heures*, maintenant hébergée sur le populaire site du *Journal de Montréal*, a enregistré une augmentation de 126 % de ses visiteurs uniques et de 48 % du temps passé sur le site par rapport à l'an dernier.

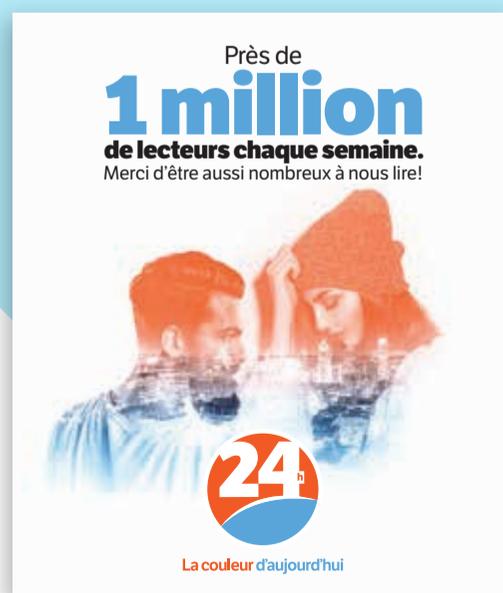
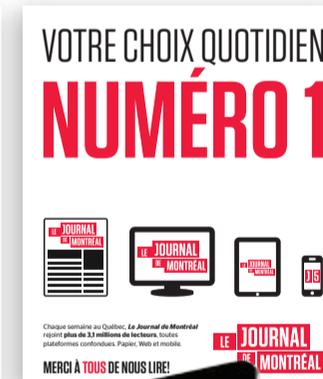


## MESSAGERIES DYNAMIQUES

En 2015, Messageries Dynamiques est devenue un interlocuteur incontournable au Québec pour tous les éditeurs de magazines de langue française, notamment à la faveur de l'entente intervenue avec le distributeur spécialisé dans la presse internationale, LMPI, à la toute fin de 2014. Plusieurs nouveaux éditeurs importants ont confiés leurs titres à Messageries Dynamiques, notamment *Ricardo*, *Trois fois par jour*, *VÉRO* et l'éditeur européen Mondadori (*Science & Vie*).

Pour ses deux principaux quotidiens, soit le *Journal de Montréal* et le *Journal de Québec*, l'entreprise a également obtenu, en août 2015, l'accès exclusif à 77 succursales Walmart principalement au Québec et dans les provinces maritimes. Elle a aussi accru sa collaboration avec certains de ses éditeurs de journaux, dont *The Globe and Mail* et le *Montreal Gazette*.

Plus de 50 ans après sa fondation, Messageries Dynamiques demeure le chef de file de son secteur et continue à offrir un service de haut niveau, parcourant chaque jour – 361 jours par année – plus de 22 000 kilomètres afin de distribuer 800 titres, dont 6 quotidiens d'importance. Un peu plus de 7 000 points de ventes de magazines et plus de 4 000 restaurants composent la clientèle de ce géant de la distribution au Québec.

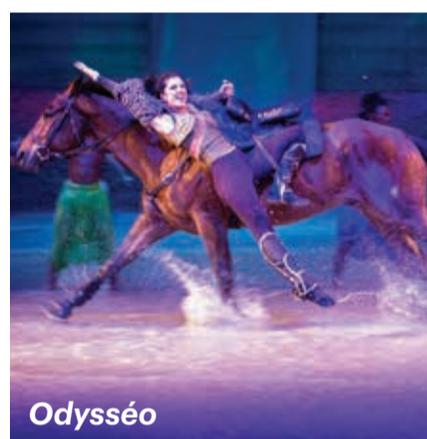


# AGENCE QMI

Forte de ses médias bien établis et dominants dans leurs marchés, Agence QMI a continué à assurer une couverture de l'actualité de qualité tout au long de 2015.

Référence médiatique pour tous les besoins en matière d'information, Agence QMI, établie en 2014, a permis d'apporter une valeur ajoutée aux services offerts à ses clients.

Il en a été de même pour le Bureau d'enquête créé en 2013, dont le patient et minutieux travail a permis de livrer des reportages exclusifs (dans une proportion de 99 %) de grande qualité sur des sujets variés et pertinents, comme le recrutement de jeunes Québécois par le groupe armé État islamique, le vol de documents importants dans la voiture d'un haut gradé de la police de Montréal et la découverte d'un site contaminé aux BPC en banlieue de Montréal. Plusieurs dizaines d'enquêtes ont ainsi été proposées aux lecteurs québécois.



## AFFICHAGE

Présente dans l'espace public à Montréal, à Laval et à Lévis avec près de 3 500 faces publicitaires, Québecor Média Affichage est devenue un partenaire de premier plan des annonceurs, rejoignant 93 % de la région métropolitaine de Montréal chaque semaine.

Québecor Média Affichage est aussi devenue un acteur créatif dans le domaine du mobilier urbain avec ses abribus numériques, dont les 82 faces interactives rejoignent 1,9 million de piétons et d'automobilistes chaque semaine.

Forte de ses récents succès au sein du réseau de la Société de transport de Montréal, Québecor Média a été choisie en 2014 pour assurer la gestion et l'exploitation publicitaire des abribus de la Société de transport de Laval et des abribus, ainsi que des autobus de la Société de transport de Lévis à compter de janvier 2015.

Soulignons que les technologies de reconnaissance gestuelle offrent aux passants la possibilité d'interagir avec les contenus affichés, de même que l'accès à l'actualité présentée par la chaîne LCN.

# MAGAZINES

En octobre 2015, TVA Publications et Les Publications Charron & Cie ont fièrement annoncé qu'elles étaient désormais les chefs de file de l'industrie canadienne du magazine grâce à plus de 9 millions de lecteurs toutes plateformes confondues et plus de 50 titres publiés annuellement.

De plus, avec 3,2 millions de lecteurs multiplateformes pour ses titres francophones et plus de 8,1 millions de lecteurs pour ses titres anglophones à chaque édition, le secteur Magazines de Groupe TVA est plus près que jamais des consommateurs qui apprécient ses différentes marques d'un océan à l'autre.

2015 a été une année marquante pour le secteur Magazines alors que Groupe TVA concluait l'acquisition de 14 magazines, de 3 sites Web et de contrats relatifs à l'édition sur mesure de Transcontinental. Groupe TVA a ainsi acquis des marques phares parmi les plus populaires du marché des magazines canadiens, dont *Coup de pousse*, *Canadian Living*, *Style at Home*, *The Hockey News*, *ELLE Canada*, *ELLE Québec* (Groupe TVA détient une participation effective de 51 % dans l'entreprise qui exploite les magazines *ELLE Canada* et *ELLE Québec* avec Groupe Hearst qui détient 49 % des actions), *Le Bel Âge* et *Good Times* (Groupe TVA et Groupe Bayard détiennent mutuellement 50 % des parts de Publications Senior inc., qui publie les magazines *Le Bel Âge* et *Good Times*). Cette transaction s'est inscrite dans une stratégie de consolidation de sa position de chef de file de l'industrie du magazine et permet d'offrir aux annonceurs une offre personnalisée et variée qui sait répondre à leurs attentes.

Le secteur Magazines de Groupe TVA a suscité de l'intérêt en recevant de nombreux prix et reconnaissances au cours de 2015, démontrant ainsi l'esprit créatif de ses équipes et leur capacité à rejoindre leur lectorat sur de multiples plateformes.

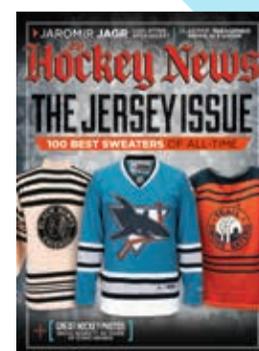
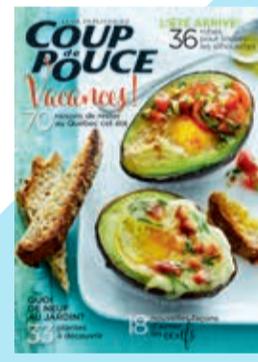
Au nombre des publications récompensées, mentionnons :

- › *Canadian Living*
- › *ELLE Canada*
- › *ELLE Québec*
- › *Clin d'œil*
- › *Style at Home*
- › *7 Jours*
- › *Les idées de ma maison*

Le secteur Magazines a poursuivi le déploiement de son plan stratégique visant à consolider sa position et à mieux répondre aux attentes des lecteurs et des annonceurs. Dans le but de maintenir cette position dans le marché, elle a cessé la parution de certains magazines.

Cette stratégie permet aux marques phares de TVA Publications et de Les Publications Charron & Cie telles que *7 Jours*, *La Semaine*, *TV Hebdo*, *CHEZ SOI*, *Coup de pousse*, *Les idées de ma maison*, *Canadian Living*, *ELLE Canada*, *Elle Québec*, *Clin d'œil*, *Style at Home* et *The Hockey News Magazine* de bénéficier d'un appui plus soutenu pour continuer à croître et à rayonner dans leurs marchés. Cette décision permettra aussi aux annonceurs de mieux cibler leur clientèle pour atteindre leurs objectifs d'affaires en bénéficiant d'un portefeuille de plus de 50 titres.

Enfin, le secteur Magazines s'est démarquée en tant qu'acteur incontournable en édition et en contenu sur mesure. À ce titre, les magazines *Cellier* et *Tchin Tchin*, de la Société des alcools du Québec, le magazine de l'Impact de Montréal, *CAA Touring*, *Présent*, le magazine de la Banque Nationale et le magazine *Inuit* d'Air Inuit, ont mis à contribution l'expertise de TVA Publications et de Les Publications Charron & Cie dans ce domaine.



# LIVRES

## GROUPE LIBREX INC.

Groupe Librex a consolidé son programme éditorial dans ses quatre genres littéraires dominants : fiction, biographie et récit, guides pratiques et ouvrages de référence en santé et bien-être, voyage.

Pour la deuxième année consécutive, Éditions Libre Expression remporte la palme du meilleur vendeur dans la catégorie biographie avec *Le monstre* d'Ingrid Falaise, tandis que la quatrième place est allée à *Ensemble pour toujours* de Denis Monette. Une autres biographie attendue, *Buena Vida*, de Florence K, a suscité un intérêt marqué chez les lecteurs québécois. Parmi les romans de cette maison, *Journal d'un disparu*, le premier roman de l'auteur-compositeur-interprète Maxime Landry et *Petite mort à Venise*, le 14<sup>e</sup> ouvrage de l'auteure et comédienne Francine Ruel, se retrouvent parmi les 10 romans québécois de l'année. Par ailleurs, des auteurs connus ont publié des romans tels que *Ma vie est entre tes mains* de Suzanne Aubry, qui sera édité en France chez Robert Laffont ainsi que le dernier opus de la série *La vie sucrée de Juliette Gagnon* de Nathalie Roy, dont la série *La vie épicée de Charlotte Lavigne* est publiée en France chez Pocket. Le journaliste, chef d'antenne chez TVA et auteur Michel Jean a aussi publié son cinquième roman, *La belle mélancolie*.

Aux Éditions internationales Alain Stanké, le poète et slameur David Goudreault a signé un premier roman remarqué et finaliste au Grand prix littéraire Archambault 2016, *La bête à sa mère*.

De leur côté, les Éditions La Semaine ont publié *Famille futée 2*, qui s'est avéré le livre le plus vendu au Québec en 2015, un incontournable chez les familles pour lesquelles une saine alimentation est un mode de vie. Alexandra Diaz, animatrice reconnue et Geneviève O'Gleman, nutritionniste réputée, proposent dans cet ouvrage des recettes santé originales, simples et gourmandes, toujours à moins de 5 \$ par portion.

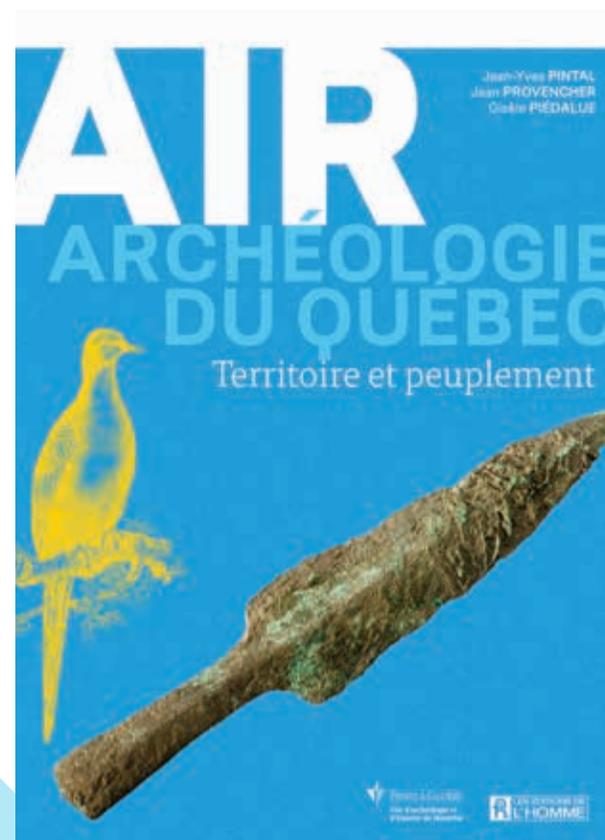
## GROUPE HOMME

Les Éditions de l'Homme ont poursuivi en 2015 leurs collaborations avec les grandes institutions muséales avec la parution de *AIR – Territoire et peuplement*, premier tome de la collection « Archéologie du Québec » (Musée Pointe-à-Callière), et de *Dans l'œil de Vittorio* (Musée McCord).

Le succès de *300 raisons d'aimer New York* de Marie-Joëlle Parent a mené au développement d'une collection de guides de voyage qui prendra sous peu de l'expansion avec des titres sur des destinations tendances.

La sexologue Jocelyne Robert a fait le saut du côté de la fiction et offert au public son premier roman : *Mensonges d'enfance*, premier tome de la trilogie *Gwendoline Dernière*. Les fidèles lecteurs de Chrystine Brouillet ont également pu se mettre sous la dent la suite des aventures de Louise dans *La mort mène le bal*.

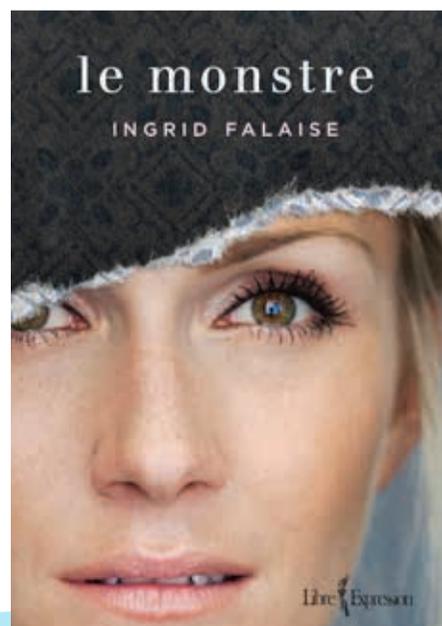
Les Éditions de l'Homme ont aussi publié plusieurs essais, comme *Prendre la*



*parole* de Jean-Luc Mongrain et *#Bitch* de Jasmin Roy. La maison d'édition se réjouit aussi du succès de *La santé repensée* du Dr Gaétan Brouillard et de *L'art de se réinventer* de Nicole Bordeleau, qui ont été sur toutes les tribunes.

L'année a été gourmande avec la publication de plusieurs livres de recettes, dont *La cuisine d'Helena*, premier livre de cuisine de la chef montréalaise Helena Loureiro. Les Éditions de l'Homme sont très fiers de la nomination de *Boulanges et boustifaille – 75 recettes pour faire la fête autour du pain* au gala Taste Canada.

Enfin, la collection jeunesse « Raconte-moi » a pris son envol chez Les Éditions Petit Homme en 2015. Ces récits biographiques, qui permettent aux lecteurs d'âge scolaire d'en découvrir davantage sur des personnalités publiques au parcours singulier et inspirant, se sont écoulés à plus de 30 000 exemplaires.



## LE GROUPE VILLE-MARIE LITTÉRATURE INC.

En 2015, VLB éditeur n'a pas failli à son mandat littéraire et culturel en publiant, entre autres, *Lettres à une jeune cinéaste*, de Micheline Lanctôt, une monumentale *Histoire du RIN*, signée par Claude Cardinal et *Je veux une maison faite de sorties de secours*, ouvrage pour lequel Claudia Larochelle a recueilli les témoignages et réflexions des proches et des contemporains de Nelly Arcan sur son œuvre et sa vie. Au rayon de la fiction, Ablah Farhoud a revisité les territoires de l'enfance dans *Toutes celles que j'étais*, Mylène Gilbert Dumas a livré *Sur la glace du fleuve*, le deuxième tome du grand roman *Une deuxième vie*, et Jennifer Tremblay a signé le remarqué *Blues nègre dans une chambre rose*.

En poésie, Les Éditions de l'Hexagone ont publié les nouvelles voix fortes de Chloé Savoie-Bernard et de Samuel Mercier, ainsi qu'un ouvrage important par l'un des vétérans de la maison, Fernand Ouellette : *Avancées vers l'invisible*. La maison d'édition a fait paraître une nouvelle édition en grand format du texte définitif de *L'homme rapaillé* de Gaston Miron, ainsi que *Lettres, 1949-1965* (édition établie par Marilou Sainte-Marie), un imposant recueil méticuleusement annoté de sa correspondance. Mentionnons enfin *Le Pigeon*, revue de création francophone dont les deux premiers numéros, parrainés par Dany Laferrière et Jérôme Ferrari, ont été salués des deux côtés de l'Atlantique.

Les Éditions de La Bagnole ont continué de séduire les enfants par la finesse et l'intelligence de ses œuvres, avec

notamment *Pikiq*, de Yayo, l'émouvant *Hochelaga mon quartier*, un recueil de poèmes d'écoliers illustré par Rogé, et deux nouveaux tomes dans la série *Défense d'entrer*, par Caroline Héroux, dont le succès se confirme à chaque nouvelle parution.

Enfin, 2015 a vu naître Les Éditions du Journal, une maison dont la vocation est d'offrir un nouveau format et une nouvelle audience aux contenus du *Journal de Montréal*. Les premiers titres publiés, *Gallant – Confessions d'un tueur à gages* par Éric Thibault et Félix Séguin, et *Nouvelle-France – ce qu'on aurait dû vous enseigner* par Gilles Proulx, ont rencontré un vif succès, ce qui est de très bon augure pour la suite des choses !

Les auteurs de Groupe Ville-Marie Littérature ont reçu neuf prix littéraires prestigieux en 2015.

## LES ÉDITIONS CEC INC.

Soucieuses d'apporter des solutions pratiques et innovantes aux milieux québécois et ontarien de l'éducation à la faveur du virage numérique pris par les écoles au cours des dernières années, Les Éditions CEC disposaient, au terme de 2015, d'un catalogue de plus de 34 000 exercices interactifs destinés aux élèves des niveaux primaire et secondaire en mathématiques, en français, en anglais, en sciences et en histoire.

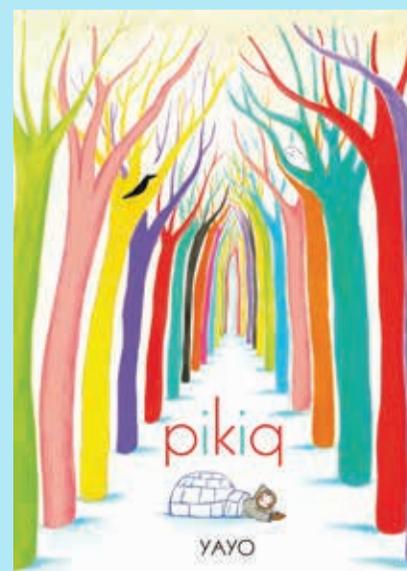
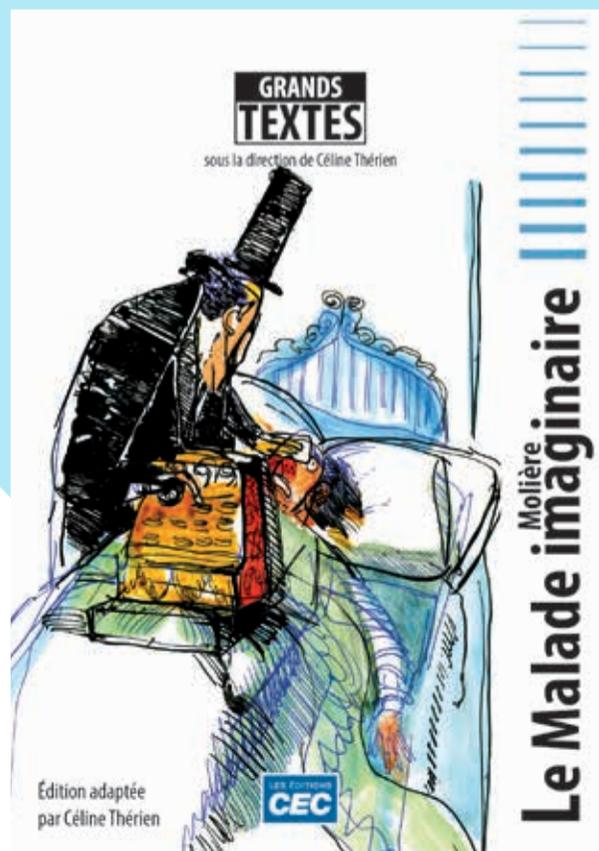
Ce rôle de premier plan dans l'édition scolaire numérique s'est aussi confirmé avec le lancement de nouvelles collections *Classe branchée* au primaire et au secondaire. Aujourd'hui, ce sont 20 collections *Classe branchée* qui se distinguent, notamment en proposant des exercices interactifs en ligne pour les élèves.

De plus, Les Éditions CEC sont fières de pouvoir offrir désormais 46 œuvres de littérature française et québécoise, avec un accompagnement pédagogique conçu entièrement au Québec, pour les cours de niveau collégial : la collection *Grands textes*.

## MESSAGERIES A.D.P. INC.

Messageries ADP a encore une fois démontré son dynamisme commercial en 2015 en enregistrant des ventes de près de 6,4 millions d'exemplaires tirés de près de 50 000 titres différents (romans, recettes, bandes dessinées, manuels scolaires). Disposant d'un catalogue numérique de plus de 21 700 titres et ayant ajouté 7 maisons d'édition, dont *Coup de pouce*, à son portefeuille, Messageries ADP a réaffirmé sa position de premier diffuseur et distributeur de livres francophones au Canada.

Forte du succès obtenu en 2014, *La Journée ADP* a dépassé les attentes en 2015. L'incontournable rendez-vous a réuni plus de 400 artisans de l'édition québécoise, libraires, bibliothécaires, éditeurs et détaillants. Messageries ADP a aussi entretenu une grande proximité avec ses clients et lecteurs en participant à plusieurs congrès pédagogiques et à tous les salons du livre tenus au Québec.



# MUSIQUE

## MUSICOR

En 2015, Musicor a poursuivi ses activités et consolidé sa place parmi les plus importants joueurs de l'industrie, mettant en marché huit albums musicaux et se méritant deux disques d'or pour les albums *Hommage à Patsy Cline*, de Brigitte Boisjoli et *Forever Gentlemen*, avec la participation de Roch Voisine, de Garou et de Corneille.

S'ajoutent à ces succès le premier album solo de Rémi Chassé, *Debout dans l'ombre*, finaliste de la cuvée 2014 de *La Voix*, l'album *PAG revisité*, avec des artistes de la nouvelle génération, l'album *Nuit de Noël* de Michaël, l'album d'Yves Lambert et de Socalled, *Lambert dans ses bottines*, de même que le DVD *Maternité santé* de Josée Lavigueur, pour ne nommer que ceux-ci.

Ste-4 Musique, l'étiquette d'artistes émergents qui a soufflé ses trois bougies en 2015, a aussi poursuivi les activités promotionnelles de l'album *Gazebo* de Joseph Edgar, qui s'est mérité une nomination à l'ADISQ, et de *Chien noir*, de Caravane, également mis en nomination à l'ADISQ et pour lequel la maison de disques a produit un mini album acoustique qui a connu un beau succès.

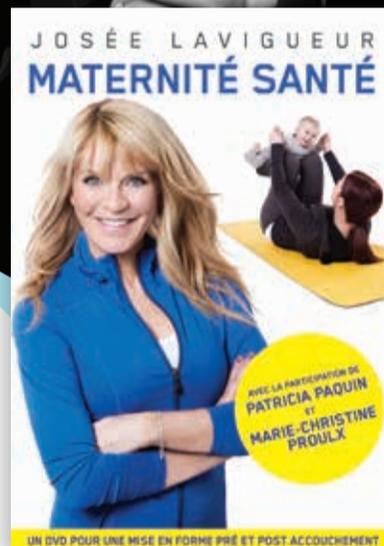
L'année de Musicor Spectacles a aussi commencé en force avec la production du gala *Célébration 2015* de Loto-Québec. L'entreprise a également poursuivi la promotion de la tournée de Véronic DiCaire au Québec, *La voix des autres*, qui remporte un vif succès auprès du public avec ses 33 représentations.

Musicor Spectacles est fière d'avoir présenté 7 productions, pour un total de 109 représentations en salle, dans des festivals et lors d'événements corporatifs. L'année 2015 s'est d'ailleurs terminée avec le spectacle *Noël à deux* de Marie-Eve Janvier et Jean-François Breau, qui s'est avéré, une fois de plus, un grand succès pour une troisième année consécutive. Des artistes tels Étienne Drapeau et Joseph Edgar ont aussi confié la production de leur spectacle à l'entreprise. Enfin, Musicor Spectacles a conclu des ententes de représentation et de promotion avec Rémi Chassé, Caravane, Charles Dubé, Julie Lamontagne et Mentana.

## DISTRIBUTION SELECT

Distribution Select a maintenu son statut de premier distributeur indépendant au Canada affichant 56 % des parts de marché francophone au Québec et 19 % de l'ensemble des produits vendus au Québec. Grâce à un catalogue de plus de 8 300 titres audio et 1 640 produits vidéo, l'entreprise reste un acteur essentiel et une puissante locomotive pour la musique québécoise.

Pas moins de 30 nouvelles étiquettes et producteurs de partout au monde ont conclu des ententes avec l'entreprise en 2015. Distribution Select a aussi mis en marché 1 050 nouvelles parutions audio et 199 en vidéo. Ces parutions comprennent le succès phénoménal du nouvel album d'Adele, *25*, qui a



*Forever Gentlemen*



fracassé plusieurs records de ventes en seulement quelques semaines à la fin de l'année.

Signe indéniable de la diversité musicale proposée par le distributeur, 26 trophées décernés lors du Gala ADISQ 2015 ont été remis à des artistes, des producteurs et des collaborateurs de Distribution Select, dont Marie-Pierre Arthur, Angèle Dubeau, Jean Leloup, Maxime Landry, Ariane Moffatt et Pierre Lapointe. Il n'est donc pas surprenant que 10 des 13 certifications disque d'or et disque de platine décernées par Music Canada pour des œuvres francophones aient été remises à des membres de la famille de Distribution Select en 2015, dont Isabelle Boulay, Paul Daraïche, Jean Leloup, Mario Pelchat et Yoan, pour ne nommer que ceux-ci.



Distribution Select a également continué à développer les marchés audio et vidéo non traditionnels en devenant le distributeur officiel de produits musicaux et de DVD pour la chaîne de magasins Tigre Géant, ajoutant à son actif plus de 200 points de vente au Canada, dont plus de 50 magasins au Québec. En distribution numérique, Distribution Select a conclu une entente avec l'agence Merlin, ce qui lui permettra d'étendre son réseau de distribution numérique.

# QUÉBECOR CONTENU

# CONTENU

Québecor Contenu agit à titre d'expert en contenu pour le Réseau TVA et ses chaînes spécialisées, illico et Club illico. Elle est active dans trois secteurs d'activité : gestion des marques et productions originales, acquisition de contenus canadiens et étrangers ainsi que création et développement international.

Québecor Contenu est animée par la volonté de faire confiance aux créateurs d'ici. Le Québec regorge d'artisans qui ne demandent qu'à être mis en valeur et Québec est fière d'assumer sa position de chef de file en création, en innovation et en exportation de contenus distinctifs et de qualité.

Experts dans tous les genres et partenaires des producteurs d'ici, Québecor Contenu souhaite offrir les meilleurs contenus aux Québécois tels que *Pour Sarah*, *Boomerang*, *Blue Moon*, *Le Tricheur*, *Karl & Max* et *Les rénos d'Hugo*.

L'année 2015 s'est avérée porteuse pour Québecor Contenu, qui a réaffirmé sa place sur le marché international avec la signature de nombreuses ententes d'envergure telles que la conclusion d'une entente de trois ans avec Warner – qui permet au Réseau TVA d'avoir accès à tous leurs films en primeur et à une sélection de films récents pour le Club illico –, ainsi que la conclusion d'une entente stratégique de trois ans avec NBCUniversal, qui garantit à Québecor un droit de premier regard sur leurs séries et l'accès à leurs films pour l'ensemble de ses plateformes, en plus de l'obtention d'un droit de premier regard sur les contenus de sports pour TVA Sports.

Du côté des titres, Québecor Contenu a procédé à l'acquisition de plusieurs des meilleurs contenus étrangers disponibles pour l'ensemble des ses plateformes, dont les séries *Limitless* pour TVA, *Heroes Reborn* et *Legends of Tomorrow* pour Club illico, *Blindspot* et *Mr. Robot* pour addik<sup>TV</sup>, *Home Free* et *Master Chef Junior* pour

*CASA*, *Diet Wars* et *Food Fighters* pour MOI&Cie ainsi que *Dino Dan* et *Miss Moon* pour Yoopa.

Québecor Contenu a aussi réaffirmé son dynamisme en prenant part aux plus importants marchés internationaux de contenu, dont le MIPTV, le MIPCOM, les L.A. Screenings, le Kidscreen Summit et le Realscreen Summit.

Québecor Contenu a accentué le développement de formats de calibre international grâce à l'appui de son équipe de concepteurs et de ses alliances créatives avec des entreprises internationales de premier plan, dont NBCUniversal, Armoza Formats, TF1 Production et Kabo.

Les formats *Faites comme chez vous* et *La relève* se sont ajoutés à *Sur invitation seulement* et *Le Tricheur* aux propriétés déjà détenues et distribuées à l'étranger. Les projets *Sur la route* et *Freeze* sont par ailleurs en voie de conclusion avec Armoza Formats et NBCUniversal, respectivement.

Par ailleurs, Québecor Contenu a obtenu les droits de distribution internationale de *Les 400 coups*, *Vol 920*, ainsi que *Karl & Max*. Propriété de Productions J et produite au Québec par Productions Déferlantes, *Vol 920* a fait l'objet d'une entente d'adaptation en Italie avec la compagnie Magnolia pour le compte de la chaîne Italia 1. C'est la deuxième fois que Québecor Contenu voit une de ses séries adaptées à l'étranger, après *Un sur 2* en Pologne.

En collaboration avec C2 Montréal, Québecor Contenu a organisé le concours *P.I.T.C.H.*, la première compétition de formats pour la télé au Québec. La compétition, supervisée par un jury international, a suscité la présentation de 220 projets de formats provenant de 135 participants.



# **GROUPE SPORTS ET DIVERTISSEMENT**



# CENTRE VIDÉOTRON

Le Centre Vidéotron a été inauguré officiellement le 8 septembre 2015 et a ouvert ses portes au public le 12 septembre, faisant salle comble avec 18 250 spectateurs. Cette soirée grandiose et spectaculaire a proposé plusieurs événements mémorables tels qu'un match des Remparts de Québec ainsi qu'un grand événement festif extérieur. Plusieurs personnalités artistiques, politiques et sportives se sont d'ailleurs présentées pour défiler sur le tapis d'honneur jaune. Rappelons que la construction de cet amphithéâtre à la fine pointe de la technologie a débuté en septembre 2012 pour se terminer, dans les temps et budgets, en septembre 2015.

Le premier spectacle présenté sur place a eu lieu le 16 septembre et c'est le groupe Metallica qui s'est produit sur la scène centrale, à guichet fermé. De septembre à décembre, le Centre Vidéotron a accueilli 8 spectacles affichant un taux d'occupation total de plus de 88 %, 2 événements sportifs professionnels et plus de 20 matchs des Remparts de Québec.

Québecor Média a aussi annoncé la conclusion d'un partenariat stratégique d'une durée de huit années avec AEG Facilities, chef de file mondial de la gestion d'installations sportives et culturelles. La division AEG Live collaborera avec Groupe Sports et divertissement à l'élaboration de la programmation de certains événements, de spectacles et de tournées qui seront présentés au Centre Vidéotron.

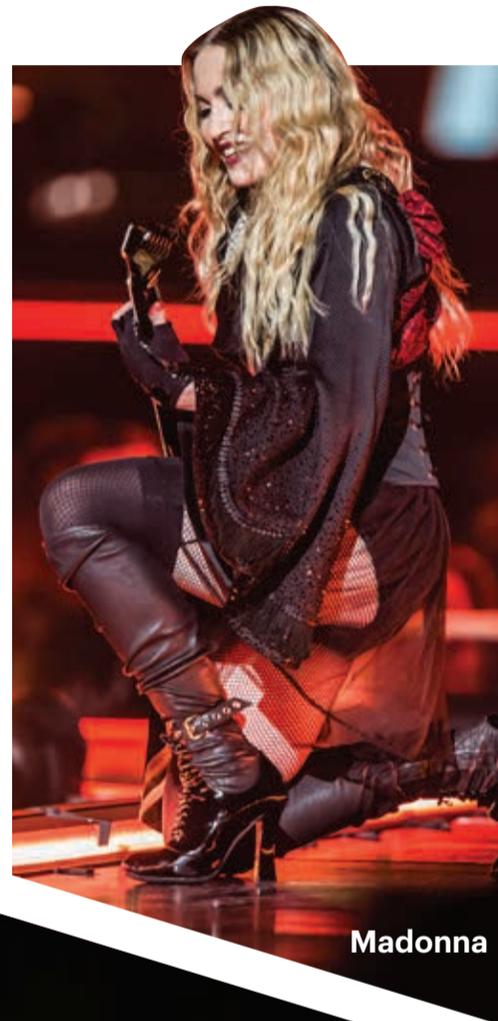
Jouissant déjà d'une réputation avantageuse malgré son jeune âge, le Centre Vidéotron a reçu plusieurs distinctions depuis son ouverture, dont une mise en nomination au titre de Meilleur nouvel amphithéâtre d'envergure attribuée par Pollstar, une reconnaissance du magazine britannique *Stadia*, qui a retenu l'amphithéâtre de Québec dans son palmarès mondial des nouvelles infrastructures sportives en 2015, le prix du public aux Mérites de l'Architecture

2015 de la Ville de Québec et le prix Performance de l'année pour les journées de visites organisées par la Ville de Québec.

De plus, le magazine britannique *PanStadia & Arena Management* a consacré trois pages au Centre Vidéotron sous la rubrique « Le Meilleur de 2015 ». Le magazine *Venues Today* a fait une couverture de 10 pages à la suite de l'ouverture du Centre Vidéotron dans son édition de septembre et le magazine *Professional Sound* s'est penché sur l'acoustique de l'établissement, saluant sa remarquable qualité.



Metallica



Madonna



Inauguration officielle  
du Centre Vidéotron



Coupe du monde UCI de vélo de montagne



Coupe du monde FIS de snowboard

## GESTION D'ÉVÉNEMENTS

L'année 2015 restera sans aucun doute en mémoire comme une période particulièrement effervescente sur le plan de l'organisation d'événements sportifs et culturels pour l'équipe de Gestev.

Au nombre des manifestations sportives qui ont fait accourir les amateurs de sensations fortes et de performances relevées, notons la Coupe du monde FIS de snowboard, la Coupe du monde UCI de vélo de montagne, la Coupe Banque Nationale de tennis, la 10<sup>e</sup> édition – à Québec – du fameux Red Bull Crashed Ice, aujourd'hui considéré comme un événement phare du circuit du Championnat du monde de Ice Cross Downhill, et la course de boîtes à savon Red Bull tenue au centre-ville de Montréal.

Du côté de la culture et du divertissement, c'est près d'une vingtaine de rendez-vous que Gestev a proposés aux Québécois, parallèlement aux rencontres sportives inscrites à l'horaire ou dans le contexte d'événements tenus à la Baie de Beauport, dont elle continue à assumer la gestion. L'entreprise a également été très active, à l'instar de l'année précédente, dans les domaines de l'exploitation de commandites, des relations médias et du marketing, notamment pour le compte de Vidéotron et de Desjardins.



Course de boîtes à savon Red Bull

La créativité, le dynamisme et le professionnalisme de l'équipe de Gestev ont, par ailleurs, été salués de nouveau cette année par deux distinctions remarquables : le Prix distinction de la Fédération québécoise des sports cyclistes pour le Vélirium 2015 ; et le prix de la catégorie Matières résiduelles remis par Recyc-Québec dans le cadre de la soirée Les Vivats 2015 – Les prix Loto-Québec pour les événements écoresponsables, organisée par le Conseil québécois des événements écoresponsables, afin de saluer l'organisation de la Coupe du monde UCI de vélo de montagne 2014.

# HOCKEY

Élément essentiel de notre identité nationale, le hockey fait partie de notre ADN. C'est pourquoi Québecor est la fière copropriétaire de l'Armada de Blainville-Boisbriand et, depuis novembre 2014, propriétaire des Remparts de Québec, deux équipes de la LHJMQ.

L'année 2015 a été particulièrement porteuse d'espoir alors que les Remparts de Québec ont élu domicile au nouveau Centre Vidéotron. Les amateurs ont d'ailleurs été au rendez-vous alors que l'assistance moyenne est passée de 9 698 spectateurs par match pour la saison 2014-2015 à 13 635 spectateurs pour la première partie de la saison 2015-2016.

Au terme de la saison 2014-2015, l'équipe de la Capitale-Nationale s'est positionnée en quatrième position au classement général et en deuxième position de la division Est, s'inclinant en finale de la Coupe du Président face à l'Océanic de Rimouski et en demi-finale de la Coupe Memorial face au Rockets de Kelowna. En 2015, l'équipe des Remparts de Québec a d'ailleurs été l'hôte de la fameuse Coupe Memorial, un trophée remis chaque année à la meilleure équipe de hockey junior de la Ligue canadienne de hockey.

De son côté, l'Armada de Blainville-Boisbriand a connu une excellente saison 2014-2015, terminant en troisième position du classement général et en première position de la division Ouest. L'équipe a terminé son parcours au premier tour des séries éliminatoires face aux Olympiques de Gatineau. Une assistance moyenne de 2 676 spectateurs par match a été enregistrée.

Mentionnons également que l'équipe a été nommée PME de l'année 2015 par la Chambre de commerce et d'industrie Thérèse-De Blainville lors du Gala Stellar.

Du côté des ligues majeures, le 20 juillet 2015, Québecor a officiellement déposé sa candidature dans le cadre du projet d'expansion de la LNH afin d'obtenir une franchise pour une équipe de hockey professionnelle à Québec. Par la suite, la haute direction de Québecor a présenté au comité exécutif de la LNH réuni à New York son projet visant à obtenir une franchise.



L'équipe de l'Armada de Blainville-Boisbriand



L'équipe des Remparts de Québec



# ENGAGEMENT SOCIAL

## NOS EMPLOYÉS

L'année 2015 a été marquée par une évolution de la culture organisationnelle de l'entreprise vers une culture encore plus audacieuse. En effet, les pratiques de gestion de Québecor se sont orientées afin d'intensifier son agilité, d'aligner les objectifs de ses équipes sur ses priorités d'affaires et de stimuler l'engagement de ses quelque 10 300 employés. En termes d'agilité, Québecor cherche en tout temps le juste équilibre alliant saine gouvernance et allègement administratif afin que chacun de ses gestes contribue à créer de la valeur ajoutée pour les clients. En matière d'alignement clair, l'entreprise communique des objectifs précis tout en préconisant une approche souple encourageant l'innovation, la responsabilisation et la haute performance et enfin, en matière d'engagement, Québecor encourage les employés à haut potentiel et s'assure que chaque fonction soit occupée par les plus compétents. Soutenue par son approche collaborative multifiliale, elle encourage le partage d'expertises et le travail d'équipe tout en appuyant les occasions de carrière à l'interne.

L'entreprise a créé en 2015 une nouvelle approche de gestion de la performance à la fine pointe des tendances de l'heure, caractérisée par la simplicité et une rétroaction en continu entre le gestionnaire et l'employé.

De plus, Québecor a multiplié les initiatives appuyant la consolidation de ses différents groupes comme en font état les exemples suivants :

### Groupe Média

- › Intégration de MELS et des magazines acquis de Transcontinental.
- › Renouvellement de 11 conventions collectives.

### Groupe Télécom

- › Renouvellement d'un contrat de travail de cinq ans avec un des syndicats de Vidéotron, ce qui facilitera les objectifs de contrôle des coûts et de flexibilité opérationnelle.

### Groupe Sports et divertissement

- › Intégration des groupes provenant des différents secteurs (Gestev, Remparts de Québec, Armada de Blainville-Boisbriand).
- › Succès de l'ouverture du Centre Vidéotron grâce à la collaboration de tous les secteurs d'activité de Québecor.

## EN 2015, QUÉBECOR A ACTUALISÉ SES VALEURS ORGANISATIONNELLES ET LES A CONVERTIES EN COMPORTEMENTS-CLÉS :

- › PERFORMANCE
- › INNOVATION/CRÉATIVITÉ
- › PASSION DU CLIENT
- › AGILITÉ
- › TRAVAIL D'ÉQUIPE

# ENVIRONNEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

En 2015, Québecor a poursuivi ses efforts à titre d'entreprise responsable en matière environnementale. Pour ce faire, elle a non seulement continué à réduire l'impact écologique de ses activités, mais aussi encouragé ses clients, ses collaborateurs et le grand public à changer leurs habitudes au quotidien.

La stratégie environnementale de Québecor passe notamment par l'engagement de chacun de ses employés. Ainsi, l'entreprise a fait la promotion de la mobilité durable auprès de ses employés avec les programmes *OPUS+ entreprise*, qui privilégie le transport en commun, ainsi que *BIXI corporatif*, qui encourage le déplacement des employés à vélo.

C'est aussi dans ce contexte qu'a été créé le programme *Ambassadeur vert* il y a cinq ans. Les ambassadeurs verts sensibilisent leurs collègues aux programmes environnementaux de Québecor et encouragent les d'activités écoresponsables dans l'entreprise.

## LUTTER CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Consciente des enjeux soulevés par les changements climatiques, Québecor veut optimiser l'efficacité énergétique de ses activités. Afin de diminuer ses gaz à effet de serre (GES) et de réduire son empreinte carbone, elle a mis sur pied un programme d'efficacité énergétique basé sur la norme ISO 50001. Un comité et un plan d'action quinquennal ont d'ailleurs permis de mettre en place des mesures de réduction des GES et de partager les meilleures pratiques dans toutes les filiales de Québecor.

## APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

Dans un registre connexe, l'approvisionnement responsable est un mode qui intègre des critères environnementaux et sociaux aux processus d'achat des biens et services. Il s'agit d'un moyen de réduire l'impact sur l'environnement, d'augmenter les bénéfices sociaux et de renforcer la durabilité économique des entreprises tout au long du cycle de vie des produits. Pour Québecor, cette approche se traduit par l'impression de ses livres en noir et blanc sur du papier 100 % recyclé postconsommation, l'impression de ses magazines sur du papier certifié par le Forest Stewardship Council (FSC®) (FSC®C111719) dans une proportion de plus de 90 %, ainsi que l'intégration des critères environnementaux aux appels d'offres.



Le programme 375 000 arbres

## L'ART DU RECYCLAGE

Québecor fait d'importants efforts pour réduire le volume de déchets destinés aux sites d'enfouissement. En voici quelques exemples.

- › Vidéotron a su, au cours des années, contribuer au développement d'un marché de réemploi des produits électroniques provenant de l'entretien et de l'amélioration de son réseau de télécommunications. Le Service d'intégration au travail (SIT) Mauricie participe au projet *2<sup>e</sup> Vie* depuis ses débuts. Cette entreprise assure la réception des matériaux électroniques de Vidéotron, en fait le tri et détermine quels appareils doivent être réparés, réutilisés ou valorisés. En plus d'avoir prolongé la durée de vie de 250 tonnes de produits électroniques en 2015, le programme a favorisé l'intégration au travail de plus de 80 personnes vivant avec une problématique de santé mentale. Dans la dernière année, le programme a généré des économies de plus de 2 M\$ et a été finaliste aux Prix Novae de l'Entreprise citoyenne en 2015.
- › Depuis 2009, Vidéotron incite les citoyens à rapporter leur cellulaire dans les points de vente de Vidéotron et les magasins Le SuperClub Vidéotron. Depuis 2013, le programme accepte tous les appareils électroniques et leurs accessoires mis en marché par les filiales de Québecor. Ce sont plus de 200 points de dépôt qui sont accessibles. Le programme représente une alternative à l'enfouissement et offre une seconde vie à de nombreux appareils, en plus de présenter une solution de recyclage aux Québécois.
- › Enfin, en 2015, grâce à ses efforts de développement durable, trois événements de GesteV ont été classifiés niveau 2 selon la norme BNQ 9700-253 en gestion responsable d'événements, soient le Snowboard Jamboree, le Vélirium et le Red Bull Crashed Ice.



## DES PARTENARIATS POUR L'ENVIRONNEMENT

Par ailleurs, Québecor a été partenaire des campagnes *Rendez-vous branchés* et *Cocktail transport d'Équiterre*, ayant pour objectif de sensibiliser le public aux bienfaits de choisir les moyens de transport les plus écologiques. De plus, en partenariat avec Jour de la Terre Québec, des bourses ont été remises à quatre écoles primaires de la région de Montréal afin de verdir leurs installations.

Toujours visionnaire, c'est à titre de collaborateur officiel du programme *375 000 arbres* que Québecor offrira un soutien financier à Jour de la Terre Québec, en plus de déployer une vaste campagne promotionnelle à travers ses plateformes médiatiques jusqu'en 2017.



**ON  
RECYCLE**  
UNE FIN HEUREUSE POUR  
VOS APPAREILS ÉLECTRONIQUES

# PARTENAIRE DE LA COMMUNAUTÉ

La philanthropie a toujours fait partie des gènes de Québecor. Ce n'est pas un secret, Québecor est une entreprise très engagée dans son milieu. Attachée à ses racines, l'entreprise s'implique au sein d'une multitude de secteurs de la société, parmi lesquels l'entraide communautaire, l'éducation, la santé, l'environnement et l'entrepreneuriat. En tout, ce sont près de 400 organismes qui ont reçu un coup de pouce de Québecor en 2015, représentant un soutien d'une valeur de près de 43 M\$.

C'est toutefois dans le domaine de la culture que Québecor a fait le choix de s'investir davantage. En effet, plus de la moitié de ses contributions sont allouées à la culture québécoise.

## RENDRE ACCESSIBLE L'HISTOIRE EN IMAGE

Fondé et développé par Québecor, *Éléphant : mémoire du cinéma québécois* (*Éléphant*) s'avère le plus grand projet philanthropique de l'entreprise. Depuis sa création en 2007, Québecor y a consacré des investissements d'une valeur de plus de 24 M\$. Ayant pour but de restaurer, de numériser en HD et de rendre accessible les films qui font partie du patrimoine cinématographique québécois, *Éléphant* regroupe désormais plus de 200 films, offerts sur illico et iTunes. Le site Web d'*Éléphant* rassemble, pour sa part, la plus importante banque de données et d'information sur le cinéma québécois.

De plus en plus, *Éléphant* fait sa marque à l'international. À preuve, des films restaurés par *Éléphant* ont été présentés pour une deuxième année consécutive à Cannes Classics, tenu au mois de mai, de même qu'au festival Lumière de Lyon, à la mi-octobre. De plus, dans la foulée de ces festivals, des films restaurés par *Éléphant* ont aussi été présentés au Doclisboa International Film Festival au Portugal, au Festival international du film de Karlovy Vary en République tchèque et au Golden Horse Film Festival à Taïpei.

Entièrement philanthropique, *Éléphant* verse la totalité des revenus provenant de la diffusion de ces films aux détenteurs de droits et aux créateurs du cinéma québécois, à l'exception d'un montant minimal destiné à couvrir une petite partie des frais d'exploitation de la plateforme.

Parce qu'il est toujours bon de célébrer le génie artistique des géants du cinéma, Québecor a aussi tenu un événement unique au Canada, *Éléphant ClassiQ*, qui a présenté en salle et sur grand écran pendant quatre jours des films numérisés et restaurés appartenant au patrimoine cinématographique mondial. Cet événement a mis le cinéma francophone à l'honneur, avec une sélection de films restaurés provenant de France, de Belgique, de Suisse, d'Afrique et du Québec.



## ENCOURAGER LA RELÈVE ET LA DIVERSITÉ CULTURELLE

Tout au long de l'année, Québecor est demeurée fidèle à son engagement auprès de la relève afin de soutenir l'émergence de la richesse culturelle de demain. En 2015, l'entreprise a notamment aidé le Camp chanson Québecor de Petite-Vallée, qui propose des ateliers d'initiation et de formation à la clientèle jeunesse afin de favoriser la relève musicale au Québec, en plus d'offrir des ateliers aux clientèles adultes. Unique, l'organisme est le premier camp québécois spécialisé en chansons.

Depuis plusieurs années, Québecor encourage aussi le théâtre Premier Acte de Québec, dont le mandat premier est de favoriser la diffusion d'œuvres théâtrales issues d'artistes ou de regroupements professionnels de la relève. De plus, Québecor a contribué à la création du centre culturel de l'école secondaire Le Salésien de Sherbrooke, baptisé Centre Québecor en raison de l'appui de l'entreprise. Le centre servira aux activités culturelles académiques de l'école tout en étant accessible à toute la communauté. En outre, il accueille les répétitions ainsi que les bureaux administratifs de l'Orchestre symphonique de Sherbrooke.

Québecor est attachée à la culture québécoise, dont font partie les Premières Nations. La culture autochtone étant extrêmement riche et diversifiée, l'entreprise se fait un devoir de la faire découvrir et de la célébrer en participant au festival Présence autochtone de Montréal, un événement qui réaffirme la pertinence et l'importance des artistes, des cinéastes, des conteurs et des danseurs des Premières Nations.



Festival Présence autochtone



Camp chanson Québecor de Petite-Vallée

## UN ENGAGEMENT ENVERS LES PLUS VULNÉRABLES

Québecor a toujours apporté son soutien aux personnes les plus vulnérables de notre société, entre autres les personnes itinérantes et celles souffrant de toxicomanie. En 2015, l'entreprise a ainsi continué, comme elle le fait depuis plusieurs décennies, à épauler Le Chaînon, une maison d'hébergement pour les femmes en difficulté établie à Montréal ainsi que le YWCA situé à Québec. De même, la Mission Old Brewery et l'Accueil Bonneau, deux refuges qui accueillent les hommes en situation ou à risque d'itinérance ont aussi reçu le soutien de Québecor. L'entreprise s'est aussi montrée fidèle à la Fondation Jean-Neveu, un organisme sans but lucratif œuvrant auprès de personnes souffrant d'alcoolisme ou de toxicomanie, notamment par son soutien au Pavillon Pierre-Péladeau et à la Maison Raymonde-Chopin-Péladeau.

Québecor est aussi fière d'encourager l'entraide intergénérationnelle par le programme *Un vélo, une ville*, une initiative citoyenne qui favorise la réintégration et la persévérance scolaires des jeunes tout en brisant l'isolement des aînés. Offert gratuitement grâce à l'aide de partenaires tels que Québecor, le projet propose un service de balades récréotouristiques en triporteur, qui sont conduits par des jeunes, leur permettant ainsi d'obtenir un emploi d'été rémunéré et une bourse d'études à la fin de leur période de travail. Le service cible particulièrement les aînés vivant seuls, leur offrant ainsi la possibilité de sortir et d'aller faire des courses.

## LES JEUNES ET LE SPORT : DEUX CAUSES CHÈRES À QUÉBECOR

On dit que la jeunesse est l'âge du possible. C'est la raison pour laquelle Québecor tient à encourager les citoyens de demain. En 2015, les organismes suivants ont bénéficié d'un coup de pouce de Québecor : la Fondation Bon départ de Canadian Tire du Québec dont la mission est de favoriser l'épanouissement des enfants dans le besoin en leur permettant de vivre une expérience de camp de vacances, la Fondation Art-Études ainsi que la Fondation maman Dion, qui procure aux enfants le matériel scolaire, les lunettes et les vêtements nécessaires pour leur entrée en classe. Pour Québecor, ces organismes contribuent à faire naître chez les jeunes un sentiment de fierté et de confiance en soi qui les suivront toute leur vie.

Par ailleurs, Québecor croit que l'activité physique est essentielle à une société en santé. C'est pourquoi elle s'emploie à promouvoir le sport et les saines habitudes de vie. En 2015, l'entreprise s'est associée au Grand Prix Cycliste de Saguenay, une compétition de vélo qui présente un volet professionnel et un volet grand public. Québecor est aussi partenaire de tous les segments du Grand défi Pierre Lavoie. Par cette initiative, elle encourage les événements de marche, de course et de vélo de cet organisme sans but lucratif dont la mission est d'encourager les jeunes à adopter de saines habitudes de vie.



Grand Prix Cycliste de Saguenay

## LES LAURÉATS 2015 DES BOURSES PIERRE-PÉLADEAU

Québecor croit fortement à l'importance d'encourager l'entrepreneuriat et est consciente des défis que peut comporter la création d'une entreprise. Grâce aux Bourses Pierre-Péladeau, Québecor offre non seulement un soutien financier précieux aux boursiers, mais contribue également à donner de la crédibilité à ces futures entreprises. Fondées en 1999, les Bourses Pierre-Péladeau sont destinées aux étudiants de toutes les universités québécoises et visent à les inciter à lancer leur entreprise. Encore en 2015, Québecor a remis 100 000 \$ aux futurs entrepreneurs.



**Premier prix :**  
Marie-Pier Corbeil et David Corbeil, RECHARGE VÉHICULE ÉLECTRIQUE (RVE) en compagnie de Pierre Dion et du très honorable Brian Mulroney

**Deuxième prix :**  
Étienne Crevier,  
Matthew Starek et  
Michel Cameron, BIOGENIQ

**Troisième prix :**  
Simon Laurendeau,  
Léandre Gagné Lemieux,  
Maxime Provencher et  
Mathieu Germain Robitaille,  
SCIENCEPERFO

# Conseil d'administration et dirigeants de Québecor inc.\*

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

### **André P. Brosseau**<sup>1</sup>

Président du conseil et  
chef de la direction,  
Avenue Capital Markets BNB Inc.

### **Christian Dubé**

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

### **Jean La Couture**, FCPA, FCA<sup>1</sup>

Vice-président du conseil,  
Québecor inc. et Québecor Média inc., et  
président,  
Huis Clos Itée

### **Sylvie Lalande**<sup>2</sup>

Présidente du conseil,  
Groupe TVA inc., et  
administratrice de sociétés

### **Pierre Laurin**<sup>2</sup>

Vice-président du conseil et  
administrateur en chef,  
Québecor inc. et Québecor Média inc., et  
administrateur de sociétés

### **Geneviève Marcon**<sup>2</sup>

Présidente,  
GM Développement inc.

### **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**

Associé principal,  
Fasken Martineau DuMoulin, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

### **Érik Péladeau**

Président,  
Groupe Lelys inc.

### **Normand Provost**<sup>1</sup>

Administrateur de sociétés

## DIRIGEANTS

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

Président du conseil

### **Pierre Laurin**

Vice-président du conseil et  
administrateur en chef

### **Jean La Couture**, FCPA, FCA

Vice-président du conseil

### **Pierre Dion**

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  
affaires publiques, et  
secrétaire

### **Sylvain Bergeron**

Vice-président, Fiscalité

### **Chloé Poirier**

Vice-présidente et trésorier

### **Denis Sabourin**

Vice-président et contrôleur corporatif

### **Dominique Poulin-Gouin**

Secrétaire adjointe

<sup>1</sup> Membre du comité d'audit

<sup>2</sup> Membre du comité des ressources humaines et de régie d'entreprise

\* En date du 12 mai 2016

# Conseil d'administration et comité de direction de **Québecor Média inc.\***

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

### **André P. Brosseau**<sup>1</sup>

Président du conseil et  
chef de la direction,  
Avenue Capital Markets BNB Inc.

### **Christian Dubé**

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

### **Jean La Couture**, FCPA, FCA<sup>1,3</sup>

Vice-président du conseil,  
Québecor inc. et Québecor Média inc., et  
président,  
Huis Clos Itée

### **Sylvie Lalande**<sup>2</sup>

Présidente du conseil,  
Groupe TVA inc., et  
administratrice de sociétés

### **Pierre Laurin**<sup>2</sup>

Vice-président du conseil et  
administrateur en chef,  
Québecor inc. et Québecor Média inc., et  
administrateur de sociétés

### **Geneviève Marcon**<sup>2</sup>

Présidente,  
GM Développement inc.

### **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**<sup>3</sup>

Associé principal,  
Fasken Martineau DuMoulin, S.E.N.C.R.L., S.R.L.

### **Érik Péladeau**

Président,  
Groupe Lelys inc.

### **Normand Provost**<sup>1,3</sup>

Administrateur de sociétés

## COMITÉ DE DIRECTION

### **Pierre Dion**

Président et chef de la direction,  
Québecor inc. et Québecor Média inc.

### **Manon Brouillette**

Présidente et chef de la direction,  
Vidéotron Itée

### **Benoît Robert**

Président et chef de la direction,  
Québecor Groupe Sports et divertissement

### **Julie Tremblay**

Présidente et chef de la direction,  
Québecor Groupe Média, et  
présidente et chef de la direction,  
Groupe TVA inc.

### **Jean-François Pruneau**

Vice-président principal et  
chef de la direction financière,  
Québecor inc. et Québecor Média inc.

### **Marc M. Tremblay**

Vice-président principal,  
chef des affaires juridiques et  
affaires publiques, et secrétaire,  
Québecor inc. et Québecor Média inc.

### **France Lauzière**

Vice-présidente principale,  
Québecor Contenu, et  
vice-présidente, Programmation,  
Groupe TVA inc.

### **J. Serge Sasseville**

Vice-président principal,  
Affaires corporatives et institutionnelles

### **Isabelle Leclerc**

Vice-présidente,  
Ressources humaines

### **Caroline Roy**

Vice-présidente,  
Recherche et développement numérique,  
Québecor Numérique

<sup>1</sup> Membre du comité d'audit

<sup>2</sup> Membre du comité des ressources humaines et de régie d'entreprise

<sup>3</sup> Membre du comité exécutif

\* En date du 12 mai 2016