BILAN CULTUREL 2016

QUÉBECOR

Table des matières

5 MESSAGE DU PRÉSIDENT

6 GROUPE TÉLÉCOM

10 GROUPE MÉDIA

23 QUÉBECOR CONTENU

24 GROUPE SPORTS ET DIVERTISSEMENT

26 QUÉBECOR ET LE MILIEU CULTUREL

Message du président

Depuis 60 ans, Québecor apporte une contribution importante à la vie économique et culturelle de la société québécoise. Que ce soit dans les domaines des médias, du spectacle, de la musique, du livre ou encore de la création de contenu télévisuel, cinématographique et numérique, nous sommes fiers que l'industrie culturelle soit au cœur de nos activités.

Chaque jour, nos quelque 10 100 employés, partout à l'échelle du Québec, se dévouent pour faire vivre la meilleure expérience qui soit à nos clients. Nous voulons leur offrir le meilleur contenu en mettant en lumière tout le talent des artisans d'ici. D'ailleurs, c'est une valeur de plus de 508 millions de dollars que nous avons investis dans notre industrie culturelle au cours de la dernière année.

Notre volonté de jouer un rôle significatif au Québec ne se limite cependant pas à notre activité économique et à ses retombées culturelles. Mon père, Pierre Péladeau, le fondateur de Québecor, était convaincu qu'une entreprise connaissant du succès devait partager sa réussite avec la société qui l'avait rendue possible. Homme d'affaires avisé, mais aussi humaniste et amateur de tous les arts, il avait ainsi choisi de redonner à la collectivité en soutenant l'action philanthropique et la scène culturelle.

Aujourd'hui, si Québecor est le partenaire de plus de 400 organismes voués à la santé, à l'éducation et à l'aide aux moins favorisés, il demeure que la culture occupe toujours pour nous une place de premier plan.

Ainsi, que ce soit en musique, en théâtre, en danse, en arts visuels, en littérature, en poésie, en activité muséale ou en cinéma, nous avons à cœur d'appuyer toutes les disciplines artistiques, comme tous les artistes, déjà reconnus ou membres de la relève. Vous pouvez ainsi compter sur la présence et l'engagement soutenus de Québecor afin de faire rayonner l'art et de permettre aux artistes de vivre leur passion.

Dans le prolongement de l'engagement de Pierre Péladeau, nous croyons qu'il est de notre responsabilité de contribuer à préserver, à promouvoir et à rendre accessible au plus grand nombre la richesse de notre culture. Cette culture qui contribue à la vitalité de nos communautés, qui affirme l'unicité de notre société et par laquelle nous partageons avec le reste du monde ce que nous sommes.

Le président et chef de la direction,
Québecor inc.,

Pierre Karl Péladeau

GROUPE TÉLÉCOM

Vidéotron ltée

Chef de file de l'industrie des télécommunications au Québec, Vidéotron joue un rôle majeur sur le plan culturel en étant un des acteurs les plus imaginatifs et les plus dynamiques en matière de diffusion et de soutien aux créateurs québécois et à leur rayonnement.

Ainsi, la faveur populaire à l'égard du service de vidéo sur demande par abonnement Club illico – qui, avec plus de 5 000 contenus, propose la plus grande offre de titres francophones au Canada – ne s'est pas démentie. En effet, avec plus de 314 700 clients en 2016, Club illico a connu une augmentation de 22,2 % par rapport à 2015. Il en est allé de même du nombre de commandes enregistrées par le service de vidéo sur demande illico, qui a atteint les 170 millions depuis le lancement de Club illico.

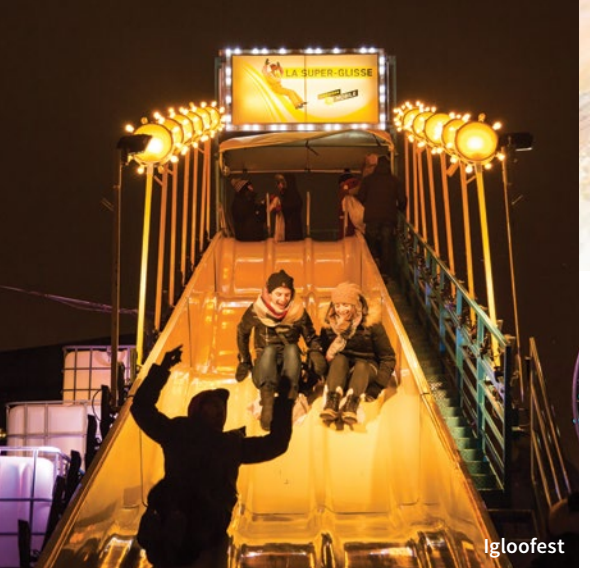
Il est permis de croire que l'engouement du public pour les séries télé n'est pas étranger à ce succès, à commencer par celui remporté par la série originale québécoise *Blue Moon*, qui a cumulé plus de 4,5 millions de visionnements, de même que par les séries *Fargo*, *Sherlock*, *Madame la secrétaire*, *The O.C*, *Le chalet*, *Surnaturel* et les deux saisons de *Flash*. En 2016, ce sont près de 14 millions de dollars qui ont été investis en contenu sur Club illico, et la prochaine année s'annonce déjà marquante grâce à la série originale québécoise *Victor Lessard*.

Par ailleurs, les excellents résultats obtenus par Club illico témoignent du succès de la stratégie de convergence des contenus et des plateformes de diffusion de l'entreprise ainsi que de la pertinence d'avoir lancé ce service en 2013 afin de contrer l'offre de service américain de télévision par contournement.

Soucieuse de proposer des produits et des services taillés sur mesure pour offrir la meilleure expérience client aux Québécois, Vidéotron s'est également démarquée par son service Musique illimitée, lancé en 2015. Ce dernier a vu sa popularité croître davantage en 2016, affichant un total de 442 900 utilisateurs uniques. Fait à noter, le nombre d'applications disponibles se chiffrait à 18 à la fin de 2016, soit trois fois plus qu'au terme de 2015. Les plus écoutées : Google Play Music, Spotify et Stingray Music.

Se propulsant hors écran, Vidéotron a assuré une présence soutenue sur le terrain culturel. Elle a

Blue Moon



Igloofest

notamment multiplié les commandites à différents événements, dont les festivals de musique électronique Igloofest de Montréal et de Québec, le Piknic Électronik, le Festival Juste pour rire, le Festival de la poutine de Drummondville et le Festival international de films Fantasia.

Vidéotron a aussi pris part à une initiative prenant la forme d'un collectif culturel. En effet, l'entreprise s'est associée à 18 événements organisés avec les communautés italienne et haïtienne, en plus de conclure un partenariat avec le Centre Leonardo da Vinci, le plus grand centre culturel italien au Canada.

Enfin, l'ensemble de ces initiatives a permis à Vidéotron d'être désignée l'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois pour une 11e année consécutive, selon l'étude *Réputation 2016* de Léger, et seule entreprise québécoise dans le *Top 5* des marques les plus influentes au Québec, selon l'étude *Influence des marques 2016* d'IPSOS-*Infopresse*.

Piknic Électronik

Festival de la poutine de Drummondville

CONTRIBUTION DE VIDÉOTRON À LA CULTURE EN 2016

Description	Montant
Fonds des médias du Canada	22 202 514 $
Fonds Québecor	6 896 129 $
Sous-total	**29 098 642 $**
SOCAN[1]	6 214 763 $
Redevances payées aux chaînes spécialisées francophones avec contenu culturel	155 848 448 $
Dépenses de programmation versées aux corporations de télévision communautaire québécoise et à MAtv	23 303 706 $
Sous-total	**185 366 916 $**
Contribution au CRTC[2]	11 985 398 $
Redevances – CPAC[3]	2 200 156 $
Sous-total	**14 185 555 $**
TOTAL	**228 651 113 $**

[1] Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique
[2] Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
[3] Chaîne d'affaires publiques par câble, unique service de télédiffusion bilingue, privé, sans publicité et sans but lucratif

MAtv

La dernière année s'est déroulée sous le signe de la richesse multiculturelle à MAtv, qui a offert un tremplin de choix aux idéateurs, aux créateurs et aux artistes. Mobilisant plus de 600 artisans et bénévoles dans 9 régions du Québec, la chaîne est restée fidèle à sa mission de média communautaire au service des citoyens, de la relève et de la culture. Du cinéma à la littérature, en passant par la musique et la poésie, MAtv a contribué à promouvoir le talent d'ici, tant dans la langue de Molière que dans celle de Shakespeare.

Ainsi, MAtv a diffusé de nombreuses émissions culturelles sur l'ensemble de son réseau, dont le magazine *Premières vues* qui, cette année encore, a proposé des rencontres uniques avec des cinéastes, des réalisateurs et des scénaristes établis et ceux de la nouvelle génération. Les téléspectateurs ont pu apprécier des entrevues marquantes avec des personnalités du milieu cinématographique dont Xavier Dolan, Marc Labrèche, Ricardo Trogi ou encore Érik Canuel.

L'émission *Fantasia… tout court!* a continué à faire découvrir à l'auditoire le monde du court métrage à la faveur de la tenue du *Fantastique week-end* du cinéma québécois à l'été. Pour sa part, la série *UrbArt* a permis aux téléspectateurs québécois de vivre la diversité culturelle et artistique en mode « Slow Bike ».

Ma première Place des Arts

Tout en musique, *Ma première Place des Arts*, une série produite avec la Société pour l'avancement de la chanson d'expression française (SACEF), a propulsé à l'avant-scène plus d'une trentaine d'interprètes et d'auteurs-compositeurs-interprètes de la relève québécoise.

L'histoire du Québec a cette année été mise en valeur dans le cadre de deux émissions, soit *Mémoire de Proulx* et *Figures marquantes de notre histoire*, une série traçant le portrait de personnages qui ont contribué au développement du Québec, réalisée en collaboration avec Bibliothèque et Archives nationales du Québec et la Fondation Lionel-Groulx.

Au chapitre des émissions reflétant la diversité culturelle montréalaise, la série *Couleurs d'ici* a mis en valeur des immigrants montréalais ayant vécu une partie de leur intégration par le biais de la créativité ou de l'art. L'émission *Mosaïque en lumière* s'est aussi intéressée aux enjeux humains de l'immigration, le tout en mode découverte, rencontre, questionnement et partage.

L'émission *Urban Nations* a, quant à elle, jeté un éclairage nouveau sur des individus inspirants, issus de différentes nations autochtones qui s'efforcent de préserver leur culture et leur identité en territoire montréalais. Les émissions *Culture Zone*, *MTL je thème* et *Ma curieuse Cité* se sont aussi penchées sur la ville, en faisant découvrir aux téléspectateurs divers lieux, acteurs et événements du tissu culturel montréalais.

Urban Nations

Diffusée simultanément à la radio et à la télévision, l'émission *Catherine et Laurent* a proposé des rencontres intimistes avec des artisans, des artistes et des musiciens de la communauté montréalaise.

Les différentes entités de MAtv à l'échelle du Québec se sont aussi faites les catalyseurs de la culture locale. Dans chaque région où elle est présente, la chaîne s'est assurée de promouvoir la culture en offrant une programmation diversifiée mettant en valeur l'effervescence du milieu. Du Bas-Saint-Laurent en Outaouais en passant par le Saguenay—Lac-Saint-Jean, MAtv fait rayonner la richesse et la diversité culturelle avec des émissions telles que *Des chemins des histoires*, *LeZarts*, ou encore *Vitrine culturelle*.

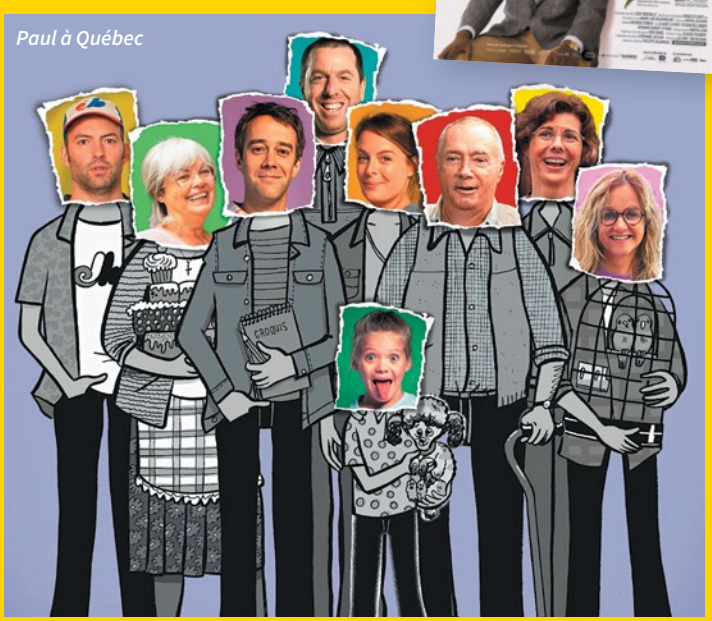
Soulignons enfin que MAtv a diffusé plusieurs émissions culturelles provenant des télévisions communautaires autonomes du territoire de Vidéotron. Ces partenariats ont permis au public de découvrir des performances et de faire des rencontres passionnantes dans les domaines de la musique, de la littérature, de la peinture et de la sculpture.

Le SuperClub Vidéotron ltée

Classé au 13e rang des 173 des entreprises de détail québécoises offrant la meilleure expérience client, Le SuperClub Vidéotron a réaffirmé cette année son leadership comme destination de choix en matière de divertissement, en continuant à investir dans la transformation de son réseau afin d'offrir plus d'espace pour la vente et le conseil de produits et services de télécommunications de Vidéotron et de produits de divertissement maison.

LES FILMS QUÉBÉCOIS LES PLUS POPULAIRES EN LOCATION EN 2016

1. *La Guerre des tuques animée*
2. *Les 3 p'tits cochons*
3. *Le mirage*
4. *Nitro Rush*
5. *Guibord s'en va-t-en guerre*
6. *Paul à Québec*
7. *Chasse-galerie : la légende*
8. *Ego trip*
9. *Belle et Sébastien 2 : l'aventure continue*
10. *Les mauvaises herbes*



Paul à Québec

GROUPE MÉDIA
Télédiffusion

Groupe TVA inc.

À titre de premier diffuseur francophone en Amérique du Nord et fort d'une part de marché passée de 34,1 % en 2015 à 35,5 % à la fin de 2016, Groupe TVA demeure un puissant vecteur de diffusion de la culture québécoise. Que ce soit en télé, sur le Web ou par le biais de la téléphonie mobile, les différentes plateformes mises à la disposition de ses artistes sont autant de canaux qui leur permettent de rayonner et de se rapprocher du public.

La Voix Junior

Réseau TVA

Encore une fois en 2016, comme ils le font depuis plusieurs années déjà, les Québécois ont fait du Réseau TVA leur référence pour s'informer et se divertir, et cela, du matin au soir. La performance du Réseau TVA en a fait foi : c'est une remarquable proximité qui existe entre les citoyens d'ici et TVA, une proximité qui repose sur une solide culture partagée ainsi que sur la capacité du Réseau à se faire le miroir de cette culture et de sa vitalité.

De nombreuses émissions participent à cet échange et contribuent à faire rayonner le travail de nos artistes dont, en début de journée, *Salut, Bonjour !*, maintenant présentée en format de quatre heures et qui accompagne jusqu'à plus de 800 000 personnes à leur réveil. L'émission offre chaque jour à son auditoire un important segment culturel, composé à la fois d'actualités, d'entrevues, de promotion et de comptes rendus d'événements artistiques.

La capacité des créateurs et des artisans d'ici à créer des univers dans lesquels les Québécois se reconnaissent trouve, en outre, un reflet éloquent dans la popularité de la production télévisuelle du Réseau TVA. En témoigne le fait qu'à l'automne 2016 TVA affichait 19 inscriptions dans le palmarès des 30 émissions les plus populaires au Québec, dont 17 avaient franchi le cap du million de téléspectateurs. Parmi celles-ci, plusieurs ont fait un retour apprécié, dont *Les beaux malaises*, pour une troisième saison, *Au secours de Béatrice*, *Boomerang*, *O'*, *Le Banquier* et le *Gala ARTIS*. Deux nouvelles propositions ont retenu l'attention, soit *L'échappée* et la série *L'imposteur*.

L'imposteur

Boomerang

O'

Il est intéressant de noter que diverses séries et émissions québécoises, en plus de plonger les spectateurs dans des univers qui évoquent leur propre environnement, peuvent aspirer à une certaine universalité. Comment expliquer autrement le fait qu'un nombre grandissant de ces productions trouvent preneurs sur différents marchés étrangers, comme l'ont fait cette année les *Vol 920*, *Karl & Max*, *Le Tricheur*, *Sur invitation seulement* et *Faites comme chez vous* ? Ce sont autant de nouvelles vitrines qui sont mises à la disposition de notre culture et qui contribuent à faire savoir qui nous sommes – ainsi qu'à faire connaître le talent de nos créateurs et de nos artistes – aux auditoires d'un nombre grandissant de pays.

Impossible, par ailleurs, de passer sous silence l'engouement phénoménal que continue de susciter la marque multiplateforme *La Voix* auprès de l'auditoire, suivie en moyenne par 2,6 millions de personnes avec une pointe à 3 675 000 téléspectateurs, non plus que la popularité de *La Voix Junior*, l'événement télévisuel de l'automne, écoutée en moyenne par 2,3 millions de personnes, soit une part de marché de 55 %. En plus d'offrir des défis professionnels stimulants à un grand nombre d'artisans et d'artistes – aspirants ou confirmés –, les deux émissions constituent un remarquable vecteur de promotion des talents d'ici. Du même coup, c'est une invitation qui est lancée à tous les Québécois de s'intéresser à deux des secteurs les plus vibrants de notre culture, soit le chant et la musique.

L'année a aussi vu les lancements du nouveau site Web *TVA.ca* et de l'application mobile TVA – qui offrent gratuitement le contenu de TVA en haute définition. Proposant de nombreuses fonctionnalités, l'application permet aux internautes de regarder TVA en direct ou sur demande n'importe où, n'importe quand. Ce faisant, l'application a permis de proposer un nouveau canal de communication entre les artistes et leurs publics, contribuant à raffermir la proximité entre ceux-ci en assurant la diffusion rapide de l'information susceptible d'intéresser les passionnés de culture.

L'ensemble des sites numériques de Groupe Média attire ainsi 4,4 millions de visiteurs chaque mois, soit 94 % des internautes québécois.

Salut, Bonjour!

Dora et ses amis

Mensonges

Chaînes spécialisées

Les chaînes spécialisées de Groupe TVA offrent une vitrine d'envergure au talent des créateurs québécois d'hier et d'aujourd'hui.

addik^{TV} – qui a vu son auditoire croître de 8 % à l'automne 2016 comparativement à la même saison en 2015 – est au nombre des chaînes qui ont contribué de façon appréciable à la mise en valeur du talent d'ici, en proposant notamment deux séries originales réalisées en collaboration avec Québecor Contenu, soit la troisième saison de la très populaire série policière *Mensonges*, signée par Sovimage, de même que la série *Prémonitions*, produite par Encore télévision.

MOI&cie a aussi captivé un auditoire important avec la première série documentaire sur des personnes transgenres, intitulée *Je suis trans*. Relayée par plusieurs diffuseurs d'ici, de même qu'en France, la production originale québécoise a suscité un grand nombre de réactions positives. De son côté, *prise 2 a profité de son 10^{e} anniversaire pour mettre de l'avant plusieurs vedettes et émissions ayant marqué l'histoire du petit écran.

TVA Films

TVA Films a continué à distribuer différents contenus sur une variété de plateformes : DVD, services de téléchargement, vidéo sur demande, vidéo sur demande par abonnement, télé conventionnelle spécialisée et payante et en salle. L'entreprise compte d'ailleurs jouer un rôle encore plus déterminant dans l'avenir afin d'offrir davantage de contenu à ses clients et élargir sa stratégie multiplateforme.

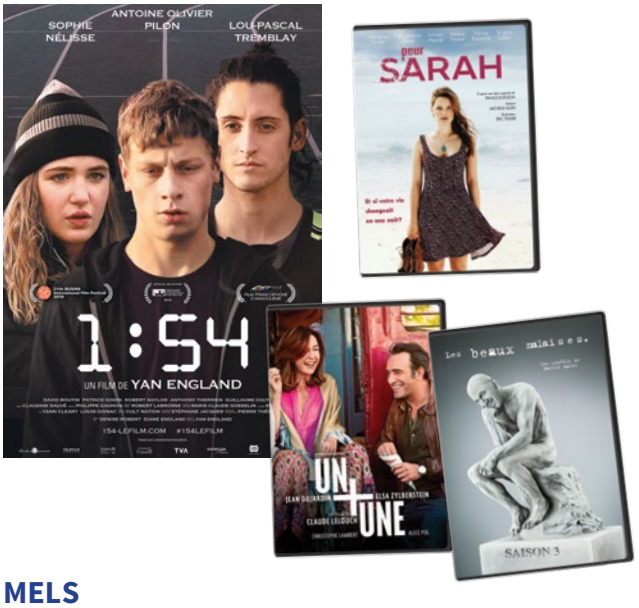
L'humour étant un genre particulièrement apprécié par les Québécois, TVA Films s'est fait un plaisir de contribuer de façon significative au rayonnement des humoristes d'ici, parmi lesquels François Bellefeuille, Stéphane Rousseau, François Morency, Maxim Martin, Jean-Marc Parent, Dominic et Martin et Rachid Badouri.

TVA Films a aussi offert plusieurs titres en DVD, en numérique et en vidéo sur demande, dont *Les beaux malaises*, *Pour Sarah*, *Heidi* et le film de Claude Lelouch, *Un plus Une.*

L'arrivée

Investissements stratégiques de Groupe TVA dans la culture en 2016

Contribution	Montant
Droits musicaux et droits d'auteur	6 478 152 $
Contributions au CRTC	2 465 563 $
Dépenses de programmation en contenu canadien	250 988 668 $
TOTAL	**259 932 383 $**



MELS

Au sein de Groupe TVA depuis la fin de 2014, Mels Studios et Postproduction s.e.n.c. (MELS) est au nombre des acteurs dont la mission a un effet catalyseur considérable sur la culture québécoise et son rayonnement.

Reconnus à l'échelle mondiale pour leur créativité et leur professionnalisme, les quelque 350 employés de l'entreprise ont mis leurs nombreux talents au service d'un nombre impressionnant de projets cinématographiques et télévisuels tout au long de 2016, des projets qui ont permis aux créateurs d'ici d'utiliser leur métier comme véhicule de leur sensibilité artistique. Ainsi, ce ne sont pas moins de 22 séries télé québécoises qui ont bénéficié des services d'effets visuels et de postproduction de MELS, au nombre desquelles *Blue Moon*, *L'imposteur*, *L'Échappée*, *Les pêcheurs*, *Mensonges*, *O'*, *Prémonitions* et *30 vies*. Il en a été de même pour une douzaine de films, dont *Bon Cop Bad Cop 2*, *De père en flic 2*, *Hochelaga*, *terre des âmes*, *Maudite poutine* et *Votez Bougon*. Plusieurs de ces productions ont également profité des installations mises à leur disposition pour tourner en extérieur.

Les artisans de MELS ont aussi eu l'occasion de briller en participant à plusieurs productions internationales pour le petit et le grand écran, notamment en signant les effets visuels et la postproduction de la deuxième saison de la prestigieuse série *Versailles*. Au nombre des productions internationales d'envergure auxquelles MELS a été associée, évoquons deux films. Le premier : *10 secondes de liberté* (*Race*), qui a permis à l'entreprise de s'illustrer en gagnant les trois catégories dans lesquelles elle était en nomination aux Prix Écrans Canadiens, soit Meilleurs effets visuels, Meilleur montage sonore et Meilleur son d'ensemble. Le second : *L'arrivée* (*Arrival*) du réalisateur québécois Denis Villeneuve, qui a reçu huit mises en nomination aux Oscars – dont une pour les artisans de MELS dans la catégorie Meilleur mixage sonore – et neuf autres aux BAFTA Awards, où MELS a remporté les honneurs pour la catégorie Meilleur son. *Star Trek Beyond*, *Rings*, *X-Men : Apocalypse*, *The Shallows* ainsi que les séries *The Get Down*, *Colony 2* et *Sleepy Hollow 4* ont également bénéficié du talent de nos artisans aux effets visuels.

Journaux

Le Journal de Montréal, fer de lance de Québecor fondé en 1964 par Pierre Péladeau, *Le Journal de Québec* – qui célébrera son 50e anniversaire en 2017 – ainsi que le journal gratuit *24 heures* sont autant de piliers sur lesquels la production culturelle québécoise peut s'appuyer pour rejoindre ses publics. À cet égard, les trois médias sont, en quelque sorte, les animateurs contemporains de la longue tradition d'engagement de Québecor à l'égard de notre culture et du star-système québécois, un système que l'entreprise a largement contribué à créer dès les années 1950 avec des publications comme l'hebdomadaire artistique *Nouvelles et potins* et les *Télé-Radiomonde*, *Journal des Vedettes* et *Photo Vedettes*.

Preuve de l'estime que le public leur porte, *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec* et le *24 heures* ont touché chaque semaine – en imprimé, sur le Web ou sur mobile – un total de 3,8 millions de lecteurs tout au long de 2016, soit plus d'un Québécois sur deux (53 %). D'une part, *Le Journal de Montréal* a enregistré une augmentation de sa circulation moyenne en semaine de 9 % comparativement à 2015. De son côté, *Le Journal de Québec* est demeuré le journal le plus populaire dans son marché, toutes plateformes confondues, avec une circulation totale de 152 300 exemplaires en semaine. Le *24 heures* a, quant à lui, accru son lectorat en rejoignant chaque semaine 1,1 million de lecteurs, toutes plateformes confondues.

Le rayonnement que ces tirages offrent à la scène culturelle québécoise est rien de moins qu'extraordinaire au vu du nombre de Québécois qui se voient ainsi offrir un accès direct à l'offre conçue par nos artistes de tous les horizons. Il est, en outre, permis de croire que de telles vitrines suscitent un intérêt accru pour la production culturelle d'ici et, de ce fait, contribuent à la fréquentation des salles de spectacles, des musées, des événements et des autres manifestations qui mettent cette production en valeur.

Soulignons que *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* se sont aussi résolument positionnés comme chefs de file dans le domaine des nouveaux médias, avec une portée de près de 3,3 millions de visiteurs uniques par mois, un sommet historique depuis la création de leurs sites Web. L'application mobile J5 a aussi maintenu sa popularité avec plus de 400 000 téléchargements. Autant de nouveaux véhicules pour divers contenus culturels.

Une place de choix à la culture

Le cahier *Weekend* du *Journal de Montréal* s'impose comme le plus important hebdomadaire culturel au Québec avec une moyenne de 72 pages consacrées chaque semaine à divers modes d'expression culturelle, de la musique au cinéma en passant par la télévision et le théâtre. Notons qu'à elle seule, l'édition de la rentrée a proposé 96 pages à ses lecteurs.

De son côté, la section *Livres* publiée chaque dimanche dans le cahier *JM* du *Journal de Montréal*, ainsi que dans le cahier *Dimanche Québec* du *Journal de Québec* s'avère incontournable. S'affairent chaque dimanche dans ses huit pages (en moyenne) quatre chroniqueurs spécialisés en bande dessinée, jeunesse, essais et mieux-être, de même que deux chroniqueurs réguliers. On y trouve aussi une couverture complète de l'actualité littéraire québécoise et francophone. Les articles de la section peuvent être consultés sur le site Web du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*, dont les différentes sections génèrent plus de 120 000 pages vues par mois.

Studios GOJI inc.

Au cours des dernières années, un phénomène artistique et culturel majeur a émergé avec l'avènement des *Youtubers*, ces créateurs de contenu vidéo en ligne qui ont pris l'espace public d'assaut en un temps record. Signe de leur popularité, 2016 a déjà donné lieu à la deuxième édition canadienne du *YouTube FanFest*, un événement qu'on a comparé aux plus grands festivals du monde du cinéma avec leurs stars et leurs milliers de fans et qui se tient aussi au Brésil, en Corée, en Inde, en Indonésie, au Japon et aux Philippines.

Afin de soutenir les plus talentueux créateurs de contenu vidéo en ligne d'ici, Groupe Média lançait en 2015 le projet Goji, un service qui, par son accompagnement et son offre de service, permet de faire rayonner ces nouveaux créateurs qui rejoignent des audiences massives en ligne et de leur donner les moyens de leurs ambitions afin d'exprimer leur créativité.

À peine plus d'un an après sa création, Studios Goji regroupait déjà 27 créateurs aux profils, aux audiences et aux thématiques variés, et dont la production attirait quelque 1 040 000 abonnés et cumulait près de 100 millions de vues sur YouTube, en plus de 3 500 000 abonnés sur leurs médias sociaux.

Magazines

Grâce à plus de 9 millions de lecteurs au Québec et au Canada toutes plateformes confondues – 2,8 millions de lecteurs pour leurs titres francophones et 7,1 millions pour leurs titres anglophones (dont les publications phares *The Hockey News*, qui fêtera l'an prochain son 70e anniversaire, et *Canadian Living*) –, TVA Publications inc. et Les Publications Charron & Cie inc., éditeurs numéro 1 au Québec, sont assurément l'un des plus fidèles alliés de notre star-système et, à ce titre, un des plus importants outils de diffusion dont disposent les artistes d'ici. Plusieurs de ces magazines sont en effet investis d'une mission de diffusion de la culture québécoise qui trouve un formidable accueil auprès de leurs publics.

Les magazines de culture populaire de Groupe Média restent ainsi très prisés, plus de 1,3 million de lecteurs étant au rendez-vous chaque semaine. En font foi la croissance de 6,2 % du lectorat papier enregistrée entre les deuxième et troisième trimestres 2016, de même que la popularité du magazine *7 Jours*, qui continue à être une référence avec 738 000 lecteurs. Les ventes des publications thématiques de *La Semaine* et de *7 Jours* ont d'ailleurs connu une telle croissance qu'elles sont désormais reconnues comme des marques à part entière et obtiennent, de ce fait, un meilleur positionnement en magasin.

La couverture consacrée à notre culture est certainement un des ingrédients du succès de ces magazines. À titre d'exemples, mentionnons qu'en 2016 *7 Jours* a consacré quelque 1 400 pages à des artistes québécois. De plus, quelques 1 700 mentions ont été publiées afin de promouvoir l'actualité culturelle d'ici, qu'il s'agisse, entre autres, de cinéma, de spectacles ou de sorties de livres et de CD. En outre, 683 pages ont été consacrées à la programmation télévisuelle québécoise. Du côté d'*Échos Vedettes*, 629 pages d'entrevues ont été dédiées aux vedettes et au *showbiz* québécois, auxquelles se sont ajoutées plus de 1 800 mentions relatives à l'actualité culturelle (sorties, nouvelles parutions,etc.). Le magazine a aussi réservé un peu plus de 250 pages à la télévision québécoise.

La Semaine a aussi fait une place de choix à notre culture, en réalisant 375 entrevues avec des vedettes québécoises. Quelque 540 pages ont, par ailleurs, participé à la mise en valeur de notre télévision. Enfin, bien qu'une bonne partie du contenu éditorial du *TV Hebdo* soit dédié aux grilles horaires, le magazine a consacré le tiers de ses pages à des entrevues avec des artistes québécois, aux émissions et aux séries télé d'ici et d'ailleurs ainsi qu'aux événements, aux actualités et aux produits culturels du Québec.

Enfin, le secteur Magazines s'est aussi investi dans l'amélioration de l'expérience des utilisateurs de ses produits et services numériques en créant sept nouveaux sites Web et en lançant le kiosque numérique Molto, une application qui donne accès à près d'une soixantaine de magazines et qui, à ce jour, a déjà enregistré près de 550 000 éditions téléchargées.

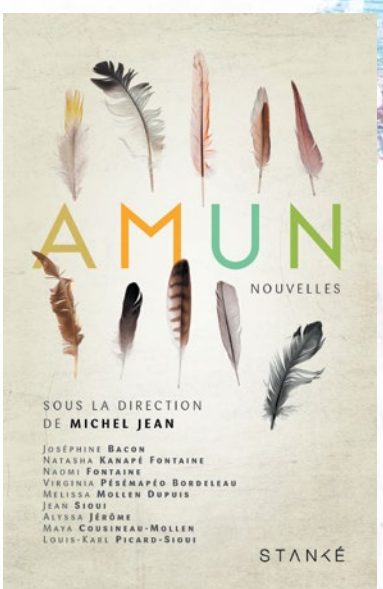
Livres

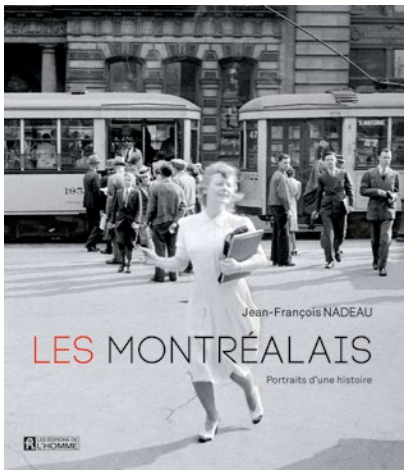
Groupe Média est très fier du rôle qu'il joue dans l'industrie québécoise du livre et de sa contribution au rayonnement des auteurs d'ici, débutants ou aguerris. Qu'importe le genre – fiction, roman, poésie, biographie ou livre pratique –, le voyage que proposent ses pages, imprimées ou numériques, est unique.

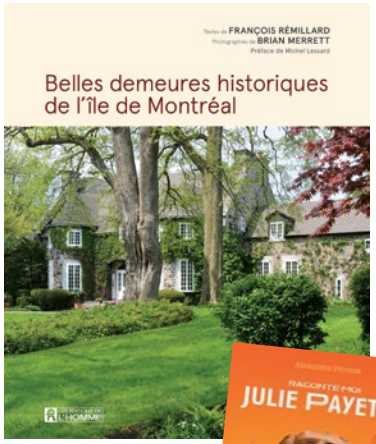
Groupe Librex inc.

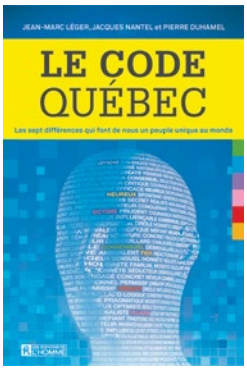
La dernière année a vu la maison Éditions Libre Expression célébrer son 40e anniversaire, ce qu'elle a fait de belle façon en raflant pour la troisième année consécutive la palme du meilleur vendeur dans la catégorie biographie avec *La vieillesse par une vraie vieille* de Janette Bertrand, tandis que selon Gaspard, le service d'information des ventes de livres, la palme du roman québécois le plus vendu de l'année allait à *Vi*, de Kim Thúy, un ouvrage dont les droits de traduction ont déjà été acquis par cinq éditeurs étrangers.

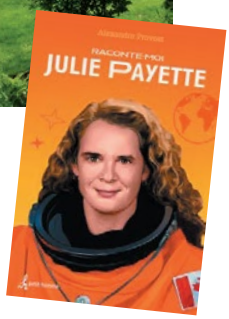
Aux Éditions Stanké, le récipiendaire du Grand prix littéraire Archambault 2016, David Goudreault, a récidivé en publiant le deuxième volet de sa trilogie, *La Bête et sa cage*. Toujours aux Éditions Stanké, l'auteur-compositeur-interprète Manu Militari a publié son premier livre, un récit de voyage intitulé *Le sourire de Leticia*. Le journaliste, chef d'antenne chez TVA et auteur innu Michel Jean a aussi dirigé la publication d'un recueil de 10 nouvelles, *Amun*, qui réunit pour la première fois des auteurs autochtones issus d'horizons, de nations et de générations différentes. Michel Jean a, en outre, signé lui-même une de ces nouvelles.

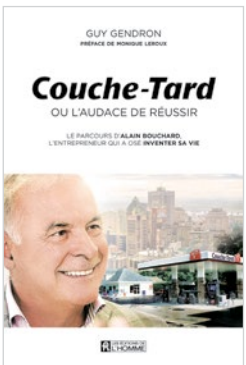












Groupe Homme

Jeunes de leurs 59 ans et toujours éprises de beaux livres, Les Éditions de l'Homme ont continué à saisir les moments et les mouvements importants de notre société avec toute la force de leur expertise afin de faire rayonner la culture et les auteurs d'ici.

La parution de nombreuses publications tournant autour du 375e anniversaire de Montréal en est un bon exemple. Plusieurs ouvrages ayant la métropole québécoise comme thématique ont ainsi vu le jour, dont *Les Montréalais, portraits d'une histoire*, de l'historien et journaliste Jean-François Nadeau, et *Belles demeures historiques de l'île de Montréal*, de l'historien de l'architecture François Rémillard et du photographe d'art et d'architecture Brian Merrett.

Plusieurs autres titres ont connu une importante faveur populaire, dont *Le Code Québec – Les sept différences qui font de nous un peuple unique au monde*, de Jean-Marc Léger, Jacques Nantel et Pierre Duhamel, *Couche-Tard ou l'audace de réussir*, de Guy Gendron, et le guide du vin *Le Lapeyrie* 2017, de Philippe Lapeyrie.

Du côté des Éditions Petit Homme (rayon jeunesse), 7 nouveaux titres se sont ajoutés au catalogue de la collection biographique *Raconte-moi*, qui en comptait déjà 15. Soulignons qu'au 31 décembre 2016, la collection cumulait des ventes de 90 000 exemplaires. La collection s'est aussi mérité deux reconnaissances d'importance, soit une sélection par le Palmarès Communication-Jeunesse des livres préférés des jeunes pour *Raconte-moi Carey Price* et une autre, par le Club de lecture d'été TD, pour *Raconte-moi Julie Payette*.

Le quatrième tome de la très populaire bande dessinée *La bande à Smikee*, de Freg, a aussi fait grand plaisir à ses lecteurs, en plus de remporter le Prix des jeunes lecteurs 2016 au Salon du livre de Trois-Rivières. L'auteur y est d'ailleurs allé d'un nouveau projet, *Léo P., détective privé – Tome 1*, un travail éclaté alliant bande dessinée et roman.

Le Groupe Ville-Marie littérature inc.

Plusieurs œuvres de fiction se sont fait remarquer chez VLB éditeur en 2016, dont *Mostarghia*, de Maya Ombasic, *Les murailles*, d'Erika Soucy, *J't'aime encore – Monologue amoureux*, de Roxanne Bouchard, *Le dernier chant des premiers peuples*, qui clôt le cycle des *Chants de la terre* de Jean Bédard, et *Coco*, du précoce et talentueux Antoine Charbonneau-Demers, lauréat du Prix Robert-Cliche 2016. Les essais n'ont pas été en reste, avec *Les Superbes – Une enquête sur le succès et les femmes*, de Léa Clermont-Dion et Marie-Hélène Poitras, *Enseigner au Québec*, de Normand Baillargeon, *Le point sur la langue – Cinquante essais sur le français en situation*, de Louis Cornellier, et *L'État succursale – La démission politique du Québec*, de Simon-Pierre Savard-Tremblay. On notera aussi *Stadorama – 25 points de vue sur le Stade olympique*, un beau livre consacré à l'empreinte sociale,

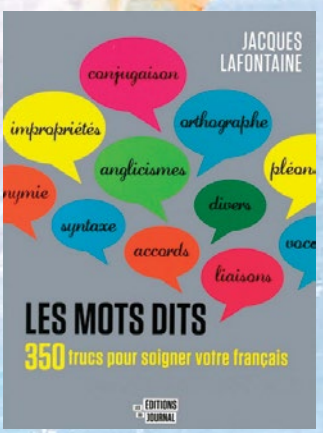
architecturale et culturelle du bâtiment de Roger Taillibert et les *Lettres à une jeune journaliste*, de Josée Boileau. *Le Bulletin d'histoire politique*, qui s'apprête à fêter son 25e anniversaire, a fait paraître trois numéros, dont l'un intitulé *La francophonie nord-américaine : bilan historiographie*.

Parmi les seuls éditeurs de poésie au Québec, Les Éditions de l'Hexagone ont fait paraître trois recueils de poésie, dont le remarquable *Boîte d'images*, de Denise Boucher, ainsi qu'un livre d'entretiens de Michel Brault, *Conversation sur le visible – Entretiens avec Gilles Noël*. Geneviève Boudreault a été finaliste au prix Alain-Grandbois de l'Académie des lettres du Québec avec *Le regard est une longue montée* et le chercheur indépendant Richard Foisy a reçu le prix Richard-Arès pour *Un poète et son double : Jean Narrache –Émile Coderre* et le Prix des Dix pour l'ensemble de son œuvre.

Dans un registre différent, Les Éditions de La Bagnole, toujours soucieuses d'offrir aux jeunes lecteurs des livres de haute tenue esthétique et culturelle, ont notamment publié *Deux garçons et un secret*, un album d'une grande sensibilité d'Andrée Poulin et Marie Lafrance, *Même pas vrai* de Larry Tremblay et Guillaume Perreault, *La doudou qui ne sentait pas bon*, de Claudia Larochelle et Maira Chiodi, *La belle histoire d'une vieille chose* de Louis Émond et Steve Adams et *La main*, un conte de Guy de Maupassant dont Fabrice Boulanger a fait une adaptation et signé les illustrations.

Pour leur part, les Éditions du Journal ont publié *Les mots dits – 350 trucs pour soigner votre français*, du linguiste Jacques Lafontaine, *Promenades historiques à Montréal*, sous la direction de Jean-François Leclerc et en collaboration avec le Centre d'histoire de Montréal, ainsi que *Montréal : 60 événements qui ont marqué l'histoire de la métropole*, de Gilles Proulx et Jean-Philippe Messier.

La maison TYPO, de son côté, a non seulement fait paraître de nombreuses réimpressions afin d'entretenir un fonds riche et diversifié, mais également une nouvelle édition de *Les demi-civilisés*, de Jean-Charles Harvey – agrémentée d'une nouvelle postface du spécialiste Guildo Rousseau –, et *La gifle*, de Roxanne Bouchard.



Prix littéraires pour Le Groupe Ville-Marie Littérature en 2016 : lauréats et finalistes

Prix des Dix (décerné par la Société des Dix)
Lauréat : Richard Foisy pour l'ensemble de son œuvre comme chercheur indépendant et historien de l'art

Prix Jean-Éthier-Blais (décerné par la Fondation Lionel-Groulx)
Lauréat : Richard Foisy pour *Un poète et son double : Émile Coderre – Jean Narrache*

Prix Cécile-Gagnon – Volet roman
Lauréate : Nicole Moreau pour *Planète Lili*

Prix Richard-Arès (meilleur essai publié au Québec en 2015)
Lauréate : Claude Cardinal pour *Une histoire du RIN*

Prix de la relève Jacques-Mayer (décerné par la Société du roman policier de Saint-Pacôme)
Lauréate : Marie-Eve Bourassa pour *Red Light (Tome 1) – Adieu, Mignonne*

Prix Lux
Lauréate : Mügluck pour les illustrations de la revue *Le Pigeon* (nº 1)
Lauréat : Rogé pour les illustrations de *Hochelaga mon quartier*

Prix Alvine-Bélisle (ASTED)
Lauréat : Rogé pour *Hochelaga mon quartier*

Prix du Centre du Québec
Lauréate : Maureen Martineau pour *L'Activiste*

Prix de L'Institut Canadien de Québec – Prix d'excellence des arts et de la culture
Lauréat : Simon Dumas

Prix Victor-Barbeau de l'Académie des lettres du Québec
Finaliste : Richard Foisy pour *Un poète et son double : Émile Coderre - Jean Narrache*

Prix littéraires du Gouverneur général – Littérature jeunesse – livres illustrés
Finaliste : Yayo pour *Pikiq*
Finalistes : Andrée Poulin et Marie Lafrance pour *Deux garçons et un secret*

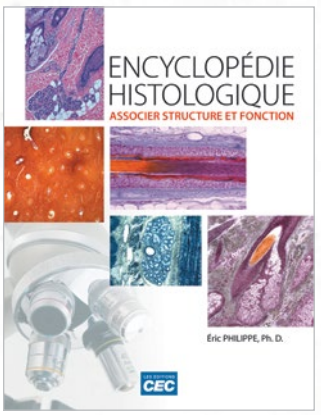
Prix Jeunesse des Libraires du Québec
Finalistes : Andrée Poulin et Marie Lafrance pour *Deux garçons et un secret*

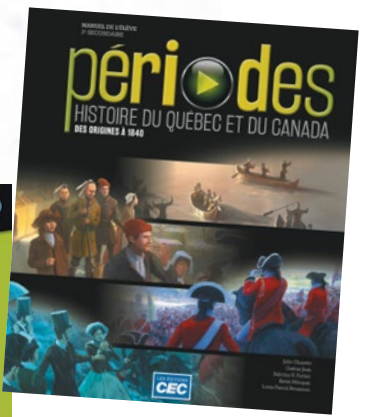
Grand prix du roman Métis (France)
Finaliste : Maya Ombasic pour *Mostarghia*

Les Éditions CEC Inc.

Marquée par le 60e anniversaire de la maison, 2016 a vu la parution de *Périodes*, une collection destinée à l'enseignement du nouveau programme *Histoire du Québec et du Canada* en 3e et en 4e secondaire qui offre des enrichissements numériques de grande qualité aux enseignants et à leurs élèves. L'année 2016 a aussi été celle du départ canon d'*Odyssée*, une collection de manuels de français langue seconde créée pour le marché ontarien et adoptée par plusieurs conseils scolaires.

Au niveau universitaire, Les Éditions CEC sont fières du prix d'excellence en enseignement, catégorie volume pédagogique, remporté par le Dr Éric Philippe, de l'Université Laval, pour la parution de l'*Encyclopédie histologique – Associer structure et fonction*.





Outre Distribution Select dans le secteur de la musique, les acteurs du milieu culturel québécois peuvent compter sur deux autres entreprises de distribution de premier plan pour entretenir leur relation avec le public : Messageries A.D.P. et Messageries Dynamiques, qui sillonnent régulièrement les routes du Québec avec des millions d'exemplaires de publications relatant les faits et gestes de ceux et celles qui donnent vie à notre culture.

Messageries A.D.P. inc.

Inspirée par sa mission qui veut que « Chaque livre trouve son lecteur », Messageries A.D.P. a enregistré en 2016 des ventes de plus de 5,9 millions d'exemplaires tirés de plus de 42 000 différents titres. Forte d'un catalogue numérique de 7 670 titres et ajoutant la prestigieuse maison Albin Michel à son portefeuille numérique, l'entreprise a réaffirmé sa position de premier diffuseur et distributeur de livres francophones au Canada.

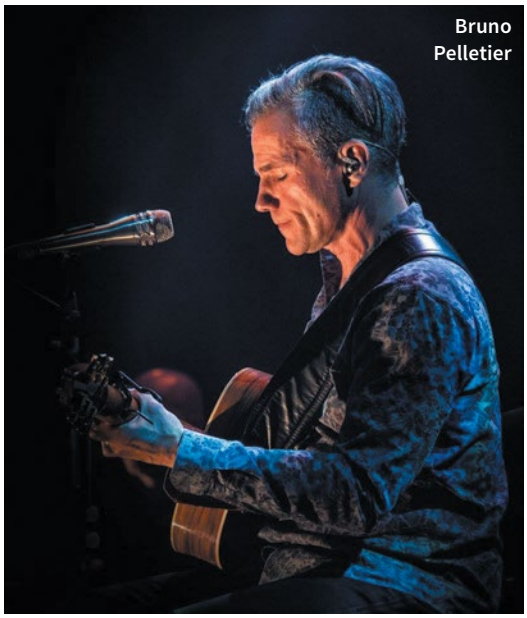
Messageries Dynamiques

De son côté, Messageries Dynamiques a confirmé sa position de premier distributeur de magazines et de journaux au Québec en signant, en mai 2016, une entente exclusive de sous-distribution de magazines avec Disticor Magazine Distribution Services.

Dans la foulée de cette entente, l'entreprise a distribué 39,3 millions d'exemplaires de magazines faisant partie d'un portefeuille en forte croissance et comptant 4 480 titres, majoritairement en français. Les titres *7 Jours*, *La Semaine*, *Allô Vedettes* et *Paris Match*, *Ricardo*, *Coup de Pouce*, *ELLE Québec*, *Châtelaine*, *Science & Vie* et *Trois fois par jour* sont au nombre des publications livrées chaque semaine dans les grandes chaînes d'alimentation, les grandes surfaces, les pharmacies et plusieurs kiosques indépendants.

Musique

La vitalité de la scène musicale québécoise ne s'est pas démentie en 2016, nombre d'artistes établis proposant de nouvelles œuvres et de nouveaux talents faisant leur entrée dans le bal. Le résultat : une production riche, diversifiée et imaginative qui a non seulement connu de vifs succès ici, mais qui a aussi dépassé les frontières du Québec à plus d'une occasion.


Bruno Pelletier

Joseph Edgar

Musicor

En 2016, Musicor a continué à connaître une activité soutenue, qui lui a permis de conserver sa place parmi les plus importants joueurs de l'industrie. L'entreprise a mis sur le marché 11 projets d'albums musicaux, soit 3 de plus qu'en 2015. En outre, Musicor a cumulé huit mises en nominations et remporté deux prix Félix à l'ADISQ.

De nouvelles étoiles se sont ajoutées à la galaxie Musicor en cours d'année, dont celles de Mélissa Ouimet et d'Alexe Gaudreault, qui ont toutes deux présenté un premier album éponyme aux Québécois. La chanson *Placebo*, co-écrite par Alexe Gaudreault, Mariane Cossette-Bacon et Jonathan Nathaniel, s'est d'ailleurs rapidement mérité la faveur du public en atteignant le sommet du palmarès BDS à l'automne et en y demeurant sept semaines. Son premier album en carrière lui a valu deux prix SOCAN, un exploit en soi : un Prix No. 1 SOCAN pour *Placebo* (remis durant l'enregistrement de l'émission musicale *Belle et Bum* en janvier 2016) et un Prix chanson populaire pour la même pièce lors du Gala de la SOCAN, tenu en septembre 2016.

Trois albums signés par des artistes dont la réputation n'est plus à faire ont aussi été proposés aux mélomanes, dont *Regarde autour*, de Bruno Pelletier, *La route infinie*, de Marie-Ève Janvier et Jean-François Breau, et *Les incontournables*, d'Irvin Blais. Trois autres artistes lanceront un album sous étiquette Musicor en 2017, soit Sally Folk, Annie Villeneuve et Yvan Pedneault, finaliste à l'édition 2016 de *La Voix*.

Le label d'artistes émergents Ste-4 Musique a, par ailleurs, fêté son 4e anniversaire en mettant quatre nouveaux albums en marché, soit *No Return*, de Mentana; *Ricochets*, de Joseph Edgar; *Tout le monde veut jouer avec Pépé*, de Pépé et sa guitare; et *Fuego*, de Caravane. Le label permettra également au travail de deux autres artistes de voir le jour sous peu, soit Maritza et Clay and Friends.

Marie-Ève Janvier et Jean-François Breau

Musicor à l'ADISQ

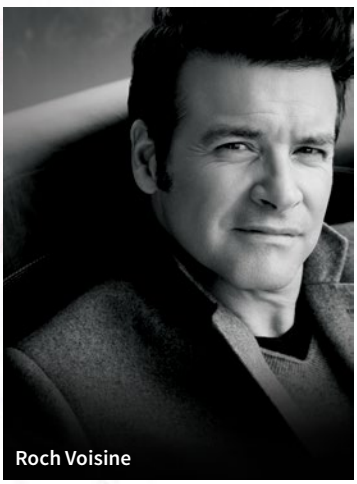
- Brigitte Boisjoli, gagnante du **Félix Album de l'année – Réinterprétation** avec *Hommage à Patsy Cline*
- Marie-Mai – gagnante du **Félix Interprète féminine de l'année** avec *M.*

Autres mises en nomination

- Laurence Jalbert, **Interprète féminine de l'année** et **Album de l'année-Folk** avec *Ma route*
- Rémi Chassé, **Révélation de l'année** et **Album de l'année – Rock** avec *Debout dans l'ombre*
- Yves Lambert, avec la collaboration de *SoCalled*, **Album de l'année –Traditionnel** avec *Lambert dans ses bottines*
- Artistes variés, **Album de l'année – Réinterprétation** avec *Forever Gentlemen*

2Frères

Éric Lapointe


Roch Voisine

Distribution Select

L'année s'est conclue sur une note positive pour Distribution Select, qui a maintenu son statut de plus important distributeur indépendant au Canada avec 46 % des parts du marché francophone au Québec et 17,5 % des parts du marché pour l'ensemble des produits vendus en sol québécois. Avec les 8 200 titres audio et les 1 740 produits vidéo provenant de plusieurs artisans de renom que compte son catalogue, l'entreprise contribue de façon significative au rayonnement des artistes d'ici.

Distribution Select a aussi profité de 2016 pour conclure 47 nouvelles ententes de distribution avec, notamment, Sphère Musique, Gestion Son et Image (GSI), Gestion Patrick Norman et la société américaine Alliance Entertainment/Amped. De plus, 10 ententes venant à terme en 2016 ont été renouvelées. Distribution Select a aussi mis en marché 722 nouvelles parutions audio et 192 parutions vidéo. Aussi, 12 titres de producteurs québécois distribués par Select ont réussi à se classer au *Top 200* des meilleures ventes canadiennes répertoriées en 2016 par la firme Nielsen SoundScan, signe éloquent de l'efficacité de son réseau de distribution.

Parmi les succès récompensés par Music Canada en 2016, Distribution Select compte une certification diamant pour l'album *25* d'Adele, des certifications platine pour *Nous Autres* de 2Frères, pour le DVD *Yoan Live au Centre Vidéotron* et pour l'album *La Voix* et, enfin, une certification or pour l'album *Les Grandes artères* de Louis-Jean Cormier. De plus, à la suite de la cessation des activités du distributeur indépendant DEP au début de 2017, Distribution Select a signé de nombreuses ententes avec des artistes majeurs de la scène québécoise, dont Éric Lapointe et Roch Voisine, de même qu'avec plusieurs maisons de disques telles que Spectra Musique, La Tribu et Dare To Care.

Distribution Select a continué à développer de nouveaux points de vente non traditionnels en ajoutant 96 adresses à sa liste. L'entreprise compte maintenant 682 clients au Québec, dont 500 sont des détaillants non traditionnels dont elle est le distributeur exclusif. Ces points de vente supplémentaires sont principalement mis à la disposition des producteurs de l'entreprise.

Également, de nouvelles occasions de vente ont été élaborées et verront le jour en 2017, dont une série de postes d'écoute qui seront déployés partout dans la chaîne de pharmacies Jean Coutu. En distribution numérique, l'entente avec Merlin a permis à Distribution Select d'étendre son réseau de distribution numérique en y ajoutant notamment les plateformes de Pandora, de Pulselocker et de Shazam. L'accompagnement technique et stratégique offert par Select Digital auprès des producteurs et labels dans le cadre de leur stratégie digitale globale a aussi assuré une optimisation de la performance de leurs contenus vidéo et un accroissement de la monétisation. Le résultat : une augmentation de près de 300 % (par rapport à 2015) du nombre de pistes écoutées en continu, augmentation qui a permis d'accroître de 80 % les revenus générés, palliant ainsi une part importante de la baisse de revenus provenant du téléchargement.

Québecor Contenu

Québecor Contenu assume un mandat stratégique à l'heure où les contenus sont des facteurs de différenciation primordiaux. Celui-ci crée, développe, acquiert, diffuse et exporte des contenus audiovisuels distinctifs et de qualité pour permettre aux Québécois de vivre une expérience multiplateforme hors de l'ordinaire, ainsi que de faire rayonner nos créateurs tant au Québec que dans le monde. Il s'agit donc d'un autre acteur important au sein de Québecor dont le travail quotidien contribue à la vitalité et au rayonnement de notre culture.

La dernière année aura d'ailleurs été, à ces égards, fort intéressante, en permettant à Québecor Contenu de faire valoir sa vision et ses compétences en collaborant activement avec les créateurs et les producteurs, tant sur le plan du développement des contenus que sur celui de la naissance de nouvelles marques.

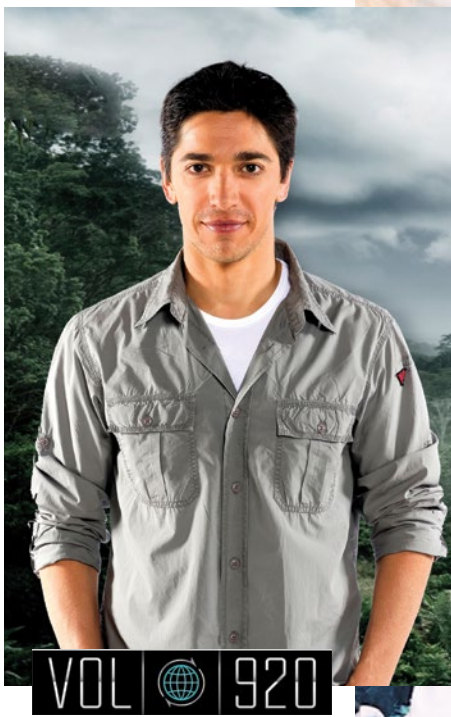
Québecor Contenu a ainsi pu démontrer sa capacité à accompagner créateurs et producteurs dès les débuts et à toutes les étapes de la création de séries originales, de même que sa créativité pour optimiser le développement de nouvelles marques lors de leur lancement et pour offrir la meilleure expérience de visionnement en fonction de la plateformes visée (à ce sujet, mentionnons la présentation de *Blue Moon* d'abord sur illico puis sur addik^{TV} et la présentation de *L'imposteur* sur les ondes de TVA). Enfin, Québecor Contenu a aussi offert un accompagnement stratégique apprécié dans l'adaptation de formats d'envergure, comme celui de *La Voix Junior*.

Sur le plan des contenus québécois, Québecor Contenu a profité de 2016 pour acquérir trois longs métrages, soit *1:54*, de Yan England, *Le Trip à trois*, mettant en vedette Martin Matte et Mélissa Désormeaux-Poulin, et *Innocence*, avec notamment Emmanuel Bilodeau et Mahée Paiement, qui seront diffusés sur les ondes de TVA et disponibles sur Club illico. Québecor Contenu a aussi acquis le format de *La Voix Junior*, qui a remporté un immense succès à l'automne à TVA.

Par ailleurs, une collaboration soutenue entre Québecor Contenu et Armoza a permis à des émissions diffusées à TVA de percer sur le marché international. Ce fut notamment le cas du format de l'émission de téléréalité *Vol 920*, qui a été vendu et diffusé en Italie sous le nom de *Flight 616*. Des options sur ce format ont aussi été vendues en France et en Espagne.

Après avoir connu un franc succès ici, la série *Karl & Max*, d'abord diffusée sur Club illico, a aussi été vendue à l'étranger, plus précisément à TV5 Monde, alors que l'émission *Le Tricheur* trouvait preneur en Russie. Une option sur le format de l'émission de variétés *Sur invitation seulement* a été vendue en Espagne, tandis qu'une option sur le format de *Faites comme chez vous* était prise en Allemagne.

Enfin, qu'ont en commun les sociétés DHX Media, Endemol Shine International, NBCUniversal, Disney, Fox, Paramount, Scripps Networks, Discovery International, Les Films Séville, Viacom et Warner ? Ce sont là quelques-unes des entreprises – parmi les plus prestigieuses de l'industrie de la production audiovisuelle – avec lesquelles Québecor Contenu a signé des ententes importantes en 2016 afin d'acquérir ou d'avoir accès à différents contenus parmi les plus prisés des auditoires mondiaux.



Karl & Max

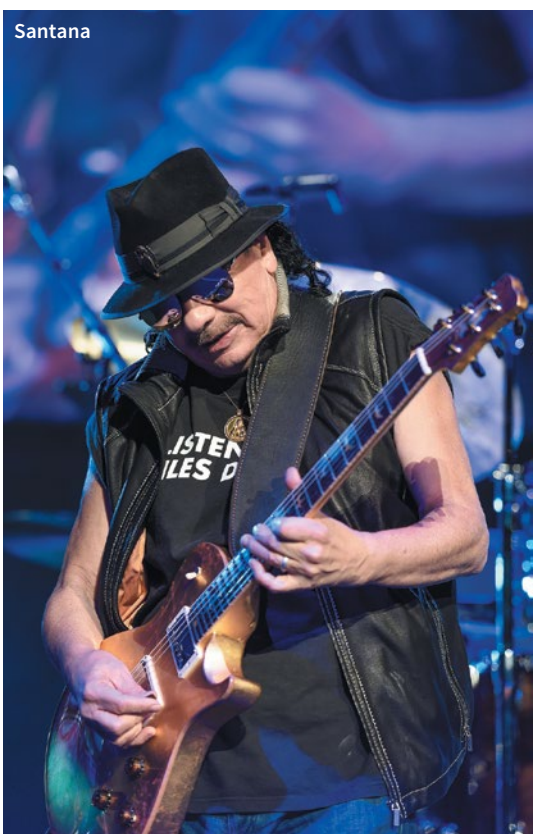
Groupe Sports et divertissement

Centre Vidéotron

Les Québécois sont, depuis longtemps, friands de grands rassemblements culturels, notamment lorsqu'il s'agit de musique. Et malgré son tout jeune âge, le Centre Vidéotron participe déjà de plain-pied à cette effervescence.

Ouvert en septembre 2015, le Centre Vidéotron n'a pas tardé à s'imposer comme l'un des principaux épicentres du Québec culturel, occupant déjà le 5e rang au pays au chapitre des billets vendus, tous types d'événements confondus, selon le réputé classement de *Pollstar*. Parmi les artistes nationaux ou internationaux ayant donné un – ou plusieurs – des 49 spectacles inscrits à l'horaire de 2016, citons Céline Dion, Yoan et ses invités, le Cirque du Soleil, *La Voix Junior* et, toujours populaires auprès des Québécois, les chanteurs Charles Aznavour et Bryan Adams.

Santana



Plusieurs grands artistes internationaux ont aussi contribué à asseoir la réputation de l'amphithéâtre, dont Metallica, Justin Bieber, Def Leppard, Rihanna, Pearl Jam et Santana.

Ajoutons que l'établissement a aussi été le théâtre du lancement de la programmation de TVA et de la deuxième saison de la populaire série originale québécoise *Blue Moon* à Québec, en plus d'accueillir le Bal des Grands romantiques de la Fondation du CHU de Québec.

Cirque du Soleil

Accueillons Céline

Gestev

Experte de l'organisation d'événements sportifs et culturels d'envergure, Gestion d'évènement Gestev inc. (Gestev) a connu une année 2016 marquée par plusieurs grands rendez-vous.

En marge de la série de spectacles de Céline Dion au Centre Vidéotron, l'entreprise a notamment organisé l'événement *Accueillons Céline* sur la place Jean-Béliveau qui surplombe l'amphithéâtre. Plus de 5 000 admirateurs de la chanteuse y étaient pour lui témoigner leur amour, prendre des photos et l'écouter s'adresser à la foule.

Gestionnaire du fabuleux site récréotouristique de la Baie de Beauport, Gestev a connu une saison estivale des plus mémorables. En effet, le site a notamment accueilli le groupe britannique Mumford & Sons pour un concert en plein air en tout début de saison. Quelques jours plus tard, Gestev, en collaboration avec la Ville de Québec, confirmait le retour historique de la baignade dans le fleuve Saint-Laurent après 50 années d'absence. Un ajout extraordinaire à l'offre de la Baie de Beauport !

Mumford & Sons

Québecor et le milieu culturel

Québecor consacre chaque année près de la moitié de son budget philanthropique d'une valeur de 42,7 millions de dollars à la culture québécoise, une culture créative, vibrante, qui n'ignore aucune facette de la mosaïque des arts et des lettres et qui, de surcroît, contribue de façon originale et souvent spectaculaire au rayonnement du Québec à l'étranger.

Cette culture, qui définit et reflète qui nous sommes, constitue non seulement un formidable vecteur d'épanouissement social, mais aussi un puissant levier économique pour le Québec. C'est, en effet, en milliards que se chiffrent les retombées liées à nos industries culturelles.

Partenaire enthousiaste des nombreux acteurs de la scène culturelle québécoise, Québecor soutient de nombreuses formes d'expression artistique. Ainsi, la musique, le théâtre, la danse, les arts visuels, la littérature, la poésie, l'activité muséale, le cinéma, l'histoire et le patrimoine peuvent-ils compter sur une présence solide et engagée à leurs côtés.

Voici quelques-uns des organismes et événements culturels que Québecor est fière d'épauler dans la poursuite de sa mission.

Cinéma

Depuis ses premiers pas au tournant du XX^{e} siècle, le cinéma québécois a franchi bien des arpents de neige. Au cours des dernières décennies déjà, il s'est taillé une place de premier plan sur la scène culturelle québécoise, en plus de s'affirmer davantage sur la scène mondiale. D'où la nécessité de participer à la conservation et à la valorisation de cet héritage – ce à quoi s'attache avec la plus grande minutie l'initiative de Québecor, Éléphant : mémoire du cinéma québécois – et d'inviter les Québécois à goûter tant leur propre cinéma que ce qui se fait de mieux hors de nos frontières. Québecor est donc fière de soutenir les projets et événements suivants.

- Éléphant : mémoire du cinéma québécois
- Festival de cinéma de la ville de Québec
- Festival des Films du Monde de Montréal
- Festival du nouveau cinéma
- Festival international de films Fantasia
- Wapikoni mobile

éléphant
QUÉBECOR
mémoire du cinéma québécois

Théâtre

Il y a fort à parier que plusieurs Québécois ignorent encore que c'est leur coin d'Amérique du Nord qui abrite le premier théâtre professionnel francophone au Canada, le Théâtre du Rideau Vert. Aujourd'hui, ce doyen a de la compagnie, la scène théâtrale d'ici étant plus foisonnante que jamais. Qu'il se fasse classique, jeunesse, baroque, vaudeville, absurde, musical ou avant-gardiste, le théâtre d'ici revêt de nombreux costumes qui distraient, amusent ou font réfléchir toutes les générations.

- Entre'actes
- Espace Go
- Espace Libre
- Le Groupe de la Veillée
- Compagnie Jean Duceppe
- Premier Acte
- Sibyllines, théâtre de création
- Théâtre Aux Écuries
- Théâtre de l'Opsis
- Théâtre du Nouveau Monde
- Théâtre du Rideau Vert
- Théâtre La Bordée
- Théâtre La Chapelle
- Théâtre Motus
- Théâtre Périscope
- Théâtre Prospero

Musique et chanson

Les Québécois sont depuis longtemps friands de musique et de chanson et Québecor partage cette passion, qui offre un véhicule de choix à l'expression de notre identité culturelle. Prêtes à nous accompagner en tout temps et en tous lieux, la musique et la chanson fondent un art éminemment accessible, démocratique et rassembleur.

- Camp chanson Québecor de Petite-Vallée
- Centre de musique canadienne
- Concours de musique du Canada
- Espace Félix-Leclerc
- Société pour l'avancement de la chanson d'expression française (SACEF)
- Festival de la chanson de Tadoussac
- La Fête de la Musique de Tremblant
- Festival de musique émergente d'Abitibi-Témiscaminque
- Festival de la Poutine de Drummondville
- Festi Jazz international de Rimouski
- Fondation de la SPACQ (Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec)
- Fondation Jeunesses Musicales du Canada
- Orchestre Baroque Arion
- Orchestre de chambre Appassionata

© FRANÇOIS LAPLANTE DELAGRAVE

Glengarry Glen Ross

Danse

La danse est sans doute une des formes les plus exigeantes et exaltantes non seulement de notre culture mais aussi de notre rapport aux autres. Multiforme, fédérant souvent autour d'elle la lumière et la musique, elle reste encore et toujours une inépuisable source d'émerveillement et, souvent, de réflexion.

- Centre de Création O Vertigo
- Danse Danse
- École supérieure de ballet du Québec
- Prix de la danse de Montréal

Littérature

La littérature est probablement une des formes d'art les plus prisées au Québec. Proches de leur public, nos auteurs manient avec habileté et élégance notre langue française d'Amérique pour la partager avec leurs concitoyens et, de plus en plus, avec d'autres membres de la grande francophonie internationale. Québecor est très sensible à cette forme d'expression et apporte un soutien enthousiaste à son épanouissement.

- Festival international de la Poésie de Trois-Rivières
- Fondation du Centre des auteurs dramatiques
- Les Amis du patrimoine de Saint-Venant-de-Paquette (Grande nuit de la poésie)
- Les Correspondances d'Eastman
- Prix littéraire des collégiens
- Prix Robert-Cliche

La Fête de la Musique de Tremblant

Exposition Marc Séguin – Espace musée Québecor

Arts visuels

S'il est un monde qui, à travers l'histoire et encore aujourd'hui, n'a laissé que peu de gens indifférents, c'est celui des arts visuels, un monde qui étonne, qui réjouit, qui invite à l'introspection ou qui… choque. Ici, le matériau se transforme entre les mains de l'artiste pour produire un objet nouveau et proposer une interprétation du monde sans autre filtre que celui du spectateur.

- D'Arts et de rêves
- Espace musée Québecor – Exposition Armand Vaillancourt et Exposition Marc Séguin
- Mtl en Arts
- Fonderie Darling
- Journée des musées montréalais
- Musée d'art contemporain de Baie-Saint-Paul
- Musée d'art contemporain de Montréal
- Musée des beaux-arts de Montréal
- Musée national des beaux-arts du Québec (MNBAQ)

Organismes et événements multidisciplinaires

Parce que l'art peut aussi être un carrefour, un lieu de convergence où se retrouvent des artistes de partout, Québecor appuie depuis longtemps la scène des événements multidisciplinaires, une scène qui n'hésite pas à proposer des réalités et des points de vue autres, différents et toujours intéressants.

- Brigade Arts Affaires de Montréal
- Centre Segal des arts de la scène
- Cirque Éloize
- Diversité artistique Montréal
- L'école et les arts
- Festival Présence autochtone
- Festival TransAmériques
- Festival Vue sur la relève des arts de la scène
- Fondation de la Place des Arts
- Institut national de l'image et du son
- Théâtre de la Ligue Nationale d'Improvisation
- Usine C

Histoire et patrimoine

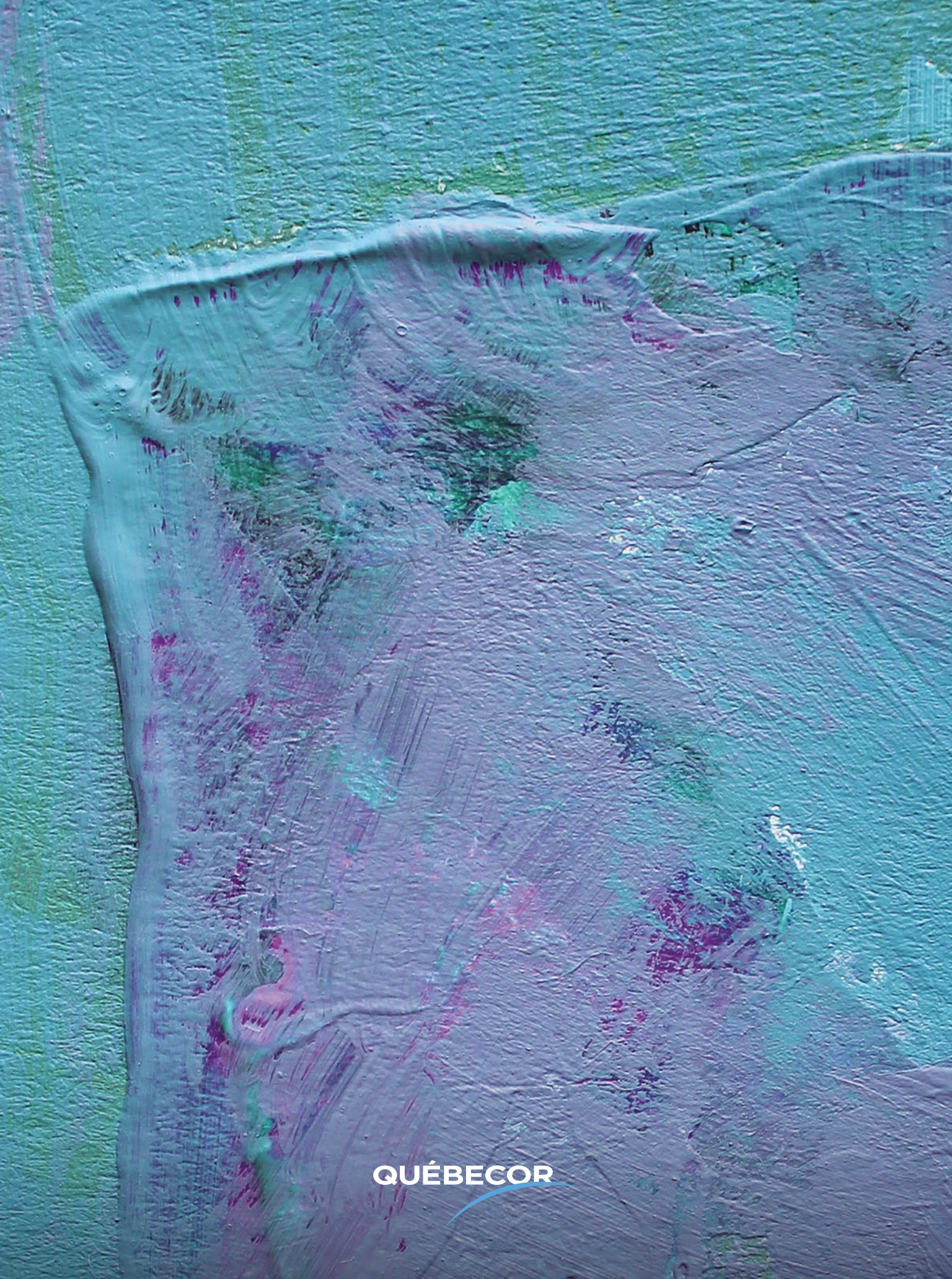
Hier, c'est aussi notre histoire et notre patrimoine. Ce sont les témoins du quotidien de ceux qui ont contribué à construire le Québec avant nous et dont nous devons valoriser et préserver la mémoire. Afin que les choses durent et que les prochaines générations puissent à leur tour s'en inspirer, Québecor voue une affection particulière à l'histoire et au patrimoine québécois.

- Bibliothèque et Archives nationales du Québec
- Fondation Lionel-Groulx
- Héritage Montréal
- Mouvement national des Québécoises et Québécois
- Maison Saint-Gabriel
- Morrin Centre
- Musée des maîtres et artisans du Québec
- Pointe-à-Callière, cité d'archéologie et d'histoire de Montréal (Fort de Ville-Marie)

MNBAQ – Pavillon Pierre-Lassonde

© AURÉLIE GIRARD

PERMANENT
ECOLOGO
BIO GAZ ÉNERGIE
FSC
FSC SANS
FOND
BLANC
Une réalisation de
TVA
Publications
sur mesure


QUÉBECOR