



Allocution de Pierre Karl Péladeau  
Président et chef de la direction de Québecor

Assemblée générale annuelle  
Le 9 mai 2019, 9 h 30

*L'allocution prononcée fait foi.*

## INTRODUCTION

Merci, monsieur Mulroney pour les bons mots. C'est toujours un immense plaisir et une grande fierté de me retrouver devant vous pour notre rendez-vous annuel, afin de faire le bilan d'une autre année couronnée de succès.

2018 fut une année importante pour Québecor. Monsieur Mulroney en a fait mention, le rachat de la participation de la Caisse de dépôt et placement du Québec nous aura permis d'ouvrir un nouveau chapitre, où la détermination, le désir de gagner et le courage seront toujours aussi présents.

Pierre Péladeau a eu de l'audace en fondant le Journal de Montréal en 1964. Il a eu de l'audace en s'attaquant à de nouveaux marchés avec les activités d'impression, et en faisant de Québecor une société parfaitement intégrée. C'est aussi cette audace qui nous a poussés à acquérir Vidéotron en 2000 pour prendre le virage numérique. Puis, nous avons lancé notre propre réseau mobile et fait concurrence au cartel canadien déjà en place.

C'est la capacité d'anticiper les grands changements de notre industrie qui a permis à Québecor d'être l'entreprise qu'elle est aujourd'hui. Anticiper et avoir de la vision impliquent parfois de prendre des décisions et de poser des gestes qui ne sont pas toujours faciles. C'est ce que nous avons dû faire il y a 10 ans, lorsque l'industrie de la presse écrite a subi de profonds bouleversements, avec des revenus qui diminuaient de façon significative.

Aujourd'hui, nous sommes fiers que *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* soient des médias solides et rentables, qui n'ont pas besoin de se transformer en OBNL et de collecter des dons pour survivre. Nous sommes fiers aussi d'avoir pu préserver de nombreux emplois.

Aujourd'hui, la mondialisation et la révolution numérique nous obligent à faire encore une fois preuve d'audace pour assurer la pérennité de notre télévision québécoise.

Pour la première fois dans le monde, les abonnés aux OTT comme Netflix, Amazon Prime et Hulu, ont dépassé le nombre d'abonnés au câble. En Europe et aux États-Unis, la durée d'écoute de la télévision traditionnelle est en chute libre. Au Québec, 49 % des jeunes détenant encore un abonnement télé disent qu'ils ont « définitivement ou probablement » l'intention de l'annuler.

Dans ce contexte, notre détermination, notre capacité d'innover et notre audace sont plus nécessaires que jamais. Nos entités réglementaires doivent saisir cette urgence d'agir afin de nous donner les moyens de nous battre à armes égales.

Le vérificateur général du Canada a d'ailleurs lui-même confirmé cette semaine la nécessité d'agir rapidement, évoquant la *concurrence déloyale* qu'entraîne le refus du gouvernement fédéral de « taxer les géants du Web », à l'instar des entreprises d'ici.

La révolution numérique a créé nombre d'opportunités d'affaires pour Québecor, mais la stratégie de notre entreprise doit continuer de s'adapter à son nouvel environnement. C'est ce que nous avons fait dans les dernières années, et 2018 s'est soldée par une solide performance financière et opérationnelle.

## **TÉLÉCOMMUNICATIONS**

Chez Vidéotron, l'année fut excellente à plusieurs égards, comme en témoigne la croissance de 2,9 % des revenus du secteur des télécommunications et de près de 8 % de son BAIIA ajusté.

Comme l'a mentionné M. Mulroney, le leadership de Manon Brouillette – que je tiens à remercier personnellement – a permis à l'entreprise de connaître une importante croissance, et nous sommes très heureux de pouvoir compter aujourd'hui, sur notre collaborateur de longue date, Jean-François Pruneau, pour assurer le succès de Vidéotron dans l'avenir.

Vidéotron continue d'innover afin de répondre aux attentes de ses clients, et devance même celles des nouvelles générations.

D'abord, avec Fizz, nous sommes devenus le premier joueur mobile à offrir une expérience 100 % numérique. Lancé à l'automne 2018, ce fournisseur mobile et internet nouveau genre nous permet de s'ouvrir à de nouveaux marchés, en s'adressant principalement à la génération montante des Z et des millénariaux. Fizz offre une expérience axée sur la simplicité, l'autonomie et le partage, aux clients qui aiment faire les choses par eux-mêmes, à moindres coûts. La proposition de Fizz, qui compte déjà plus de 40 000 lignes, est donc complémentaire à celle de Vidéotron, et nous permettra de nous positionner encore plus favorablement dans le marché de la téléphonie mobile au Québec.

D'ailleurs, c'est une grande fierté d'avoir vu Vidéotron se hisser, moins de dix ans après son lancement, au 2<sup>e</sup> rang en termes de parts de marché dans le sans-fil au Québec, dépassant ainsi Rogers, un titulaire en mobilité depuis plus de trente ans. Notre secteur de téléphonie mobile continue donc sa progression, avec une hausse de 12,7 % des lignes en 2018.

À ce propos, au terme de la plus récente enchère de spectre mobile, nous avons procédé à l'achat de dix blocs de basses fréquences dans la bande des 600 MHz.

L'acquisition de ces fréquences permettra à Vidéotron de poursuivre sa lancée sur le marché de la télécommunication mobile au Québec et dans la grande région d'Ottawa, assurant ainsi une saine concurrence pour le plus grand bénéfice des consommateurs. Avec l'ajout de ces licences, Vidéotron se positionne très bien pour la révolution technologique à venir.

Un autre grand chantier de Vidéotron fut le dévoilement de notre nouvelle plateforme de distribution de classe mondiale. Helix sera lancée sur le marché cette année, et viendra révolutionner le quotidien des Québécois et de leur vie connectée. Réunissant commande vocale,

domotique, Wi-Fi ultra performant et puissant agrégateur de contenu, Helix offrira une expérience télé évoluée grâce à la technologie IP.

Grâce à tous ces efforts soutenus ainsi qu'à l'expérience client qui demeure au cœur des priorités de l'entreprise, Vidéotron a notamment été nommée, selon deux études Léger :

- l'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois, pour une 14<sup>e</sup> année consécutive, et;
- l'entreprise de télécommunications la plus « cool » selon les jeunes Québécois.

Cette même satisfaction se retrouve aussi du côté de Vidéotron Affaires, qui se positionne comme guichet unique pour les petites et grandes entreprises québécoises en matière d'Internet, de téléphonie d'affaires et mobile, de télédistribution, de réseaux privés et de fibre optique.

### **PRODUCTION DE CONTENU ORIGINAL**

En plus d'offrir des produits et des services à la fine pointe de la technologie, l'élément clé qui a toujours permis à Québecor de se différencier est la force de notre contenu. Un contenu de grande qualité, pensé pour les Québécois et mettant en vedette les artistes et artisans d'ici. Nous avons bien compris cette réalité, et nous en faisons une priorité. C'est ainsi que sous le leadership de France Lauzière, présidente et chef de la direction de Groupe TVA et chef du contenu de Québecor Contenu – que je salue – nos nombreuses productions originales ont continué d'exceller et de faire leur marque.

Sur Club illico, les abonnés ont notamment pu écouter en rafale l'ultime saison de *Blue Moon*, l'audacieuse et touchante comédie *Léo* ainsi que les séries destinées aux jeunes et aux familles *L'Académie* et *La Dérape*. Plus récemment, le thriller psychologique *Les Honorables*, mettant en vedette Patrick Huard et Macha Grenon, a fracassé tous les records, en atteignant un million de visionnements en moins d'une semaine. Cette programmation diversifiée a contribué aux excellents résultats de Club illico pour l'exercice 2018, avec une hausse de 16,4 % du nombre d'abonnés.

À TVA, la série *Fugueuse* et le format *Révolution* se sont largement démarqués en obtenant des succès retentissants. D'ailleurs, la grande qualité de nos productions originales nous a permis de percer les marchés internationaux. Par exemple, *Fugueuse* a conquis la France, l'Italie et la Norvège; *Victor Lessard* le Canada anglais, et *Révolution* la France, l'Espagne et la Lituanie. Ces succès nous permettent de générer de nouveaux revenus, tout en mettant en valeur le talent et la créativité du Québec.

Sans équivoque, le contenu original fait la force et le succès de Groupe TVA. La semaine dernière, Groupe TVA a atteint un record historique en atteignant un sommet de 38,8 % de parts de marché. Mais ce n'est pas tout. Pour la première fois de son histoire, LCN est plus regardé que Radio-Canada, et se classe tout juste après TVA qui demeure toujours n°1 au Québec. Pour sa part, TVA Sports a connu à l'hiver 2019, une excellente croissance de 170 %, de 17 h à 19 h, comparativement à l'an dernier. Nos autres chaînes spécialisées, CASA, addik<sup>TV</sup>, Prise 2, MOI&cie et Yoopa, ont également toutes connu une progression de leurs cotes d'écoute en 2018.

À la lumière de ces excellents résultats, il est encore une fois toujours difficile de comprendre la logique qui sous-tend les redevances versées aux chaînes spécialisées. Nous avons décrié le problème haut et fort dans les derniers mois, mais Bell et l'autorité réglementaire s'empêchent dans le *statu quo*. Alors que les chaînes spécialisées de TVA sont les plus regardées au Québec, Bell continue de recevoir la part du lion en obtenant 49 % du montant total des redevances versées pour les services de langue française. Alors que les parts de marché de TVA augmentent, celles de Bell diminuent. Et pendant que les parts de Bell diminuent, ses tarifs de distribution augmentent! Un seul mot : aberrant. Bell doit renoncer à ses privilèges historiques découlant de son statut d'ancien monopole et les chaînes spécialisées de TVA doivent être reconnues selon leur juste valeur marchande. Pour ce faire, il est impératif que les autorités réglementaires nous donnent les moyens de rééquilibrer les tarifs de distribution de l'ensemble des chaînes spécialisées, comme TVA Sports, non pas en se basant sur les tarifs historiques, mais en fonction des critères objectifs et mesurables tels que les cotes d'écoute, le choix des chaînes sur mesure, ainsi que les investissements en

programmation. Ainsi, il faut baisser les tarifs des chaînes qui ne sont pas ou peu regardées par les téléspectateurs et récompenser les chaînes les plus performantes. Le consommateur n'aura pas à payer plus cher pour ses chaînes si un vrai rééquilibrage est effectué.

Je ferme ici ma parenthèse sur le dossier redevances.

D'autre part, dans un contexte de revenus publicitaires difficile, notre secteur Média a poursuivi sa stratégie visant à diversifier ses sources de revenus ainsi qu'à bonifier son offre de contenu et de services. Ainsi, nous avons fait l'acquisition des chaînes spécialisées Évasion et Zeste. Nous avons acquis le Guide de l'auto comprenant les activités d'édition de livre et d'édition numérique. Nous avons aussi fait l'acquisition d'Incendo dans le but d'accroître notre portée dans les marchés de distribution de produits audiovisuels anglophones, et d'accélérer notre développement à l'international. Enfin, dans le but de bonifier les services clé en main de MELS, nous avons conclu l'acquisition d'Audio Zone, spécialisée dans la postproduction sonore, ainsi que des actifs de Mobilimage, une entreprise de location d'équipements de production mobile.

À ce sujet, Groupe TVA souhaite toujours procéder à l'agrandissement des studios de tournage de MELS. Mais alors que les grandes villes américaines et canadiennes, comme Vancouver, Ottawa et, bien sûr, Toronto, multiplient leurs efforts et bénéficient d'importants incitatifs fiscaux, notre fenêtre d'opportunités à Montréal s'amenuise chaque jour. Nous sommes prêts à investir 40 M\$ dans la métropole avec MELS4, sans demander aucune subvention ou prêt à l'État.

Nous ne demandons rien d'autre au gouvernement du Québec que de garantir, pour cinq ans, les crédits d'impôt, déjà existants, pour les productions cinématographiques ou télévisuelles, et ce, afin que Montréal et le Québec puissent garder leur attractivité.

## **MÉDIAS**

Outre le contenu culturel, Québecor demeure enracinée dans sa mission d'origine qui consiste à offrir des médias d'information de qualité. Nos journaux continuent d'être les plus lus au Québec,

et le travail exceptionnel des équipes du Bureau d'enquête et du Bureau parlementaire contribue à leur pertinence. De plus, dans un contexte mondial où la presse écrite vit une période difficile, nous ne pourrions être plus fiers de la réussite du Journal de Montréal, du Journal de Québec ainsi que du journal 24 Heures, qui sont toujours aussi solides et appréciés des Québécois.

Toujours n°1 au Québec grâce à leur portée, nos magazines ainsi que l'ensemble de nos propriétés numériques – consultées par 96 % de la population chaque mois – représentent d'excellents vecteurs de diffusion, tout en contribuant au rayonnement de la culture et du star-système québécois.

L'ère du numérique nous a également permis de créer, cette année, notre toute première radio numérique, QUB radio. Offerte à tous les auditeurs du Québec, cette nouvelle plateforme est disponible en ligne, sur l'application mobile ainsi que sur illico. QUB radio nous permet donc de maximiser notre stratégie de convergence pour diffuser une riche programmation, autant dans le créneau de la radio parlée que dans celui de la baladodiffusion, qui a cumulé plus deux millions de téléchargements d'épisodes depuis son lancement en octobre 2018.

Enfin, bien qu'une grande effervescence technologique nous entoure, Québecor tire une grande fierté de la solidité de son réseau d'édition de livres. Nos 18 maisons d'édition de littérature générale ainsi que notre maison d'édition scolaire, Les Éditions CEC, ont publié pas moins 372 livres cette année, dont 7 des 20 titres les plus vendus au Québec.

## **SPORTS ET DIVERTISSEMENT**

Sous le leadership du chef de l'exploitation de Québecor Groupe Sports et divertissement, Martin Tremblay, le Centre Vidéotron s'est classé parmi les cinq aré纳斯 ayant généré le plus de revenus par la vente de billets au Canada, selon *Billboard*. Il s'est aussi classé dans le top 100 des amphithéâtres les plus achalandés au monde. Le Centre Vidéotron attire certains des plus grands artistes

internationaux, tout en demeurant une scène d'importance pour les artistes francophones. Par exemple, en plus d'avoir choisi le Centre Vidéotron pour tenir ses répétitions pendant près de 2 semaines, Paul McCartney nous a permis d'atteindre un nouveau record de recettes de ventes de billets pour la première mondiale de sa tournée *Freshen up*. Justin Timberlake, Elton John – pour sa tournée d'adieu – Carlos Santana et Shania Twain, nous ont aussi choyés de leur présence. Côté artistes francophones, le Centre Vidéotron a accueilli Lara Fabian, Eric Lapointe et Christophe Maé. L'amphithéâtre est aussi prisé par les amateurs de sports de combat et, bien sûr, de hockey junior.

Le secteur Musique a pour sa part continué de renforcer sa place de joueur de premier plan sur la scène musicale au Québec. Il a notamment fait l'acquisition de MP3 Disques, le label de Mario Pelchat, qui compte plusieurs artistes figurant parmi les meilleures ventes de l'année au Canada, comme le duo 2Frères et Paul Daraîche. D'ailleurs, avec les albums *La Voix 2019* et *Pelchat Aznavour Désormais*, Musicor et MP3 Disques se sont classées la semaine dernière en tête des ventes d'albums au Québec, selon la firme Nielsen. De plus, Musicor Spectacles a connu un essor en 2018 grâce à la signature d'artistes nationaux et internationaux de haut calibre comme Lara Fabian, Corneille, Marc Dupré et Christophe Maé, qui nous ont confié leur exploitation scénique.

## **REMERCIEMENTS ET PHILANTHROPIE**

Finalement, si nous sommes en mesure de connaître autant de succès, dans tous nos secteurs d'activité, c'est grâce à l'appui indéfectible de nombreuses personnes.

Permettez-moi de les remercier.

- J'aimerais d'abord souligner le travail exceptionnel de nos 10 000 employés, qui sont toujours prêts à relever le défi d'offrir la meilleure expérience à nos clients;
- Un immense remerciement à nos millions de clients, à tous nos annonceurs, à nos partenaires d'affaires, et bien sûr, à nos actionnaires.
- J'aimerais également exprimer ma reconnaissance envers l'ensemble des membres du comité de direction pour leur dévouement, de même qu'envers nos administrateurs, qui jouent un rôle crucial en partageant leurs expertises et leur vision.
- Et plus spécialement, merci à notre président du conseil, M. Mulroney, pour sa sagesse et ses judicieux conseils.

L'hommage qui vous sera rendu ce soir, M. Mulroney, dans le cadre de la Soirée Honoris organisée au profit de la Fondation du CHUM, est amplement mérité.

Lorsqu'on constate que vous avez réussi à réunir les communautés des affaires de Montréal, de Toronto, qui se sont toutes mobilisées pour la cause et pour vous rendre hommage, cela témoigne assurément du respect et de la grande admiration que toutes et tous vous portent.

J'oserais même dire que c'est la preuve irréfutable que Brian Mulroney fut le meilleur premier ministre que le Canada aura connu!

Québecor étant un grand partenaire de la Fondation du CHUM, je suis fier de poursuivre notre engagement, avec mon collègue Marc Tremblay, également président du conseil d'administration de la Fondation du CHUM, dans le cadre de cette soirée. Nous avons le privilège d'avoir un établissement de santé de renommée mondiale capable d'offrir les meilleurs soins qui soit à la population. Il est donc fondamental pour nous de le soutenir activement.

Cette solidarité envers notre communauté est un fondement qui est ancré dans les valeurs de l'entreprise depuis plus de 60 ans.

Nous avons également fait le choix de nous investir en culture. Nous le faisons de par la nature de nos activités, en investissant par exemple dans la production de contenu d'ici et en créant des emplois, mais nous le faisons aussi en consacrant près de la moitié de notre budget philanthropique à la culture. De plus, il a toujours été extrêmement important pour nous d'appuyer la relève artistique, comme de reconnaître l'apport de nos grands créateurs québécois.

Je pense entre autres à la Soirée hommage Québecor qui nous permet chaque année de remettre deux bourses de 50 000 \$ à deux artistes ayant marqué notre culture.

L'an dernier, la chanteuse Patsy Gallant et la comédienne Andrée Lachapelle ont remporté cet honneur.

Une autre belle démonstration est l'exposition qui est présentement en cours à l'Espace musée, au rez-de-chaussée de notre siège social. Le photographe Pierre Dury nous présente le fruit de sa grande carrière, tout en mettant en lumière nos plus grands artistes québécois.

Également, nous avons célébré cette année le 10<sup>e</sup> anniversaire d'un projet qui me tient particulièrement à cœur, Éléphant : mémoire du cinéma québécois. Depuis sa création, près de 215 longs métrages ont été restaurés, numérisés et rendus accessibles au grand public. Et vous pouvez compter sur Québecor pour poursuivre cet engagement.

\*\*\*

En conclusion, la vitalité de la culture québécoise demeurera toujours une grande source de fierté pour Québecor. C'est pourquoi nous poursuivons nos efforts pour faire vivre notre culture, pour proposer toujours les meilleures plateformes, le meilleur contenu et la meilleure expérience. Le monde se transformera, l'économie continuera de bouillonner avec les nombreuses innovations technologiques, et Québecor continuera de s'adapter pour assurer sa croissance et imaginer l'avenir.

Merci à toutes et tous.