



NOTICE ANNUELLE

EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2014

LE 31 MARS 2015

TABLE DES MATIÈRES

RUBRIQUE 1 — LA SOCIÉTÉ	1
1.1 LES FILIALES	2
RUBRIQUE 2 — ACTIVITÉS	3
2.1 TÉLÉCOMMUNICATIONS	3
2.1.1 Survol des activités	3
2.1.2 Produits et services	4
2.1.3 Statistiques sur la clientèle de Vidéotron	7
2.1.4 Survol des activités	7
2.1.5 Prix des produits et services	8
2.1.6 La technologie du réseau de Vidéotron	9
2.1.7 Marketing et service à la clientèle	11
2.1.8 Programmation	12
2.1.9 Concurrence	12
2.1.10 Secteur Détail	14
2.2 MÉDIA	15
2.2.1 Télédiffusion	15
2.2.2 Magazines	16
2.2.3 Édition et distribution de livres	17
2.2.4 Édition de journaux	17
2.2.5 Survol du secteur de l'édition de journaux au Canada	18
2.2.6 Publicité et tirage	19
2.2.7 Activités de presse	19
2.2.8 Réseau de distribution	25
2.2.9 Impression commerciale	25
2.2.10 Caractère saisonnier et périodicité	25
2.2.11 Matières premières	25
2.2.12 Autres activités	26
2.3 SPORTS ET DIVERTISSEMENT	26
2.3.1 Amphithéâtre de Québec	26
2.3.2 Équipes de hockey LHJMQ	26
2.3.3 Gestion d'événements sportifs et culturels	26
2.3.4 Distribution musicale	27
2.3.5 Concurrence	27
2.4 PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	27
2.5 ASSURANCES	28
2.6 EMPLOYÉS	28
2.7 ENVIRONNEMENT	29
RUBRIQUE 3 — FAITS SAILLANTS	30
3.1 DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS	30
3.2 FAITS SAILLANTS 2014	31
3.2.1 Québecor	31
3.2.2 Québecor Média	31
3.2.3 Télécommunications	32
3.2.4 Média	32
3.2.5 Sports et divertissement	34
3.3 FAITS SAILLANTS 2013	34
3.3.1 Québecor	34
3.3.2 Québecor Média	34
3.3.3 Télécommunications	34
3.3.4 Média	35
3.3.5 Sports et divertissement	35

3.4	FAITS SAILLANTS 2012	35
3.4.1	Québecor.....	35
3.4.2	Québecor Média.....	36
3.4.3	Télécommunications	36
3.4.4	Média.....	36
3.4.5	Sports et divertissement.....	36
RUBRIQUE 4 — ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS		36
4.1	ADMINISTRATEURS	36
4.2	MEMBRES DE LA HAUTE DIRECTION.....	39
RUBRIQUE 5 — COMITÉ D'AUDIT		39
5.1	MANDAT DU COMITÉ D'AUDIT	39
5.2	COMPOSITION DU COMITÉ D'AUDIT	40
5.3	FORMATION ET EXPÉRIENCE PERTINENTES.....	40
5.4	UTILISATION DE CERTAINES DISPENSES.....	41
5.5	POLITIQUE D'APPROBATION PRÉALABLE.....	41
5.6	HONORAIRES DE L'AUDITEUR EXTERNE.....	41
RUBRIQUE 6 — LITIGES.....		42
RUBRIQUE 7 — FACTEURS DE RISQUE		42
RUBRIQUE 8 — DESCRIPTION DE LA STRUCTURE DU CAPITAL.....		42
8.1	STRUCTURE DU CAPITAL	42
8.2	CAPITAL-ACTIONS AUTORISÉ.....	43
8.3	CAPITAL-ACTIONS ÉMIS ET EN CIRCULATION	43
8.4	DIVIDENDES.....	43
8.5	MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES	44
RUBRIQUE 9 — MEMBRES DE LA DIRECTION ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉES DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES		44
RUBRIQUE 10 — CONTRATS IMPORTANTS.....		45
10.1	CONVENTION ENTRE ACTIONNAIRES	45
10.2	AUTRES CONTRATS IMPORTANTS	46
10.2.1	Contrats importants de Québecor.....	46
10.2.2	Contrats importants de Québecor Média	47
10.2.3	Contrats importants de Vidéotron	51
10.2.4	Contrats importants de Sun Media.....	55
RUBRIQUE 11 — INTÉRÊTS DES EXPERTS.....		55
RUBRIQUE 12 — AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES		55
RUBRIQUE 13 — ÉNONCÉS PROSPECTIFS		55
RUBRIQUE 14 — RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES		57
ANNEXE A – INFORMATION SUR LE SECTEUR TÉLÉDIFFUSION CONTENUE DANS LA NOTICE ANNUELLE DE GROUPE TVA INC. DATÉE DU 6 MARS 2015		A-1
ANNEXE B – MANDAT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION		B-1
ANNEXE C – MANDAT DU COMITÉ D'AUDIT.....		C-1

REMARQUE INTRODUCTIVE

Dans la présente notice annuelle, à moins d'incompatibilité avec le contexte, les termes la « **Société** » ou « **Québecor** » renvoient à Québecor inc. sur une base consolidée, y compris ses filiales et ses divisions. Sauf indication contraire, i) toutes les mentions de « dollars » et « \$ » font référence à des dollars canadiens et ii) l'information présentée dans la présente notice annuelle est donnée au 31 décembre 2014. De plus, le tableau qui suit présente une liste de termes définis qui seront utilisés dans la présente notice annuelle pour désigner diverses sociétés du groupe Québecor.

Entité	Terme défini
Corporation Sun Media	« Sun Media »
Groupe Archambault inc.	« Groupe Archambault »
Groupe Sogides inc.	« Sogides »
Groupe TVA inc.	« Groupe TVA »
Imprimerie Québecor Média inc.	« Imprimerie Québecor Média »
Le SuperClub Vidéotron Itée	« Le SuperClub Vidéotron »
Les Éditions CEC inc.	« Éditions CEC »
Québecor Média inc.	« Québecor Média »
Réseau Québecor Média inc.	« Réseau Québecor Média »
Vidéotron Itée	« Vidéotron »

RUBRIQUE 1 — LA SOCIÉTÉ

Québecor a été constituée en vertu des lois du Québec, le 8 janvier 1965, et est régie par la *Loi sur les sociétés par actions* (Québec).

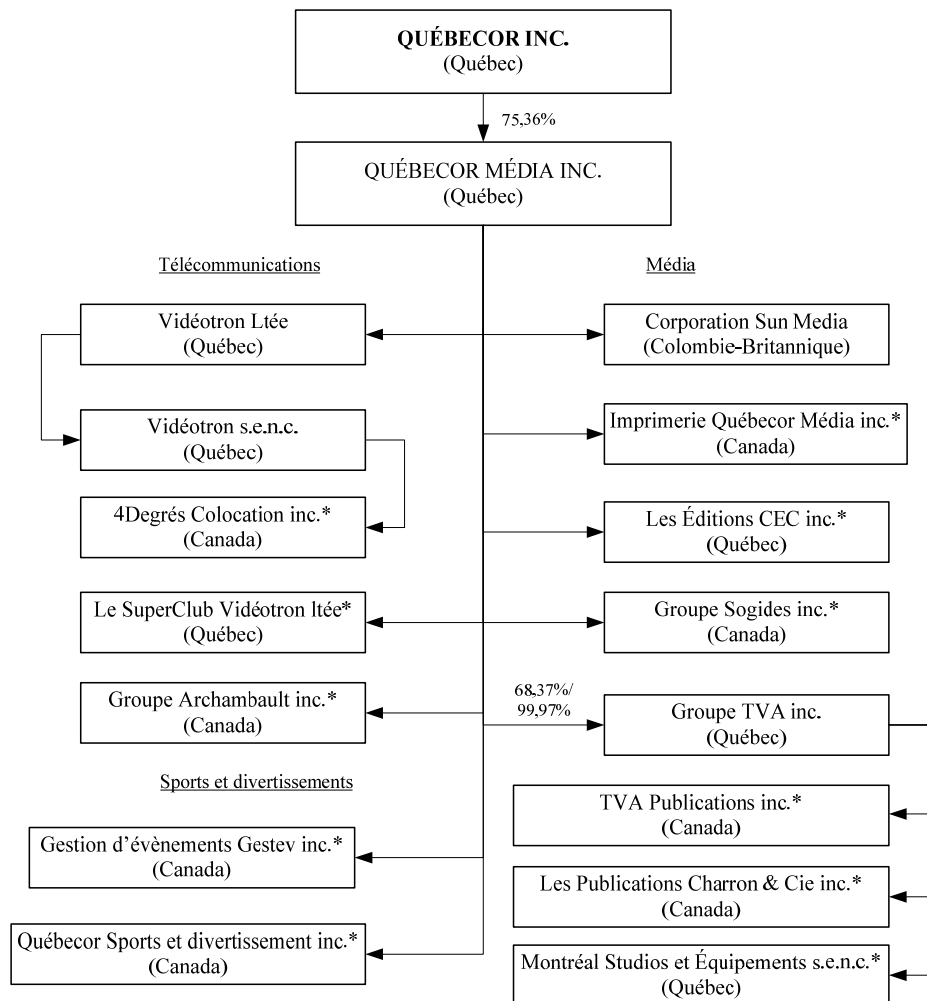
La Société est une société de gestion détenant une participation de 75,4 % dans Québecor Média, l'un des plus importants conglomerats de médias du Canada. Les filiales de Québecor Média exercent leurs activités dans les secteurs suivants : Télécommunications, Média, et Sports et divertissement. .

Au cours du troisième trimestre 2014, la Société a modifié sa structure organisationnelle et ses activités sont maintenant gérées par le biais des trois secteurs suivants : Télécommunications, Média, et Sports et divertissement. La réorganisation a consisté en a) la création du nouveau secteur Média, qui englobe toutes les activités des précédents secteurs Médias d'information et Télédiffusion, ainsi que les activités d'édition et de distribution de livres auparavant comprises dans le secteur Loisir et divertissement, b) la création du nouveau secteur Sports et divertissement, qui englobe toutes les activités d'exploitation, de production, de distribution et de gestion liées à la musique, au divertissement, au sport et au futur amphithéâtre de Québec (« l'**Amphithéâtre** »), auparavant comprises dans le secteur Loisir et divertissement, et c) le transfert des activités de vente au détail du précédent secteur Loisir et divertissement au secteur Télécommunications. Par conséquent, les chiffres des périodes antérieures présentés dans l'information sectorielle de la Société ont été retraités pour refléter ces changements

Le siège social de la Société est situé au 612, rue Saint-Jacques, Montréal (Québec), Canada, H3C 4M8. Son numéro de téléphone est le (514) 380-1999 et l'adresse de son site Internet est www.quebecor.com. Toutefois, les renseignements et les documents qui sont affichés sur le site Internet de la Société ne font pas partie de la présente notice annuelle ni ne sont réputés y être intégrés par renvoi.

1.1 LES FILIALES

L'organigramme ci-après présente les principales filiales de Québecor au 20 mars 2015 par secteur d'activité, leur territoire de constitution ou de prorogation, ainsi que le pourcentage de titres de participation et de titres comportant droit de vote qu'elle détient, directement ou indirectement, lorsque ces filiales ne sont pas entièrement détenues par celle-ci. Certaines filiales dont l'actif total ne représentait pas plus de 10 % de l'actif consolidé de la Société au 31 décembre 2014 ou dont le chiffre d'affaires et les produits d'exploitation ne représentaient pas plus de 10 % de son chiffre d'affaires consolidé et de ses produits d'exploitation consolidés à cette date ont été omises. L'ensemble des filiales omises représentait moins de 20 % de l'actif consolidé de la Société et moins de 20 % de son chiffre d'affaires consolidé et de ses produits d'exploitation consolidés au 31 décembre 2014. Les filiales identifiées à l'aide d'un astérisque (*) représentent chacune 10 % ou moins du total des actifs consolidés de la Société et 10 % ou moins de son chiffre d'affaires consolidé et de ses produits d'exploitation ajustés au 31 décembre 2014. Celles-ci ont été incluses afin de donner une meilleure compréhension de la structure générale de la Société.



RUBRIQUE 2 — ACTIVITÉS

Par l'entremise de sa filiale Québecor Média, Québecor est un chef de file parmi les sociétés médiatiques du Canada ayant des activités dans les secteurs des télécommunications par câble et mobile, de l'édition et de la distribution de journaux, des portails Internet et des sites Internet spécialisés, de la télédiffusion, des services de location de studios et d'équipements et des services de postproduction, des effets visuels et de l'animation 3D, de la vente au détail, de l'édition et de la distribution de livres et de magazines, de la location et de la distribution de jeux vidéo et de consoles de jeux, de l'enregistrement, de la production, de la distribution et de la vente au détail de musique, de l'offre de services de musique en continu, de production de spectacles et d'événements, de développement de jeux vidéo, de l'affichage extérieur, de deux équipes de hockey de la Ligue de hockey junior majeur du Québec (« LHJMQ ») et de la gestion d'événements sportifs et culturels. Par l'intermédiaire de sa filiale Vidéotron, Québecor Média est un fournisseur de premier plan de services de câblodistribution et de communication mobile. Québecor Média est un chef de file en création, en promotion et en distribution d'information, de divertissement et de services Internet conçus pour gagner les auditoires de toutes les catégories démographiques. Québecor Média déploie une stratégie de convergence afin de saisir les occasions de synergies qui se présentent dans son portefeuille de propriétés médias.

Le tableau ci-dessous détaille les revenus pour chacun des trois secteurs d'exploitation de la Société au cours des deux derniers exercices, de même que les revenus du siège social et les revenus intersectoriels pour ces exercices.

	Exercices terminés les 31 décembre	
	2014	2013
	(en millions de dollars)	
Revenus par secteur d'exploitation		
Télécommunications	2 965,0 \$	2 860,5 \$
Média	807,7	828,3
Sports et divertissement	60,9	70,2
Siège social et intersectoriels	(117,5)	(111,5)
	3 716,1 \$	3 647,5 \$

2.1 TÉLÉCOMMUNICATIONS

2.1.1 Survol des activités

Par l'intermédiaire de Vidéotron, la Société est le principal câblodistributeur au Québec et le troisième au Canada d'après le nombre de clients abonnés au câble, de même qu'un fournisseur d'accès Internet et de services téléphoniques par câble et mobile au Québec. Le réseau de câblodistribution de Vidéotron couvre approximativement 79 % des quelques 3,5 millions de résidences et d'établissements commerciaux du Québec. Le déploiement de son réseau LTE (« *Long Term Evolution* ») et l'amélioration de l'offre de services de communication mobile de Vidéotron pour sa clientèle résidentielle et d'affaires lui permettent de consolider sa position en tant que fournisseur de services de télécommunication intégrés.

Vidéotron services affaires est un fournisseur de services de télécommunication d'affaires de premier plan desservant tant les petites que les moyennes et grandes entreprises, ainsi que les entreprises de télécommunication. Ces dernières années, cette entreprise a grandement augmenté sa clientèle et est devenue un acteur important du Québec dans ce secteur. Sa gamme de produits et services comprend l'Internet, la télévision, la téléphonie, les services mobiles et les produits de solutions d'affaires tels que l'hébergement, la connectivité de réseau privé, le WIFI, la transmission audio et vidéo. Par l'intermédiaire de 4Degrés Colocation, Vidéotron opère un centre de données situé dans la Ville de Québec, qui est l'un des rares au Québec à être accrédité « Tier III » par l'Uptime Institute, norme internationale reconnaissant une fiabilité maximale et un maintien continu des activités.

Québecor Média est également active dans la vente au détail et la location de DVD, disques Blu-ray et consoles de jeux, par l'intermédiaire de Le Superclub Vidéotron et son réseau de franchises.

Le secteur détail inclut également Groupe Archambault, un des plus importants disquaires et libraires du Québec avec 15 points de vente répartis entre 14 magasins de grande surface Archambault et une librairie, la Librairie Paragraphe. Groupe Archambault offre aussi divers jeux, jouets et idées-cadeaux.

Par l'intermédiaire de Québecor Média, Québecor était, au 31 décembre 2014, propriétaire de la totalité des titres de participation et des titres comportant droit de vote de Vidéotron.

2.1.2 Produits et services

Vidéotron offre actuellement à ses clients des services de câblodistribution, de téléphonie mobile et de télécommunication d'affaires.

2.1.2.1 Services de câblodistribution

Produits et services de câble évolués

La large bande passante du câble de Vidéotron constitue un facteur clé contribuant au succès de la prestation de produits et de services évolués. Plusieurs technologies émergentes et l'usage grandissant d'Internet chez les clients de Vidéotron ont créé des occasions importantes d'augmenter ses sources de revenus. Vidéotron offre actuellement divers produits et services évolués, dont l'accès Internet par câble (fibre hybride), la télévision numérique, la téléphonie résidentielle et certains services interactifs. En 2012, Vidéotron a lancé illico télé nouvelle génération qui offre une nouvelle interface dont l'ergonomie a été complètement réinventée pour offrir une navigation fluide et intuitive, de même que de nouvelles fonctionnalités à valeur ajoutée. Au 31 décembre 2014, 65,8 % de ses clients numériques utilisaient illico télé nouvelle génération. En 2014, Vidéotron a lancé sur le marché la plus récente technologie: illico X8. Cet enregistreur haute technologie possède un processeur quatre fois plus puissant que les générations précédentes, permettant ainsi à ses clients de programmer jusqu'à huit enregistrements simultanés et conserver jusqu'à 230 heures d'enregistrement haute définition (« HD »). Vidéotron a l'intention de continuer à développer et à déployer des services à valeur ajoutée supplémentaires afin d'élargir davantage son offre de services.

- *Accès Internet par câble.* En tirant avantage de son infrastructure de câblodistribution évoluée, Vidéotron offre à ses clients du secteur résidentiel un service d'accès Internet principalement par modem câble rattaché à un ordinateur personnel. Vidéotron fournit ce service à une vitesse allant jusqu'à 60 Mb/s et, dans près de la moitié du réseau, jusqu'à 200 Mb/s. Au 31 décembre 2014, Vidéotron comptait 1 537 532 clients au service Internet par câble, soit 86,3 % de ses abonnés au service de base et 55,4 % du nombre total de foyers qu'elle dessert. D'après des estimations internes, Vidéotron est le plus important fournisseur d'accès Internet dans les régions qu'elle dessert et sa part du marché était évaluée à 54,4 % au 31 décembre 2014.
- *Télévision numérique.* Vidéotron a installé des équipements de tête de ligne par le biais d'un réseau de fibre optique hybride et coaxial pouvant assurer des transmissions à codage numérique vers un terminal numérique bidirectionnel dans les installations et les foyers des clients. Cette connexion numérique fournit des avantages importants. Entre autres, elle augmente la capacité des canaux, ce qui permet d'accroître la programmation et les services offerts tout en permettant une plus grande flexibilité dans ses blocs de services et une qualité haute définition. Tous les forfaits de télévision de Vidéotron incluent 52 canaux de télévision de base, des canaux audio fournissant de la musique de qualité numérique, 21 chaînes radio FM et un guide de programmation interactive. Le forfait de service étendu de télévision numérique de Vidéotron permet aux clients de personnaliser leur choix avec la possibilité de sélectionner un forfait personnalisé ou préassemblé avec une sélection de plus de 300 canaux supplémentaires, dont des superstations américaines et d'autres programmes de divertissement spéciaux. Ce forfait offre également aux clients une flexibilité de programmation considérable, y compris l'option de

langue française seulement, langue anglaise seulement ou une combinaison de programmation dans les deux langues, de même que plusieurs canaux en langues étrangères. Au 31 décembre 2014, Vidéotron comptait 1 561 692 clients abonnés à son service de télévision numérique, soit 87,6 % de la totalité de ses clients abonnés au service de base et 56,2 % du nombre total de foyers desservis.

- *Téléphonie par câble.* Vidéotron offre son service de téléphonie par câble fondé sur la technologie VoIP. Elle offre des rabais aux clients abonnés à plus d'un de ses services. Au 31 décembre 2014, Vidéotron avait 1 349 010 abonnés à son service de téléphonie par câble, ce qui représente un taux de pénétration de 75,7 % de ses abonnés au service de base du câble et de 48,6 % des foyers qu'elle dessert.
- *Vidéo sur demande.* Le service de vidéo sur demande permet aux clients abonnés à la câblodistribution en mode numérique de louer, parmi la sélection qui est offerte, des films, des documentaires et d'autres programmes à partir de leur terminal numérique, de leur ordinateur, de leur tablette ou de leur téléphone mobile respectivement via illico télé numérique, illico.tv, les applications illico pour tablettes et illico mobile. Les abonnés à la télévision numérique de Vidéotron peuvent louer ces produits pour une période de 24 heures, pendant laquelle ils peuvent regarder à leur convenance l'émission choisie, avec la possibilité d'arrêter, de reculer, d'avancer, d'interrompre et de regarder à nouveau l'émission. De plus, ces clients peuvent maintenant continuer le visionnement de la programmation sur demande qui a été mise en attente autant sur leur téléviseur que sur illico.tv, l'application illico.tv sur tablette ou illico mobile. De plus, Vidéotron a lancé une nouvelle application pour iPad en 2014. Cette application présente une interface personnalisable et intuitive qui permet une sélection de contenus basée sur le profil individuel du client et qui améliore l'expérience en suggérant du contenu personnalisé par thématique. Cette application iPad permet de trouver facilement et rapidement tout le contenu disponible dans l'ensemble du catalogue d'illico, incluant les émissions en vidéo sur demande, une chaîne en direct ou des émissions enregistrées et permet au client de les envoyer directement de l'iPad vers son téléviseur. Il arrive parfois que Vidéotron regroupe des films, des événements ou des émissions de télévision, offerts par l'intermédiaire de la vidéo sur demande pour les offrir, lorsque disponibles, pour une période de sept jours. Elle offre aussi un important contenu de vidéo sur demande gratuit à ses abonnés aux services numériques, comprenant principalement des émissions de télévision prédiffusées et une programmation orientée jeunesse. En mars 2013, Vidéotron a lancé *Club illico* (anciennement *illico Club à volonté*), un service de vidéo sur demande par abonnement offrant un contenu sur demande illimité, riche et varié (films, émissions de télévision, émissions pour enfants, documentaires, spectacles d'humour et concerts) à un prix unique. *Club illico* a débuté à la fin 2013 la coproduction de séries télévisées et les offre en première fenêtre de diffusion, avant la diffusion linéaire des émissions. Au 31 décembre 2014, le service *Club illico* comptait déjà 177 700 abonnés. Vidéotron offre également, par abonnement, des chaînes de télévision payante qui permettent à ses clients de sélectionner et de regarder la plupart des films offerts sur les chaînes de télévision payantes linéaires auxquelles ils s'abonnent.
- *Télévision à la carte (Indigo).* *Indigo* est un regroupement de chaînes de télévision payante à la carte permettant aux abonnés du câble numérique de voir des événements en direct et des films, selon un horaire préétabli.

Services traditionnels de câblodistribution

Les clients qui s'abonnent aux services classiques « de base » et « étendus » en mode analogique de Vidéotron reçoivent généralement un ensemble de 42 canaux de programmation télévisuelle selon la capacité de la bande passante de leur système de câblodistribution local. Ce service n'est plus offert aux nouveaux clients de Vidéotron.

Vidéotron comptait 220 550 clients aux services traditionnels de câblodistribution au 31 décembre 2014, représentant 12,4 % de sa clientèle de base totale.

2.1.2.2 Services mobiles

Le 9 septembre 2010, Vidéotron a lancé son réseau de communication mobile hautement évolué de technologie HSPA (3G), lequel a été amélioré à HSPA+ (4G) le 30 juin 2011.

Dans le cadre d'une entente avec Industrie Canada, Vidéotron offre un service d'accès Internet sans fil fixe dans certaines régions du Québec. Ce service, grâce au réseau HSPA+ de Vidéotron, permettra à des milliers de foyers et entreprises qui n'avaient pas accès à Internet haute vitesse par câble, de profiter d'un produit de qualité et fiable. Par conséquent, les services Internet résidentiel et d'affaires de Vidéotron s'étendent maintenant à une douzaine de municipalités au Québec qui étaient jusqu'alors non desservies.

En 2013, Vidéotron a signé une entente d'une durée de 20 ans avec Rogers Communications S.E.N.C. (« **Rogers** ») pour la coopération et la collaboration dans la construction et l'exploitation d'un réseau sans fil partagé afin d'offrir la technologie LTE à un nombre encore plus grand de clients au Québec et dans la région d'Ottawa (l'« **Entente LTE Rogers** »). En septembre 2014, Vidéotron déployait son réseau LTE partagé avec Rogers. Ce réseau sans fil partagé de technologie LTE offre aux consommateurs et aux entreprises une expérience client optimale et génère également les économies en capital et en investissement qui étaient projetées et que Vidéotron pourra réinvestir dans ses réseaux et ses services aux clients. Vidéotron conserve son indépendance commerciale, notamment en ce qui a trait à son portefeuille de produits et de services, à son système de facturation et aux données de ses clients, pendant toute la durée de cette entente.

En avril 2014, Vidéotron a ajouté les appareils mobiles d'Apple, y compris l'iPhone, à son inventaire d'équipements mobiles, lui permettant ainsi d'atteindre un segment inexploité et significatif de son marché, en particulier les jeunes utilisateurs d'appareils mobiles. Vidéotron a par la suite lancé de nouvelles applications illico pour iPhone (4, 5C, 5S, 6) et iPad.

Lors des enchères de fréquences pour services mobiles dans la bande de 700 MHz tenues en 2014, Vidéotron a acquis un ensemble de sept licences de spectre constitué d'un seul bloc de spectre apparié de 5+5 MHz dans la partie supérieure de la bande de 700 MHz au-dessus d'un territoire géographique composé des provinces du Québec, de l'Ontario (sauf la région du nord de l'Ontario), de l'Alberta et de la Colombie-Britannique, couvrant ainsi une population totale de plus de 28 millions de personnes. La bande de 700 MHz possède certaines caractéristiques de propagation de qualité supérieure et jouit d'écosystèmes bien développés d'équipement et d'appareils LTE en Amérique du Nord. Les licences acquises lors des enchères tenues en 2014 aideront Vidéotron à maintenir un réseau sans fil de pointe de grande capacité au Québec et dans la région d'Ottawa et lui offriront différentes options pour maximiser la valeur de son investissement dans le reste de l'Ontario, en Alberta et en Colombie-Britannique. En date du 31 décembre 2014, la majorité des foyers et commerces du territoire desservi avait accès aux services mobiles évolués de Vidéotron. Au 31 décembre 2014, 632 766 lignes étaient activées sur ses services de téléphonie mobile, représentant une croissance annuelle de 128 452 lignes (25,5 %).

Aux termes des enchères de spectre mobile commercial des SSFE-3 d'Industrie Canada, Vidéotron a acquis quatre licences de 30 MHz pour l'Est du Québec, le Sud du Québec, le Nord du Québec et l'Est de l'Ontario et l'Outaouais, couvrant ainsi 100 % de la population québécoise en plus de celle de la région d'Ottawa. Ce spectre, qui supporte la technologie LTE, permettra à Vidéotron d'augmenter sa capacité à maintenir un réseau mobile de pointe de grande capacité au Québec et dans la région d'Ottawa.

2.1.2.3 Services de télécommunication d'affaires

Vidéotron service affaires est un chef de file dans l'offre de services de télécommunication pour les entreprises, offrant des solutions technologiques fiables et à la fine pointe en téléphonie mobile, Internet, téléphonie par câble, transmission de données et câblodistribution dans tous les secteurs d'activités : petites et moyennes entreprises, grandes sociétés et autres entreprises de télécommunication. Par l'intermédiaire de 4Degrés Colocation, Vidéotron opère un centre de données situé dans la Ville de

Québec, qui est l'un des rares au Québec à être accrédité « Tier III » par l'Uptime Institute, norme internationale reconnaissant une fiabilité maximale et un maintien continu des activités.

Pour servir cette clientèle, Vidéotron compte sur des équipes de vente et de service à la clientèle dédiées possédant une connaissance approfondie des services aux entreprises. Vidéotron service affaires s'appuie sur ses réseaux coaxial, fibre optique et sans-fil LTE étendus pour offrir la meilleure solution personnalisée à sa clientèle.

2.1.3 Statistiques sur la clientèle de Vidéotron

Le tableau suivant résume les statistiques sur la clientèle abonnée à la suite des produits et services évolués de Vidéotron :

	<u>Au 31 décembre</u>				
	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Foyers desservis ⁽¹⁾	2 777 264	2 742 476	2 701 242	2 657 315	2 612 406
Câblodistribution					
Abonnés au service de base ⁽²⁾	1 782 242	1 825 081	1 854 981	1 861 477	1 811 570
Pénétration ⁽³⁾	64,2 %	66,5 %	68,7 %	70,1 %	69,3 %
Abonnés au service numérique.....	1 561 692	1 531 361	1 484 589	1 400 814	1 219 599
Pénétration ⁽⁴⁾	87,6 %	83,9 %	80,0 %	75,3 %	67,3 %
Accès Internet par câble					
Abonnés à l'Internet par câble.....	1 537 532	1 505 992	1 443 992	1 359 600	1 268 083
Pénétration ⁽³⁾	55,4 %	54,9 %	53,5 %	51,2 %	48,5 %
Services de téléphonie					
Lignes de téléphonie par câble.....	1 349 010	1 348 520	1 316 327	1 245 893	1 145 063
Pénétration ⁽³⁾	48,6 %	49,2 %	48,7 %	46,9 %	43,8 %
Lignes téléphoniques mobiles.....	632 766	504 314	403 804	290 742	136 111

(1) « Foyers desservis » signifie le nombre de résidences, tels les habitations à logement unique ou les habitations à logements multiples, et les établissements commerciaux desservis par son réseau de télévision par câble dans une région donnée desservie par le câble dans laquelle les services de programmation sont offerts.

(2) Les abonnés au service de base sont les clients qui reçoivent le service de câblodistribution de base en mode analogique ou numérique.

(3) Représente le nombre d'abonnés en pourcentage du nombre total de foyers desservis.

(4) Représente le nombre d'abonnés au service numérique en pourcentage du nombre d'abonnés au service de base.

2.1.4 Survol des activités

2.1.4.1 Industrie de la câblodistribution

Données de l'industrie

La câblodistribution est offerte au Canada depuis plus de 50 ans et constitue un marché bien établi. Au 31 août 2013, date la plus récente pour laquelle des données sont disponibles, on comptait environ 8,8 millions d'abonnés de la câblodistribution au Canada. Pour l'exercice terminé le 31 août 2013 (données les plus récentes), le revenu total de ce secteur était évalué à plus de 12,3 milliards de dollars et devrait augmenter à l'avenir, en se basant sur le fait que les câblodistributeurs canadiens ont activement modernisé leurs réseaux et ont élargi leurs offres de nouveaux produits et services.

Le tableau suivant résume les dernières statistiques clés annuelles pour le secteur de la câblodistribution au Canada :

	<u>Exercice terminé le 31 août</u>					
	<u>2013</u>	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>	<u>TCAC⁽¹⁾</u>
	<u>(nombre de foyers desservis et abonnés au service de base en millions, montant en milliards \$)</u>					
Canada						
Revenus du secteur ⁽²⁾	12,3 \$	11,5 \$	10,9 \$	10,1 \$	9,2 \$	6,0 %
Abonnés au service de base ⁽²⁾	8,8	8,7	8,5	8,3	8,1	1,7 %

Source des données au Canada : Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (« **CRTC** »).

(1) Taux de croissance annuel composé canadien de 2009 à 2013.

(2) Incluant la télévision sur Internet (« **IPTV** »).

2.1.4.2 Survol de l'industrie de la téléphonie mobile

En termes de taux de pénétration du sans fil (c.-à-d., le nombre de cartes SIM actives ou de lignes activées versus la population totale, exprimé en pourcentage), le marché canadien est relativement sous-développé.

Au 31 décembre 2013 (les plus récentes données disponibles), la province de Québec avait un taux de pénétration inférieur au taux moyen canadien (66,6 % versus 79,1 % selon le CRTC). Au 30 septembre 2014, les titulaires traditionnels ont conservé, selon le CRTC, leur domination dans l'industrie au Canada avec une part d'environ 91 % du marché du Québec.

Avec l'augmentation du nombre d'opérateurs régionaux qui se font compétition sur les prix, la couverture, les offres d'équipements et la fiabilité de la technologie, le marché du sans fil canadien est hautement compétitif. Avec le déploiement des réseaux mobiles avancés à travers le pays et l'augmentation du taux de pénétration auprès de la jeune clientèle, la demande pour les produits de technologies évolués sur très large bande passante (téléphones intelligents, tablettes, etc.) augmente rapidement. Au 30 septembre 2014, il y avait plus de 28,5 millions d'abonnés au Canada.

2.1.5 Prix des produits et services

Les revenus de Vidéotron sont tirés des frais mensuels payés par ses clients pour les services de télévision par câble, d'Internet, de téléphonie par câble et de téléphonie mobile. Les tarifs que Vidéotron facture varient en fonction du marché desservi et du niveau de service sélectionné. Habituellement, les tarifs sont ajustés chaque année. Vidéotron offre aussi à ses clients abonnés à plus d'un de ses services, des rabais par rapport à la somme des prix des services individuels qui leur sont fournis. Au 31 décembre 2014, la facture mensuelle moyenne sur les frais de souscription récurrents par client résidentiel était de 109,22 \$ (représentant une augmentation de 6 % année après année) et approximativement 81 % de ses clients jumelaient deux de ses services ou plus. Des frais d'installation uniques, dont le client peut être exonéré en partie lors de certaines périodes de promotion, sont imputés aux nouveaux clients. En 2014, Vidéotron a présenté à sa clientèle la possibilité d'optimiser complètement leur signal Wi-Fi, en installant jusqu'à deux optimiseurs, si nécessaire. Des frais mensuels pour l'équipement loué, tels que les terminaux ou les routeurs Wi-Fi, sont également facturés aux clients.

Bien que les services offerts par Vidéotron varient selon le marché en raison des différences dans la capacité de la bande passante des systèmes de câblodistribution dans chacun de ses marchés et d'autres facteurs, ses services sont habituellement offerts dans des fourchettes de tarifs mensuels tenant compte de rabais offerts pour les services groupés.

2.1.6 La technologie du réseau de Vidéotron

2.1.6.1 Câblodistribution

Au 31 décembre 2014, le réseau de câblodistribution de Vidéotron englobait 32 930 kilomètres de câbles à fibre optique et 45 992 kilomètres de câbles coaxiaux, couvrant environ 2,8 millions de foyers et environ 2,2 millions de clients. Le réseau de Vidéotron est le plus vaste réseau à large bande au Québec, couvrant environ 79 % des foyers et, selon ses estimations, plus de 77 % des entreprises situées dans les régions métropolitaines les plus importantes du Québec. Son vaste réseau peut être raccordé directement aux réseaux déployés en Ontario, dans les Maritimes et aux États-Unis.

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

Vidéotron a adopté l'architecture de réseau hybride fibre-coaxial (« **HFC** ») comme norme pour les améliorations continues de son réseau. L'architecture de réseau HFC combine l'utilisation du câble à fibre optique avec le câble coaxial. Le câble à fibre optique possède de bonnes caractéristiques de fréquence sur large bande, une immunité au bruit et une durabilité physique et il peut transporter des centaines de canaux vidéo et de données sur de vastes étendues. Le câble coaxial est moins coûteux et exige une plus grande amplification des signaux pour obtenir les niveaux de transmission nécessaires à l'utilisation des canaux. Sur la majorité de son réseau, Vidéotron fournit ses signaux par un câble à fibre optique reliant la tête de ligne à un groupe de nœuds optiques qui, par fibre coaxiale, est ensuite transmis jusqu'aux foyers desservis par ces nœuds. Traditionnellement, le réseau de Vidéotron est conçu de façon à desservir, par câble à fibre optique, des cellules regroupant environ 500 foyers. Pour permettre cette configuration, des têtes de lignes secondaires ont été mises en service dans la région métropolitaine de Montréal, la région métropolitaine de Québec et la région métropolitaine de Gatineau.

Des têtes de lignes secondaires distantes doivent également être connectées par des liaisons à fibre optique. À partir des têtes de ligne secondaires, le service aux clients est transmis par fréquence radio (« **FR** ») contenant l'information tant en aval qu'en amont (deux voies). L'architecture en anneaux des réseaux bidirectionnels permet une redondance accrue et assure une fiabilité, la taille de la cellule améliore la flexibilité et la capacité, alors que le faible nombre d'amplificateurs séparant le foyer et la tête de ligne améliore la qualité et la fiabilité du signal. La conception de son réseau HFC lui assure une importante flexibilité et permet d'offrir une programmation personnalisée aux cellules individuelles d'environ 500 foyers, ce qui est essentiel pour ses services évolués, tels la vidéo sur demande, le commutateur de diffusion vidéo numérique et l'expansion continue de ses services interactifs.

Depuis 2008, Vidéotron a commencé une modernisation exhaustive de son réseau de la grande région de Montréal afin de pouvoir répondre aux besoins en services sans cesse grandissants de sa clientèle en matière de services vidéo, de téléphonie et de services Internet. Les travaux de modernisation actuellement en cours exigent que Vidéotron repousse la limite supérieure du spectre FR auquel a recours son offre de services et qu'elle étende son réseau de fibres optiques à grande échelle, de façon à

élargir de façon significative la part de fibre optique de son réseau HFC (réduisant par le fait même la part coaxiale). D'autres nœuds optiques ont systématiquement été déployés afin de mieux segmenter sa clientèle et de mieux gérer le trafic, tant en amont qu'en aval. Cette initiative de modernisation (i) a créé une architecture de réseau dont la capacité de segmentation du trafic en amont a été fixée à 125 foyers, tandis que le trafic en aval est fixé à 250 foyers (avec la possibilité d'être ramenée à 125 foyers), et (ii) permet de recourir au spectre de 1 GHz pour son offre de services. La robustesse du réseau s'en trouve grandement améliorée (Vidéotron fait appel à de l'équipement beaucoup moins actif sur le réseau, tels que les amplificateurs FR dans la partie coaxiale), l'offre de services et les possibilités de personnalisation des services en fonction des besoins de la clientèle se sont également grandement améliorées (grâce à l'étendue du spectre, portée à 1 GHz, et à une segmentation accrue de la clientèle) et les vitesses de transmission des services Internet sont beaucoup plus élevées, lesquelles sont jusqu'à présent inégalées.

L'architecture globale du réseau repose sur la technologie de multiplexage par répartition en longueur d'onde (« **DWM** »), qui permet à Vidéotron de réduire les volumes de fibre optique requis, tout en offrant des possibilités de personnalisation efficaces. À ce titre, en plus de l'information de diffusion, jusqu'à 24 longueurs d'onde peuvent être combinées sur un même réseau de transport de fibre optique entre la tête de réseau secondaire et un point d'agglomération comptant 3 000 foyers. Chacune de ces longueurs d'onde est destinée à répondre aux besoins particuliers de 125 foyers. Le spectre FR est destiné à diffuser du contenu analogique (qui sera éliminé progressivement) et de l'information numérique à l'aide d'un système de modulation d'amplitude en quadrature. Grâce aux techniques de compression des fichiers vidéo de format MPEG ainsi qu'au protocole DOCSIS (*Data over Cable Service Interface Specification*), Vidéotron peut élargir son offre de services en matière de télévision à définition standard et à haute définition et offrir des services de téléphonie et Internet complets. Ce projet de modernisation lui accorde la flexibilité pour répondre aux besoins de ses clients et respecter les exigences futures en matière de mise à niveau de son réseau. La modernisation du réseau de la région métropolitaine de Montréal devrait être achevée d'ici 2020.

La stratégie de Vidéotron, consistant à maintenir une position de chef de file dans la gamme de produits et de services qu'elle offre et à lancer de nouveaux produits et services, l'oblige à faire des investissements dans son réseau afin de soutenir la croissance de sa clientèle et les augmentations de la largeur de la bande passante. Environ 99,85 % de son réseau au Québec a une largeur de bande améliorée de 750 MHz ou plus. De plus, étant donné la plus grande disponibilité de la programmation télévisuelle à haute définition (« **TVHD** »), la vitesse toujours accrue de l'accès Internet et la demande croissante pour son service de téléphonie par câble, Vidéotron devra faire d'autres investissements dans son réseau.

2.1.6.2 Téléphonie mobile

En date du 31 décembre 2014, le réseau partagé de Vidéotron desservait environ 90 % de la population du Québec et de la région métropolitaine d'Ottawa, donnant ainsi accès à la vaste majorité de ses clients potentiels à ses plus récents services de téléphonie. La vaste majorité de ses tours et de ses équipements de transmission étant reliés par son réseau de fibre optique utilisant la commutation multiprotocole par étiquette (« **MPLS** »), le réseau de Vidéotron est conçu pour soutenir une croissance accrue de la clientèle au cours des prochaines années, de même que la rapide évolution de la technologie sans fil.

Au cours des prochaines années, la stratégie de Vidéotron consiste à conserver sa position de chef de file en télécommunications avec ses services mobiles LTE et à maintenir sa technologie à la fine pointe tandis qu'elle continue d'évoluer rapidement et que de nouveaux standards de marché, tels que le *LTE-Advanced* (« **LTE A** ») sont commercialisés. L'Entente LTE Rogers prévoit et permet à Rogers et à Vidéotron de continuer à faire évoluer le réseau partagé. L'apport de spectre de Vidéotron, de même que celui de Rogers, leur permettra de continuer l'exploitation des technologies LTE et de fournir à leurs abonnés des services de transmission de données à haut débit.

Au cours de 2014, Vidéotron a maintenu son réseau HSPA+ dans la province de Québec et dans la région métropolitaine d'Ottawa.

2.1.7 Marketing et service à la clientèle

L'objectif commercial à long terme de Vidéotron consiste à accroître ses flux de trésorerie grâce à un taux de pénétration supérieur au marché, au développement de nouveaux services et à l'augmentation des revenus et de la marge d'exploitation par client. Vidéotron croit que ses clients en viendront à considérer leur connexion par câble comme étant le meilleur réseau de distribution pour une multitude de services. Afin d'atteindre un tel objectif, Vidéotron a mis en œuvre les stratégies suivantes :

- mettre au point des offres combinées attrayantes afin d'encourager ses clients à souscrire à deux produits ou plus, augmentant ainsi le revenu moyen par client, la fidélisation de la clientèle et sa marge d'exploitation;
- continuer à déployer rapidement des produits évolués pour tous ses services – câble, internet, téléphonie, contenu et sans fil – maintenir et augmenter son leadership et offrir des plans de tarification mobile et des produits compétitifs afin d'acquérir des parts de marché supplémentaires;
- concevoir des offres de produits qui proposeront de meilleures occasions de divertissement et d'information aux clients;
- élaborer des programmes de marketing ciblés afin d'attirer d'anciens clients, des foyers qui ne se sont jamais abonnés à certains de ses services et des clients d'autres services ou de services concurrents, de même que cibler des secteurs de marché spécifiques;
- renforcer la relation entre les représentants du service à la clientèle et les abonnés en formant et en encourageant les représentants à promouvoir les produits et services évolués;
- miser sur la présence sur le marché de la chaîne Le SuperClub Vidéotron, des boutiques et kiosques Vidéotron, des magasins Archambault et de détaillants tiers;
- maintenir et promouvoir son leadership en contenus et divertissement en offrant le large éventail de contenus et de services offerts par le groupe Québecor Média à ses clients actuels et futurs;
- offrir de nouveaux ensembles de produits et services à valeur ajoutée, qui, de l'avis de Vidéotron, permettront d'accroître le revenu moyen par client et de favoriser la fidélisation de la clientèle; et
- miser sur sa gestion commerciale, grâce à son réseau et à son expertise auprès de sa clientèle commerciale, pour offrir d'autres services combinés à ses clients.

Vidéotron continue à investir du temps, des efforts et des ressources financières dans le développement de nouveaux services et de services existants. Pour accroître la pénétration auprès de la clientèle et augmenter le nombre de services utilisés par ses abonnés, elle utilise diverses techniques de marketing, notamment la sollicitation de porte-à-porte, le télémarketing, le « drive-to-store » (destiné à attirer les internautes en magasin), la publicité-média, le cybermarketing et le publipostage direct. Ces initiatives sont également soutenues par de solides outils de veille stratégique, tels que la modélisation prédictive de l'attrition.

La maximisation de la satisfaction de sa clientèle constitue un élément clé de la stratégie d'affaires de Vidéotron. Pour appuyer son engagement envers la satisfaction des clients, Vidéotron offre maintenant les services d'experts techniques bien formés et entraînés qu'elle appelle ses « PROS » et qui ont pour mission première de fournir le support nécessaire à sa clientèle afin qu'elle profite de ce que Vidéotron a à lui offrir. Au moyen de démonstrations personnalisées, les PROS donnent un service continu à la

clientèle après leur abonnement. Vidéotron continue d'offrir une ligne d'assistance téléphonique 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 pour la quasi-totalité de ses systèmes, en plus du service à la clientèle offert sur le Web. L'ensemble des représentants de son service à la clientèle et de ses équipes de soutien technique est formé pour aider ses clients à l'égard de tous ses produits et services. Ainsi, ses clients peuvent recevoir un service efficace et sans interruption. Les représentants du service d'assistance à la clientèle de Vidéotron continuent de recevoir une formation poussée pour améliorer leur connaissance des produits et leurs habiletés, ce qui contribue à la fidélisation des clients et à la hausse de la qualité du service à la clientèle. Vidéotron fait appel à des sondages, à des groupes de consultation et à d'autres outils de recherche pour l'aider dans ses efforts de marketing et anticiper les besoins de ses clients. Pour augmenter la loyauté de sa clientèle, Vidéotron commence également à tirer profit de partenariats stratégiques afin d'offrir des promotions exclusives, des privilèges et des concours, ce qui contribue à élargir la valeur de son offre à ses clients.

2.1.8 Programmation

Vidéotron croit qu'une offre comportant un large éventail de programmation appropriée a une forte influence sur la décision d'un client de s'abonner et de conserver ses services de câblodistribution. Vidéotron déploie des efforts importants pour obtenir l'accès à une programmation variée susceptible de plaire, à son avis, autant à ses clients existants qu'à ses clients éventuels. Vidéotron se base sur des études de marché approfondies, des données démographiques et les préférences locales en matière de programmation pour établir ses offres combinées et ses blocs de canaux. À l'heure actuelle, le CRTC régit la distribution de contenu étranger au Canada et, par conséquent, la capacité de Vidéotron à offrir une telle programmation à ses clients est limitée. Vidéotron obtient une programmation de base ainsi qu'une programmation optionnelle auprès d'un certain nombre de fournisseurs, notamment de tous les groupes média canadiens importants.

Les contrats de programmation de Vidéotron ont généralement une durée fixe pouvant atteindre cinq ans et sont soumis à un renouvellement négocié. La programmation est généralement offerte à un taux fixe par client. Les frais de programmation généraux de Vidéotron ont augmenté au cours des dernières années et pourraient continuer d'augmenter, notamment en raison d'une programmation supplémentaire fournie aux clients par suite d'une remise à neuf des systèmes, ce qui augmente la capacité des canaux, la hausse des coûts de production ou d'achat d'une programmation spécialisée et l'indexation ou les hausses annuelles négociées et la concentration des télédiffuseurs suite aux récentes acquisitions dans le marché et l'augmentation significative des coûts des droits sur les contenus sportifs.

2.1.9 Concurrence

Vidéotron exerce ses activités dans un milieu d'affaires concurrentiel en matière de prix, de produits, de services offerts et de fiabilité des services. Elle entre en concurrence avec d'autres fournisseurs de signaux de télévision et d'autres sources de divertissement. Les développements technologiques actuels entraînent un effacement rapide des différences entre les plateformes traditionnelles (télédiffusion, Internet et télécommunication). L'Internet et les appareils mobiles sont devenus d'importantes plateformes de diffusion et de distribution. De plus, les opérateurs sans fil, avec le développement de leur propre réseau mobile, offrent maintenant des services sans fil et Internet fixe mobile et le service de téléphonie VoIP de Vidéotron doit donc les concurrencer avec des solutions Internet.

- *Fournisseurs d'autres divertissements.* Les réseaux de télédistribution font face à la concurrence provenant d'autres méthodes de distribution et de réception de signaux de télévision et d'autres sources de divertissement, comme les manifestations sportives présentées devant public, les cinémas et les produits vidéo domestiques, dont les magnétoscopes, les fournisseurs de contenus « Over-the-top » ou OTT, tels Netflix, Apple TV, les lecteurs DVD et les jeux vidéo. La compétitivité d'un service de télédistribution dépend en grande partie de la capacité du réseau de télédistribution de fournir une meilleure variété de programmation, une performance technique supérieure et un service à la clientèle supérieur par rapport à ce qu'offrent les autres sources de distribution concurrentes. Le lancement par Vidéotron du *Club illico*, un service à prix forfaitaire

offrant une sélection riche et variée de contenus sur demande illimités a pour but de réduire l'effet de la concurrence provenant des sources de distribution alternatives.

- *DSL*. Le déploiement de la technologie de ligne d'abonné numérique (« **DSL** ») procure aux clients un accès Internet à des vitesses de transmission des données supérieures à celles qui sont possibles au moyen des lignes téléphoniques classiques. Le service DSL procure des vitesses d'accès comparables aux vitesses basses-à-moyennes d'un accès Internet par modem câble, mais qui décroît avec la distance entre le modem DSL et la carte de ligne.
- *FTTN et FTTH*. La technologie FTTN (fibre jusqu'au voisinage) permet de surmonter les restrictions relatives à la distance en rapprochant la fibre de l'utilisateur final. Le dernier mille est fourni par la technologie DSL. La technologie FTTH (fibre jusqu'au domicile) amène la fibre jusqu'à l'emplacement de l'utilisateur final. La vitesse est alors limitée par le matériel de l'utilisateur final plutôt que par le véhicule (la fibre). Cette technologie procure des vitesses comparables aux vitesses rapides d'un accès Internet par modem câble. Étant donné les coûts reliés aux technologies FTTH et FTTN, leur déploiement est progressif. La concurrence pour les services d'accès Internet par modem câble vient principalement d'un fournisseur de services DSL et par fibre dans le réseau local (« FTTx »).
- *Téléchargement de vidéos par Internet*. L'amélioration constante de la technologie de l'Internet, conjuguée à la hausse des vitesses de téléchargement contribuent à l'émergence de technologies alternatives, telles que le contenu numérique de la télévision sur Internet (films, émissions de télévision et autres programmes vidéo) offertes sur diverses plateformes Internet. Tout en ayant un impact positif sur la demande pour les services Internet de Vidéotron, ce modèle pourrait nuire à ses services de télévision par câble.
- *VDSL*. La technologie de lignes d'abonnés numériques vidéos (« **VDSL** ») augmente la capacité des lignes DSL disponibles, ce qui permet la distribution de signaux vidéo numériques. Les exploitants multisystèmes sont désormais confrontés à la concurrence des entreprises de services locaux titulaires (« **ESLT** »), qui se sont vues attribuer des licences pour mettre en marché des services de distribution vidéo faisant appel à cette technologie, qui utilise les fils de cuivre des lignes téléphoniques. La capacité de transmission de VDSL sera fortement amplifiée grâce au déploiement de technologies comme le guidage (la réduction ou l'élimination des effets de la télédiaphonie) et le raccordement de paires torsadées (l'emploi de paires torsadées supplémentaires permet d'accroître la capacité de transport de données). Certaines ESLT ont déjà commencé à remplacer un grand nombre de leurs câbles d'alimentation principaux par des câbles de fibre optique et installent des émetteurs-récepteurs VDSL ou une passerelle VDSL dans de grands immeubles d'habitation, afin de surmonter les limites initiales relatives à la distance des VDSL. Grâce à cette capacité accrue, en plus de l'évolution de la technologie de compression, VDSL-2 présentera des possibilités importantes pour les services et rehaussera la menace d'ordre concurrentiel à l'égard des autres exploitants multiservices.
- *Satellite de radiodiffusion directe* (« **SRD** »). Le SRD constitue un concurrent des réseaux de télédistribution. Le SRD distribue la programmation en transmettant des signaux directement à des antennes paraboliques réceptrices à partir de satellites de moyenne et de grande puissance, par opposition aux modes de transmission par câble. Cette forme de distribution procure généralement plus de canaux que certains des systèmes de télévision de Vidéotron et est entièrement numérique. Le service SRD est accessible presque partout au Canada moyennant l'installation d'une petite antenne fixée sur le toit ou le côté de la maison. À l'instar de la télédistribution numérique, les systèmes SRD utilisent la technologie de la vidéo compression pour augmenter la capacité de canaux et la technologie numérique pour améliorer la qualité des signaux transmis aux clients.
- *Services de téléphonie mobile*. Grâce à son réseau, Vidéotron rivalise avec divers participants, certains d'entre eux jouant un rôle actif à l'égard d'une partie ou de l'ensemble des produits

qu'elle offre, tandis que les autres offrent uniquement des services de téléphonie mobile sur son marché. Les opérateurs canadiens ont déployé leurs réseaux LTE, et cette technologie est réputée devenir une norme de l'industrie. Vidéotron a lancé son réseau LTE le 10 septembre 2014.

- *Câble privé.* Les systèmes de télévision à antenne collective par satellite connus sous l'appellation de « systèmes SMATV » qui desservent les immeubles d'habitation tels que les immeubles en copropriété divise, les complexes d'habitation collective et les ensembles domiciliaires privés font également concurrence à Vidéotron.
- *Distribution sans fil.* Les réseaux de câblodistribution sont également en concurrence avec les services de distribution de programmation sans fil, tels que les systèmes de distribution multipoint multivoie ou SDMM. Cette technologie fait appel aux faisceaux hertziens à hyperfréquences pour la transmission des signaux à partir de nombreux sites de transmission jusqu'à des antennes en visibilité directe situées dans les locaux du client.
- *Fournisseurs du marché gris et du marché noir.* Les câblodistributeurs et autres distributeurs de signaux de télévision continuent de faire face à la concurrence provenant de l'utilisation de codes d'accès et d'équipement permettant le décodage non autorisé de signaux par satellite encodés, de l'accès non autorisé aux signaux de câble analogique et numérique de Vidéotron (marché noir) et de la réception de signaux étrangers au moyen d'abonnements auprès de fournisseurs étrangers de service de télévision par satellite qui ne sont pas des distributeurs autorisés au Canada (marché gris).
- *Service téléphonique.* Le service de téléphonie par câble de Vidéotron fait concurrence à d'autres fournisseurs de services téléphoniques, y compris le fournisseur de service téléphonique titulaire au Québec, qui contrôlait une partie importante du marché de la téléphonie pour la majeure partie du Québec, et d'autres fournisseurs de service de téléphonie VoIP et de service de téléphonie mobile.
- *Autres fournisseurs de services Internet.* Dans le domaine de l'accès Internet, les câblodistributeurs entrent en concurrence avec d'autres fournisseurs de services Internet qui offrent des services d'accès Internet aux secteurs résidentiel et commercial. Le CRTC force les grands câblodistributeurs titulaires canadiens à offrir un accès à leur réseau Internet haute vitesse aux fournisseurs de services Internet concurrents selon une tarification obligatoire.

2.1.10 Secteur Détail

Groupe Archambault est l'un des plus importants disquaires et libraires au Québec avec 15 points de vente, répartis entre 14 magasins de grande surface Archambault et une librairie, la Librairie Paragraphe. Groupe Archambault offre aussi divers jeux, jouets et autres idées-cadeaux. Les produits de Groupe Archambault sont également distribués sur son site de commerce électronique *archambault.ca*. Groupe Archambault exploite aussi des services en ligne de vente de musique et de livres par téléchargement facturé à la pièce.

Par l'intermédiaire de Le SuperClub Vidéotron, Québecor Média est le franchiseur de la plus importante chaîne de magasins de location de vidéos et de jeux vidéo du Québec et l'une des plus grandes chaînes canadiennes de ce type. Le SuperClub Vidéotron comptait 157 établissements de détail au 31 décembre 2014. Puisque la plupart de ces établissements de détail offrent également l'ensemble des services de télécommunication et des produits de Québecor Média, Le SuperClub Vidéotron sert à la fois de vitrine et de réseau de distribution précieux et rentable pour la gamme croissante de produits et de services évolués offerts par Vidéotron, tels l'accès Internet par câble, la télévision numérique et la téléphonie par câble et mobile.

2.1.10.1 Concurrence

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

2.2 MÉDIA

Le 31 juillet 2014, Québecor Média a annoncé la création de Groupe Média, un nouveau secteur dédié aux médias de divertissement et d'information, lequel regroupe les activités de Groupe TVA, de Sun Media, d'Agence QMI, de Québecor Média Affichage, de Québecor Média Ventes, de Réseau Québecor Média, d'Imprimerie Québecor Média, de Sogides et d'Éditions CEC. Groupe Média exerce ses activités dans la télédiffusion, l'édition de magazines, l'édition et la distribution de livres, l'édition de journaux et autres activités reliées aux médias.

Québecor Média détient 100% des titres comportant droit de vote et des titres de participation en circulation de Sun Media, de Réseau Québecor Média, d'Imprimerie Québecor Média, d'Éditions CEC et de Sogides. Elle détient également 68,37 % des titres de participation en circulation de Groupe TVA et contrôle 99,97 % des titres comportant droit de vote de cette société.

2.2.1 Télédiffusion

Grâce à Groupe TVA, filiale de Québecor Média, la Société opère le plus important réseau de télévision de langue française du secteur privé en Amérique du Nord. Groupe TVA est propriétaire de six des dix stations qui composent le Réseau TVA et d'un portefeuille de chaînes spécialisées, notamment LCN, TVA Sports, TVA Sports 2, TVA Sports 3, addik^{TV}, Argent, Prise 2, Yoopa, CASA et MOI&cie. Groupe TVA détient également des intérêts dans deux autres affiliées et dans la chaîne spécialisée Évasion. Sa filiale TVA Accès inc. est engagée dans la production commerciale et sa division TVA Films est engagée dans la distribution de films et de programmes télévisuels.

Selon des données publiées par Numéris (qui sont fondées sur une méthodologie d'évaluation faisant appel à l'audimétrie), la part du marché des téléspectateurs francophones au Québec de Groupe TVA était de 31,9 % pour la période du 1^{er} janvier 2014 au 30 novembre 2014 et, selon le *Canadian TVB Report* pour la période du 31 décembre 2013 au 30 novembre 2014, Groupe TVA détenait également 40,1 % du marché publicitaire de la télédiffusion en langue française au Québec.

Durant la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2014, Groupe TVA a diffusé 17 des 30 émissions de télévision les plus populaires au Québec, dont La Voix et L'Été indien. De plus, au cours de la même période en 2013, le Réseau TVA diffusait également 17 des 30 émissions télévisées de langue française les plus regardées au Québec aux heures de grande écoute selon les données de Numeris. Depuis mai 1999, le Réseau TVA, qui comprend 10 chaînes, est compris dans le forfait de base de la plupart des fournisseurs de câblodistribution et de radiodiffusion par satellite du Canada, permettant ainsi à Groupe TVA de rejoindre une part importante de la population canadienne de langue française hors Québec.

Jusqu'au 13 février 2015, le Groupe Média exploitait également la chaîne spécialisée de nouvelles et d'opinions Sun News, qui a cessé ses activités à cette date. Les résultats d'exploitation de Groupe Média qui sont présentés dans la présente notice annuelle englobent les données financières de Sun News.

En décembre 2014, Groupe TVA a acquis la quasi-totalité des actifs de Vision Globale A.R. ltée, lesquels servent à l'exploitation d'une entreprise offrant un éventail complet de services de première qualité pour les secteurs du cinéma et de la télévision, y compris des services complets de studios, des services d'enregistrement et de location d'équipement, de services de postproduction, d'effets visuels et

d'animation 3D ainsi que des services de production et de gestion d'actifs pour la distribution et la diffusion sur les réseaux de cinéma, de télévision, d'Internet et de téléphonie mobile, permettant d'offrir un guichet unique dans les secteurs du cinéma, de la télévision et de la postproduction (« **l'Entreprise de studios, d'équipement et de postproduction** »).

L'Entreprise de studios, d'équipement et de postproduction offre notamment des services d'enregistrement et de location d'équipement, des services de postproduction, une expertise en effets visuels et des plateformes de transactions et de distribution en ligne exclusive pour la vidéo sur demande et pour le cinéma numérique. Elle détient au surplus des droits de propriété sur des technologies servant à la restauration d'images numériques et à la conversion d'images 2D en images stéréoscopiques 3D. Son logiciel GeneSys^{MC} utilise des algorithmes avancés pour la conversion de contenus 2D en 3D destinés au grand écran et à la télévision.

Parmi ses actifs, l'Entreprise de studios, d'équipement et de postproduction possède des studios de cinéma et de télévision d'une superficie d'environ 225 000 pieds carrés à Montréal et à Saint-Hubert, au Québec, qui sont dotés d'équipement à la fine pointe, y compris l'inventaire de caméras, d'appareils d'éclairage et d'équipement spécialisé le plus vaste et le plus moderne au Canada.

Une description du secteur Télédiffusion tel qu'il est exploité par Groupe TVA est présentée dans la notice annuelle de Groupe TVA datée du 6 mars 2015; des extraits pertinents de cette description sont reproduits à l'annexe A de la présente notice annuelle.

2.2.1.1 Concurrence

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

Le secteur télédiffusion au Québec doit composer avec un environnement très concurrentiel en raison de la multiplication des services spécialisés et de l'accroissement de leurs activités de vente de temps d'antenne. Par ailleurs, les stations appartenant à l'État bénéficient quant à elles d'un soutien financier important de la part des gouvernements, tout en ayant également accès au marché publicitaire et au financement disponible à la programmation canadienne et au Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (« **FAPL** ») (jusqu'au 1er septembre 2014). En plus de l'offre audiovisuelle accrue, les téléspectateurs sont de plus en plus sollicités par l'Internet et sa gamme de services périphériques qui pourraient détourner leur intérêt. Les conséquences négatives des nouveaux médias sur le secteur télédiffusion se font de plus en plus sentir sur les revenus publicitaires traditionnels.

La qualité de sa programmation, la grande popularité de ses émissions, sa notoriété en matière d'information et l'utilisation de nouvelles plateformes de diffusion sont autant de facteurs qui permettent à la Société de maintenir ses cotes d'écoute et sa part importante du marché publicitaire. Pour l'année 2014, le Réseau TVA est demeuré en tête avec ses 22,7 parts de marché, soit plus que les parts de marché réunies de ses deux principaux concurrents généralistes. De plus, il a diffusé 17 des 30 émissions les plus regardées au Québec en 2014.

2.2.2 Magazines

TVA Publications inc. (« **TVA Publications** ») et Les Publications Charron & Cie inc. (« **Publications Charron** ») publient également plus de 50 magazines de langue française dans divers domaines comme les arts, le divertissement, la télévision, la mode et la décoration. Elles exploitent en outre des produits numériques associés aux marques de leurs différents magazines. Ensemble, les magazines de TVA Publications et de Publications Charron détiennent 54 % des parts du marché des lecteurs québécois francophones cumulés par mois, selon les données de l'automne 2014 compilées par le *Print Measurement Bureau* (« **PMB** »). TVA Publications est le plus grand éditeur de magazines dans la province de Québec et Groupe TVA entend exploiter dans l'ensemble de sa programmation à la télévision et sur le Web la présence importante de TVA Publications dans le secteur du divertissement.

De plus, sous réserve de la clôture d'une transaction par laquelle elle a acquis de Transcontinental inc., pour une contrepartie en espèces de 55,5 millions de dollars, une société et des participations dans des sociétés qui publient 15 magazines (la « **Transaction Transcontinental** »), Groupe TVA ajoutera à son portefeuille les onze titres suivants : Coup de pouce, *Canadian Living*, Magazine Véro, Décormag, *Style at Home*, Fleurs Plantes Jardins, *Canadian Gardening*, Québec Vert, *The Hockey News*, MaisonNeuves.com, Condo Maison Direct, ainsi que les sites Web recettes.qc.ca, Quoi manger, et *On the Table*. La Société détiendra également une participation effective de 51 % dans Les Publications Transcontinental-Hearst inc., éditrice des magazines Elle Canada et Elle Québec, en partenariat avec Hearst Group, qui détient une participation de 49 %. Enfin, Groupe TVA et Groupe Bayard détiendront chacune 50 % des actions de Publications Senior inc., qui publie les magazines Le Bel Âge et *Good Times*. La clôture de la Transaction Transcontinental, qui a été approuvée par le Bureau de la concurrence le 2 mars 2015, devrait avoir lieu d'ici quelques semaines.

Une description du secteur Magazines tel qu'il est exploité par Groupe TVA est présentée dans la notice annuelle de Groupe TVA datée du 6 mars 2015; des extraits pertinents de cette description sont reproduits à l'annexe A de la présente notice annuelle.

2.2.2.1 Concurrence

Malgré une vive concurrence, Groupe TVA et ses filiales demeurent l'éditeur de magazines francophones le plus important au Canada selon les données de l'*Alliance for Audited Media* (« **AAM** ») au 30 juin 2014. À travers le pays, ses magazines mensuels rejoignent 3,1 millions de lecteurs tous les mois et ses hebdomadaires comptent plus de 1,1 million de lecteurs chaque semaine, selon les données compilées par le PMB de l'automne 2014. Selon les mêmes données de 2014, deux de ses magazines les plus populaires atteignaient plus d'un million de lecteurs régulièrement sur une base mensuelle; le magazine 7 Jours, magazine consacré à l'actualité culturelle québécoise, rejoint 1,2 million de personnes chaque mois et la dernière acquisition du groupe, le magazine La Semaine, compte un million de lecteurs uniques mensuels. Selon les données de l'AAM de juin 2014, Groupe TVA et ses filiales, avec l'ensemble de ses titres, détiennent 85,9 % de parts de marché des magazines francophones vendus en kiosque. Il totalise également 48,8 % des ventes totales en kiosque et abonnements de magazines francophones.

2.2.3 Édition et distribution de livres

Québecor Média est également active dans l'édition et la distribution de livres par l'intermédiaire de l'éditeur scolaire Éditions CEC, de 18 éditeurs de littérature générale sous Sogides, et de Messageries A.D.P. inc. (« **Messageries ADP** »). Par l'intermédiaire de Sogides et d'Éditions CEC, éditeur dans le domaine académique, Québecor Média exerce des activités dans le domaine de l'édition de livres de langue française et forme un des groupes d'éditeurs les plus importants au Québec. En 2014, Québecor Média a publié ou réédité 675 titres en format papier et 427 titres en format numérique au total.

Par l'entremise des Messageries ADP, une société de distribution de livres, Québecor Média est le distributeur exclusif de 195 éditeurs québécois et européens d'ouvrages de langue française. Messageries ADP distribue des ouvrages de langue française à environ 3 300 points de vente au Canada. De plus, Messagerie ADP distribue environ 14 500 livres numériques.

2.2.3.1 Concurrence

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

2.2.4 Édition de journaux

Au 31 décembre 2014, le secteur Média publiait 35 quotidiens payants, trois quotidiens gratuits et 140 journaux communautaires hebdomadaires, ainsi que des magazines, guides d'achats, publications sur l'agriculture et autres publications spécialisées. Ses publications ont une présence sur l'Internet et

offrent des petites annonces et de la publicité locale, de même que d'autres services pour les annonceurs locaux et les lecteurs.

Le 6 octobre 2014, Québecor Média a annoncé la vente de 175 journaux et publications de langue anglaise à Postmedia Network Canada Corporation pour une contrepartie en espèces de 316 M\$, transaction qui inclut les quotidiens de Sun Media, notamment l'*Ottawa Sun*, le *Toronto Sun*, le *Winnipeg Sun*, l'*Edmonton Sun* et le *Calgary Sun*, de même que le *London Free Press*, les *24 Hours* de Toronto et Vancouver, les journaux régionaux quotidiens et hebdomadaires, les guides d'achat et publications spécialisées, le portail Canoe au Canada anglais ainsi que huit usines d'impression, dont l'imprimerie d'Islington en Ontario (la « **Transaction Postmedia** »). Les journaux et publications de langue française, notamment Le Journal de Montréal, Le Journal de Québec et le 24 Heures (Montréal) ne sont pas inclus dans la Transaction Postmedia. Le 25 mars 2015, La Transaction Postmedia a été approuvée par le Bureau de la concurrence. La clôture de cette transaction est prévue dans les prochaines semaines. Pendant ce temps, Québecor Média continuera de publier les 175 journaux et publications de langue anglaise vendus dans le cadre de la Transaction Postmedia. Ainsi, les chiffres et les pourcentages présentés dans la présente notice annuelle relativement aux activités de Sun Media au 31 décembre 2014 et pour les exercices précédents ne tiennent pas compte de la vente des 175 journaux et publications vendus dans le cadre de la Transaction Postmedia. Cependant, les activités vendues aux termes de la Transaction Postmedia sont considérées comme activités abandonnées dans les états financiers consolidés de la Société pour l'exercice terminé le 31 décembre 2014 et les années comparatives.

Le 1^{er} juin 2014, Québecor Média a finalisé la vente des 74 hebdomadaires du Québec à Transcontinental Interactif inc., une filiale de Transcontinental inc., pour une contrepartie en espèces de 75 M\$ (la « **Transaction TC** »). Les chiffres et les pourcentages présentés dans la présente notice annuelle relativement aux activités de Sun Media au 31 décembre 2014 et pour les exercices précédents tiennent compte de la vente des 74 hebdomadaires du Québec aux termes de la Transaction TC. Les journaux vendus aux termes de la Transaction TC sont traités comme des activités abandonnées dans les états financiers consolidés audités de la Société pour l'exercice terminé le 31 décembre 2014 et les années comparatives.

2.2.5 Survol du secteur de l'édition de journaux au Canada

L'édition de journaux constitue, au Canada, le secteur le plus ancien de l'industrie de la publicité dans les médias d'information. Il s'agit d'un secteur en pleine maturité dominé par un petit nombre d'éditeurs de journaux d'envergure segmentés, pour l'essentiel, sur différents marchés et zones géographiques. Au 31 décembre 2014, le tirage hebdomadaire moyen combiné (payant et gratuit) du secteur de l'édition de journaux de Québecor Média était, selon des statistiques internes, d'environ 9,1 millions d'exemplaires. De plus, selon les données de tirage payé dans les quotidiens de Journaux Canadiens, la part de marché de Sun Media représente 28,7 % du tirage hebdomadaire moyen de journaux quotidiens payants au Canada, plaçant ses activités d'édition de journaux au premier rang des éditeurs de journaux du Canada en termes de circulation de journaux hebdomadaires.

Selon les données de tirage payé dans les quotidiens de Journaux Canadiens, on compte environ 93 quotidiens payants, un grand nombre de journaux non quotidiens payants et des publications quotidiennes et non quotidiennes gratuites. De ces 93 quotidiens payants, 18 ont un tirage quotidien moyen de plus de 50 000 exemplaires, dont 12 journaux de zones urbaines de langue anglaise, quatre journaux quotidiens de langue française et deux journaux quotidiens nationaux. En plus des journaux quotidiens, des journaux non quotidiens tant payants que gratuits sont distribués à l'échelle nationale et locale au Canada. Les éditeurs de journaux peuvent également produire et distribuer des publications spécialisées, qui ciblent des lecteurs précis, ayant un contenu éditorial et une publicité sur mesure. Le marché des journaux compte principalement deux secteurs, les journaux de grand format et les tabloïds de divers formats. À l'exception du journal de grand format *London Free Press*, tous les autres quotidiens payants de Sun Media dans les centres urbains sont des formats tabloïds.

Les éditeurs de journaux tirent leur revenu principalement de la vente de publicité au détail, de petites annonces, de publicité nationale et d'encarts et, dans une moindre mesure, de la vente d'abonnements payants et d'exemplaires à l'unité. Le secteur de l'édition de journaux au Canada étant à pleine maturité, les éditeurs traditionnels n'enregistrent plus qu'une croissance limitée, le cas échéant, depuis plusieurs années et le secteur des journaux subit actuellement des changements fondamentaux. Par conséquent, le secteur de l'édition de journaux est confronté au défi lié au maintien de ses revenus et de son tirage/lectorat dans un environnement où les annonceurs et les lecteurs deviennent de plus en plus fragmentés dans un paysage médiatique de plus en plus dense.

2.2.6 Publicité et tirage

Les revenus publicitaires sont la plus importante source de revenus des activités de presse du secteur de l'édition de journaux de Québecor Média et représentaient 63,2 % du total des revenus tirés de ses activités de presse en 2014. Les tarifs publicitaires sont établis en fonction de la taille du marché dans lequel chaque journal est distribué, du tirage, du lectorat, de la composition démographique du marché et de la disponibilité d'autres médias publicitaires. La stratégie de Québecor Média consiste à maximiser les revenus publicitaires en proposant aux annonceurs un éventail de prix et d'options de marketing afin de leur permettre de mieux joindre leur public cible. Ses journaux offrent un éventail d'options publicitaires soit les annonces générales dans les rubriques standards du journal ciblant différents lecteurs (notamment l'automobile, l'immobilier et les voyages), des encarts ciblés géographiquement, des sections d'intérêt spécial détachables et des suppléments publicitaires.

Les principales catégories de revenus publicitaires de ses activités de presse sont la publicité au détail et nationale. La plupart des annonceurs au détail de Québecor Média sont des grands magasins, des magasins d'appareils électroniques et des magasins de meubles. La publicité nationale est une publicité par grande annonce commandée principalement par des annonceurs offrant des produits ou des services à l'échelle nationale, et vendue par sa force de vente nationale.

Dans le cas de ses journaux communautaires de moindre envergure, la quasi-totalité des revenus publicitaires provient des détaillants et des acheteurs locaux de petites annonces.

Les ventes provenant du tirage sont la deuxième source de revenus en importance de ses activités de presse et ont compté pour 20,4 % du total des revenus de son secteur de l'édition de journaux en 2014. Dans les grands centres urbains, les quotidiens payants sont offerts dans des distributeurs automatiques de journaux et des points de vente au détail, du lundi au dimanche, à l'exception du *London Free Press* qui n'a pas d'édition du dimanche. Québecor Média offre la livraison quotidienne à domicile dans chacun des marchés de ses journaux. Elle tire ses revenus de tirage de ventes d'exemplaires et d'abonnements.

Les revenus tirés des produits numériques représentaient 4,2 % du total des revenus de son secteur de l'édition de journaux en 2014. Les revenus tirés des produits numériques proviennent de la publicité placée sur ses sites Web, des abonnements numériques à l'édition électronique de ses journaux et, plus récemment, des abonnements de type « paywalls » lancés sur les sites de ses quotidiens urbains. Le secteur de l'édition de journaux exploite plus de 150 sites Web, qui comprennent des sites Web de publication qui complètent chacun de ses quotidiens urbains et communautaires payants. Les revenus tirés des produits numériques représentent une occasion de croissance pour les activités du secteur de l'édition de journaux.

Au cours de 2014, Sun Media a annoncé et implanté des initiatives de restructuration, incluant des réductions d'effectifs pour rationaliser et optimiser davantage les activités de ce secteur afin qu'elles soient axées sur ses compétences fondamentales.

2.2.7 Activités de presse

Québecor Média exploite son entreprise de presse par l'intermédiaire de Sun Media dans des marchés urbains et des marchés communautaires principalement par le truchement de deux groupes de produits :

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

La majorité des journaux de Sun Media appartenant au groupe des journaux communautaires sont regroupés autour de ses huit quotidiens urbains payants du groupe des quotidiens urbains. Sun Media a établi ses journaux communautaires stratégiquement à proximité des imprimeries régionales dans des marchés de banlieues et des marchés ruraux un peu partout au Canada. Ce regroupement géographique permet à la Société de réaliser des économies d'exploitation et des synergies économiques par le partage des ressources de gestion, des facilités de production, d'impression et de distribution.

2.2.7.1 Le groupe des quotidiens urbains

Le groupe des quotidiens urbains de Sun Media est composé de huit quotidiens payants, de trois quotidiens gratuits destinés aux usagers des transports en commun et d'un hebdomadaire gratuit.

Sun Media est le numéro un dans la province de Québec pour les quotidiens payants et gratuits avec un tirage hebdomadaire de 3,8 millions de journaux.

Les quotidiens payants

Les quotidiens payants de Sun Media sont publiés 7 jours sur 7 et sont tous des tabloïds, à l'exception du journal de grand format *London Free Press* qui n'est pas publié le dimanche. Ce sont des journaux à grand tirage qui présentent une couverture succincte et complète de l'actualité, en mettant l'accent sur les informations locales, les sports et les arts et spectacles. Le format tabloïd fait un emploi important de la couleur, de photos et de graphiques. Chaque journal contient des encarts sur des sujets d'intérêt tels que la mode, le style de vie et d'autres rubriques spécialisées.

Pour l'année 2014, sur une base hebdomadaire combinée, les huit quotidiens payants du groupe des quotidiens urbains de Sun Media étaient tirés, selon des statistiques internes, à environ 4,1 millions d'exemplaires. D'après le lectorat hebdomadaire, ces journaux se classent au premier ou au deuxième rang parmi les quotidiens payants non-nationaux dans chacun de leurs marchés respectifs.

On entend par « tirage payant » les ventes moyennes d'un journal par numéro. Le lectorat (par opposition au tirage payant) est une estimation du nombre de personnes ayant lu ou parcouru un numéro moyen d'un journal et il est mesuré à l'aide d'un sondage indépendant mené par NADbank[®] Inc. D'après l'étude de NADbank[®] menée en 2013 (« l'étude NADbank[®] »), le sondage le plus récent disponible, les estimations du lectorat sont fondées sur le nombre de personnes qui ont répondu au sondage *Newspaper Audience Databank* diffusé par NADbank[®] Inc. et qui déclarent avoir lu ou parcouru un ou plusieurs numéros d'un journal donné, pendant une période donnée égale à l'intervalle de publication de ce journal.

Le tableau ci-après indique les quotidiens payants de Sun Media et leur lectorat respectif en 2013, ainsi que leur positionnement sur le marché comparé à celui des autres quotidiens payants, d'après le lectorat hebdomadaire au cours de cette période, basé sur l'information fournie par l'étude NADbank® :

<u>Journal</u>	<u>Lectorat moyen en 2013</u>			<u>Position sur le marché selon le lectorat hebdomadaire⁽¹⁾</u>
	<u>Samedi</u>	<u>Dimanche</u>	<u>Lun-ven</u>	
<i>Le Journal de Montréal</i>	601 700	389 100	566 500	1 ^{er}
<i>Le Journal de Québec</i>	176 500	127 600	176 800	1 ^{er}
<i>Toronto Sun</i>	414 600	452 000	451 100	2 ^e
<i>London Free Press</i>	143 500	s/o	135 500	1 ^{er}
<i>Ottawa Sun</i>	90 900	77 500	92 900	2 ^e
<i>Winnipeg Sun</i>	79 200	63 000	95 500	2 ^e
<i>Edmonton Sun</i>	115 700	135 700	131 100	2 ^e
<i>Calgary Sun</i>	134 700	136 600	122 900	2 ^e
Total du lectorat moyen	1 756 800	1 381 500	1 772 300	

(1) D'après les données sur le lectorat hebdomadaire des journaux non-nationaux publiées par l'étude NADbank®.

Le tableau ci-après démontre la circulation moyenne journalière des quotidiens payants de Sun Media pour 2014 :

<u>Journal</u>	<u>Circulation moyenne des quotidiens payant pour 2014</u>		
	<u>Samedi</u>	<u>Dimanche</u>	<u>Lun-ven</u>
<i>Le Journal de Montréal</i>	212 900	199 100	201 500
<i>Le Journal de Québec</i>	104 900	96 800	97 300
<i>Toronto Sun</i>	110 500	139 900	120 200
<i>London Free Press</i>	71 800	s/o	67 700
<i>Ottawa Sun</i>	28 600	30 000	33 100
<i>Winnipeg Sun</i>	17 500	18 500	16 700
<i>Edmonton Sun</i>	32 800	44 600	34 800
<i>Calgary Sun</i>	38 300	48 600	36 400
Total de la circulation moyenne des quotidiens payants	617,300	577 500	607 700

Source: Statistiques internes

Les quotidiens gratuits

Sun Media publie des quotidiens gratuits dans trois marchés urbains incluant Toronto, Montréal et Vancouver. Le contenu éditorial de ces publications est concentré sur leur grande région métropolitaine respective.

Le tableau ci-après démontre la circulation moyenne journalière des quotidiens gratuits de Sun Media pour 2014 :

<u>Quotidiens gratuits</u>	<u>Circulation moyenne journalière 2014</u>
	<u>Lun-ven</u>
24 Hours - Toronto.....	187 100
24 Heures - Montréal.....	137 200
24 Hours - Vancouver.....	112 600
Total de la circulation moyenne journalière	436 900

Source: Statistiques internes.

2.2.7.1.1 Concurrence

L'industrie des journaux subit actuellement des changements fondamentaux, notamment en raison des possibilités grandissantes du libre accès aux médias, des habitudes changeantes du lectorat, de la transférabilité des données numériques, de l'avènement de l'information en temps réel et de la modification à long terme du marché de la publicité. Ces facteurs ont tous un effet sur la nature de la concurrence exercée dans l'industrie des journaux. La concurrence provient de plus en plus non seulement d'autres journaux (y compris d'autres journaux nationaux, urbains (tant payants que gratuits) et de banlieue), de revues et de plateformes médiatiques plus traditionnelles comme les radiodiffuseurs, les systèmes et les réseaux de câblodistribution, la télévision et la radio par satellite, le marketing direct et les logiciels courriel en solo et en partage, mais aussi des technologies des médias numériques, qui ont donné accès aux consommateurs et aux annonceurs à un vaste éventail de plateformes de diffusion médiatique (entre autres, mais surtout, l'Internet, les lecteurs numériques et la diffusion sur les appareils sans fil).

La Société croit que les coûts élevés associés au démarrage des opérations d'un quotidien important représentent une barrière à l'entrée dans ce marché de nouveaux compétiteurs pour le secteur quotidiens urbains de Sun Media.

2.2.7.2 Le groupe des journaux communautaires

Le groupe des journaux communautaires de Sun Media est composé de 27 quotidiens communautaires payants et de 140 hebdomadaires communautaires, guides d'achats, publications sur l'agriculture et d'autres spécialités. Le tirage hebdomadaire moyen total des publications du groupe des journaux communautaires de Sun Media pour l'exercice terminé le 31 décembre 2014 s'est établi, selon des statistiques internes, à environ 1,6 million d'exemplaires gratuits et à environ 1,2 million d'exemplaires payants. Les publications du groupe des journaux communautaires de Sun Media présentent en général des nouvelles, des chroniques sportives et des chroniques spécialisées mettant l'accent sur l'actualité locale.

Le tableau ci-après indique le tirage payant quotidien moyen et l'emplacement géographique des quotidiens publiés par le groupe des journaux communautaires de Sun Media pour l'exercice terminé le 31 décembre 2014 :

<u>Journal⁽¹⁾</u>	<u>Emplacement</u>	<u>Tirage payant quotidien moyen</u>
<i>The Kingston Whig-Standard</i>	Kingston, Ontario	16 700
<i>The Standard</i>	St. Catharines, Ontario	13 900
<i>The Expositor</i>	Brantford, Ontario	12 800
<i>The Peterborough Examiner</i>	Peterborough, Ontario	10 100
<i>The Sun Times</i>	Owen Sound, Ontario	10 000
<i>The Sault Star</i>	Sault Ste Marie, Ontario	9 900
<i>The Sudbury Star</i>	Sudbury, Ontario	9 400
<i>The Observer</i>	Sarnia, Ontario	9 300
<i>North Bay Nugget</i>	North Bay, Ontario	8 400
<i>Niagara Falls Review</i>	Niagara Falls, Ontario	8 200
<i>Cornwall Standard Freeholder</i>	Cornwall, Ontario	7 600
<i>The Tribune</i>	Welland, Ontario	7 600
<i>The Intelligencer</i>	Belleville, Ontario	7 100
<i>The Recorder & Times</i>	Brockville, Ontario	6 000
<i>Beacon Herald</i>	Stratford, Ontario	6 000
<i>The Chatham Daily News</i>	Chatham, Ontario	5 500
<i>The Daily Press</i>	Timmins, Ontario	4 800
<i>Packet & Times</i>	Orillia, Ontario	3 800
<i>The Barrie Examiner</i>	Barrie, Ontario	3 700
<i>Simcoe Reformer</i>	Simcoe, Ontario	3 600
<i>Daily Herald Tribune</i>	Grande Prairie, Alberta	3 400
<i>Sentinel Review</i>	Woodstock, Ontario	3 200
<i>The Daily Observer</i>	Pembroke, Ontario	3 000
<i>St. Thomas Times-Journal</i>	St. Thomas, Ontario	3 000
<i>Northumberland Today</i>	Northumberland, Ontario	2 800
<i>Kenora Daily Miner & News</i>	Kenora, Ontario	1 500
<i>Fort McMurray Today</i>	Fort McMurray, Alberta	1 400
Total du tirage payant quotidien moyen		182 700

Source : Statistiques internes.

- (1) Ces journaux sont publiés au moins cinq jours par semaine, à l'exception du *Kenora Daily Miner & News* qui est publié quatre jours par semaine.

Au 31 décembre 2014, le groupe des journaux communautaires de Sun Media comptait 115 publications en Ontario et 38 en Alberta.

2.2.7.2.1 Concurrence

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

2.2.7.3 Internet – Portails

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

Actifs médias

Le secteur Média, excluant Groupe TVA et ses filiales, opère les portails et les sites de destination suivants :

- *Réseau Canoë (canoe.ca)*, un portail bilingue qui attire plus de 10,3 millions de visiteurs uniques par mois au Canada, y compris plus de 5,5 millions de visiteurs uniques au Québec (selon les données du système *Media Metrix* de *ComScore* pour le mois de décembre 2014);
- Les sites Internet spécialisés de Sun Media correspondant à ses hebdomadaires et aux quotidiens (tels que *www.torontosun.com*, *www.edmontonsun.com*, *www.journaldequebec.com* et *www.journaldemontreal.com*), qui affichent les actualités locales et nationales; et
- *Canoë.tv*, le premier diffuseur Web canadien présentant du contenu exclusif commandité par *Canoë.tv* ainsi que du contenu vidéo provenant de sources classiques, incluant Québecor Média, le réseau de journaux de Sun Media et d'autres partenaires externes.

Actifs en commerce électronique

Les actifs en commerce électronique suivants sont regroupés sous le *Réseau Canoë* :

- *Autonet.ca*, un des principaux sites Internet canadiens consacrés exclusivement à l'automobile;
- Son site de petites annonces locales attachées à la marque de ses journaux urbains importants;
- *YourLifeMoments.ca* est le premier site de Sun Media annonçant, célébrant et partageant tous les moments spéciaux de la vie; et
- *Micasa.ca*, un des principaux sites d'inscription immobilière au Québec, qui offre des services d'inscription immobilière étendus accessibles à tous les courtiers en immeubles ainsi qu'aux propriétaires individuels d'habitations.

2.2.8 Réseau de distribution

Réseau Quebecor Media distribue des quotidiens, des hebdomadaires, des magazines et des médias imprimés et dessert approximativement 225 000 foyers et 12 375 points de vente dans la province de Québec.

2.2.9 Impression commerciale

Les installations de Sun Media comprennent huit ateliers d'impression pour les quotidiens urbains et journaux communautaires répartis dans cinq provinces. Par l'entremise de sa filiale à part entière, Imprimerie Québecor Média, Québecor Média opère deux ateliers d'impression à la fine pointe de la technologie, situés à Islington, Ontario et à Mirabel, au Québec. Le *24 Hours* à Toronto, le *Toronto Sun* et un certain nombre de journaux communautaires ontariens sont imprimés à Islington, Ontario. Le *Journal de Montréal*, le *Ottawa Sun* et le *24 Heures* (Montréal) sont imprimés à Mirabel, Québec. Huit ateliers d'impression de Sun Media, incluant l'installation d'Islington en Ontario, sont en voie d'être vendus dans le cadre de la Transaction Postmedia.

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

2.2.10 Caractère saisonnier et périodicité

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

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

2.2.11 Matières premières

Le prix du papier journal, qui constitue la matière première de base nécessaire à la publication des journaux, a subi d'importantes fluctuations au fil des ans et pourrait continuer d'en subir. Les variations du prix du papier journal pourraient avoir une incidence importante sur ses résultats, et l'instabilité ou l'augmentation des coûts du papier journal ont nui considérablement à ses résultats d'exploitation et à sa situation financière par le passé et risquent encore de lui nuire à l'avenir. Québecor Média gère les effets des hausses de prix du papier journal par une combinaison de moyens, dont la gestion des déchets, les progrès technologiques, la réduction de la largeur des bobines de papier, la gestion des stocks et le contrôle de la proportion relative du contenu rédactionnel par rapport au contenu publicitaire.

Afin d'obtenir des prix plus avantageux, Québecor Média achète la quasi-totalité de son papier journal auprès d'un seul fabricant de papier journal (son « **Fournisseur de papier journal** »). Selon les termes de cette entente avec le Fournisseur de papier journal, elle obtient un rabais sur les prix du marché, de même que des ristournes additionnelles sur le volume pour les achats dépassant certains seuils et bénéficie d'un plafond sur le coût unitaire du papier journal.

2.2.12 Autres activités

Québecor Média est active dans le domaine de la publicité extérieure et plus particulièrement dans l'installation, l'entretien et la gestion de supports de publicité extérieurs, notamment sur les autobus et les aribus. À cet égard, elle a signé une entente de 10 ans avec la Société de transport de Lévis, une entente de 20 ans avec la Société de transport de Laval et une entente de 20 ans avec la Société de transport de Montréal (STM). Par l'entremise de l'Agence QMI, elle fournit également des contenus à des clients externes ainsi qu'à certaines de ses filiales et divisions, alors que par l'entremise de Ventes QMI, elle offre à ses clients des services de publicité intégrés, complets et diversifiés.

2.3 SPORTS ET DIVERTISSEMENT

Les principales activités de Québecor Média dans le secteur Sports et divertissement sont la distribution de spectacles, la gestion d'événements sportifs et culturels, la production, la distribution et la diffusion en continu d'œuvres musicales, l'exploitation de deux équipes de la LHJMQ, le développement de jeux vidéo (par l'intermédiaire de Studios Bloobuzz inc. ("**Bloobuzz**")), ainsi que l'exploitation et la gestion du futur Amphithéâtre de Québec.

Québecor Média détient la totalité du capital social émis et en circulation de Gestion d'événements Gestev inc. (« **Gestev** »), de Québecor Sports et divertissements inc. (qui possède les Remparts de Québec) et de Groupe Archambault.

2.3.1 Amphithéâtre de Québec

L'achèvement des travaux de construction de l'Amphithéâtre, qui ont commencé en septembre 2012, est prévu en juillet 2015. L'Amphithéâtre, dont l'ouverture officielle est actuellement prévue en septembre 2015, comptera environ 18 400 sièges et accueillera les Remparts de Québec ainsi qu'un éventail d'événements et de spectacles mettant en vedette des artistes locaux et internationaux. En vertu d'une entente de 25 ans conclue avec la Ville de Québec, Québecor Média possédera les droits d'utilisation et d'identification de l'Amphithéâtre jusqu'en 2040. En prévision de l'ouverture de l'Amphithéâtre, Québecor Média a conclu un partenariat stratégique visant l'exploitation de l'Amphithéâtre avec Live Nation Entertainment et ses deux principales divisions, soit Live Nation Concerts, chef de file mondial dans la production de spectacles, et le service de billetterie Ticketmaster, qui exerce ses activités au Québec sous le nom d'« Admission ». Québecor Média a également conclu un partenariat stratégique avec Levy Restaurants dans le but d'offrir dans l'Amphithéâtre une expérience culinaire de calibre mondial s'appuyant sur un programme d'achat de produits locaux.

2.3.2 Équipes de hockey LHJMQ

Québecor Média détient deux franchises de la LHJMQ, soit L'Armada de Blainville-Boisbriand et les Remparts de Québec. Dans le cadre de la transaction d'acquisition des Remparts de Québec, Québecor Média a également acquis les droits relatifs à l'organisation d'un tournoi de tennis féminin international (la « Coupe Banque Nationale ») et de la Coupe Memorial 2015, qui seront accueillis par les Remparts de Québec.

2.3.3 Gestion d'événements sportifs et culturels

Par l'entremise de Gestev, gestionnaire d'événements sportifs et culturels, Québecor Média produit de nombreux événements prestigieux, comme la course extrême Red Bull Crashed Ice, le Vélirium (festival

et coupe du monde de vélo de montagne), la course de voile Transat Québec Saint-Malo, Sprint Québec (coupe du monde de ski de fond de la FIS) et le Snowboard Jamboree (pendant lequel la FIS tient ses championnats du monde de planche à neige).

2.3.4 Distribution musicale

Par l'entremise de certaines divisions et une filiale de Groupe Archambault, Québecor Média distribue des disques compacts, des DVD, des disques Blu-ray et de la musique en ligne par transfert de fichiers en plus d'offrir des services dans les domaines suivants : lecture de musique en continu, enregistrement d'œuvres musicales, production vidéo, enregistrement de spectacles et production de vidéos d'événements en direct, de publicité télévisuelle, de spectacles musicaux et de concerts.

Groupe Archambault est l'un des distributeurs indépendants de musique les plus importants au Canada avec 21 % du marché québécois et 54 % du marché francophone québécois. Groupe Archambault possède un catalogue de plus de 7 800 titres différents sur disques compacts, disques vinyles ou autres formats audio et de plus de 1 500 titres sur DVD, VHS ou autres formats vidéo, dont un grand nombre proviennent d'artistes de langue française. De plus, Groupe Archambault est un agrégateur de produits numériques téléchargeables comprenant un choix de quelque 101 000 chansons disponibles auprès de 196 détaillants à l'échelle mondiale.

2.3.5 Concurrence

Le nouvel amphithéâtre dans la Ville de Québec, dont l'ouverture est prévue en septembre 2015 et qui sera géré par le secteur Sports et Divertissements, sera en concurrence avec le Centre Bell et Evenko. Même si leur offre sera parfois complémentaire, il arrivera aussi qu'ils se fassent concurrence pour obtenir leur part d'un même budget. Pendant l'été, le Festival d'été de Québec sera un autre concurrent important puisqu'il propose des spectacles intéressants à des prix modiques.

L'équipe de hockey junior Les Remparts de Québec n'a pas réellement de concurrents directs dans le secteur du divertissement dans la région de la Ville de Québec, mais ce n'est pas le cas pour l'équipe de hockey Armada, puisque celle-ci évolue à Blainville, qui se trouve à proximité de la région métropolitaine de Montréal.

Gestev, qui gère des événements sportifs et culturels, est un joueur dominant dans la région de la Ville de Québec, mais elle œuvre dans un marché très fragmenté où la concurrence est féroce et elle se mesure à de nombreux concurrents.

L'industrie de la musique est contrôlée principalement par trois joueurs majeurs (Universal Music, Warner Music et Sony Music) possédant 81 % des parts de marché au Canada, qui produisent et distribuent leurs produits. Par contre, le marché musical du Québec est unique puisque sa population est majoritairement francophone et qu'il possède son propre *star system*.

2.4 PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

La Société utilise un certain nombre de marques de commerce pour ses produits et services, dont plusieurs ont été déposées auprès des autorités compétentes dans les territoires appropriés. De plus, la Société a des droits sur des marques non déposées en raison de leur usage. Elle prend les moyens juridiques requis pour protéger ses marques de commerce et est d'avis que celles-ci sont protégées adéquatement.

Les émissions de télévision de même que les films bénéficient d'un régime de protection juridique en vertu des lois sur les droits d'auteur des pays dans lesquels la Société exerce ses activités. Ces régimes de protection prévoient d'importantes sanctions tant civiles que criminelles en cas de diffusion ou de reproduction non autorisée. Le contenu de ses journaux ainsi que de ses sites Internet est également protégé par des droits d'auteur. La Société est propriétaire des droits d'auteur relatifs à chacune de ses

publications prises dans leur totalité, de même que relativement à chaque contenu créé par ses employés dans le cadre de leur travail, sous réserve de quelques exceptions très limitées. La Société a conclu des contrats de licence avec des agences de presse, des pigistes et d'autres fournisseurs de contenu à des conditions qui, selon elle, permettent de répondre aux besoins de ses exploitations reliées à l'édition. La Société est d'avis qu'elle a pris des mesures appropriées et raisonnables pour garantir, protéger et préserver ses droits, ou pour obtenir des engagements des titulaires de licences de garantir, protéger et préserver les droits d'auteur protégeant le contenu qu'elle crée ou distribue.

La Société a enregistré certains noms de domaine qu'elle utilise pour l'exploitation de sites Internet associés à ses activités dans les domaines de la télévision, de l'édition et de l'Internet. Puisque chaque nom de domaine Internet est unique, ses noms de domaine ne peuvent être enregistrés par d'autres entités tant que ses enregistrements sont valides.

2.5 ASSURANCES

La Société est exposée à divers risques d'ordre opérationnel dans le cours normal de ses activités, la plupart étant assumés par des tiers aux termes de conventions d'assurance. La Société maintient également une protection d'assurance dommages auprès d'un tiers. La Société estime que cette combinaison d'assurance de la responsabilité civile et d'autoassurance lui procure une protection adéquate contre les pertes imprévues tout en minimisant les coûts.

2.6 EMPLOYÉS

Au 31 décembre 2014, la Société comptait, sur une base consolidée, environ 13 835 employés. La Société comptait, aux 31 décembre 2013 et 2012, 15 110 et 16 865 employés respectivement. Un certain nombre d'employés travaille à temps partiel. Le tableau qui suit donne certaines informations sur les employés de la Société, répartis par secteurs d'exploitation au 31 décembre 2014.

<u>Secteurs d'exploitation</u>	<u>Nombre approximatif d'employés</u>	<u>Nombre approximatif d'employés régis par une convention collective</u>	<u>Nombre de conventions collectives</u>
Télécommunications	7 090	4 145	13
Vidéotron	6 190	3 695	4
Autres	900	450	9
Média	6,260	2 135	64
Sun Media.....	2 285	930	44
Groupe TVA.....	2 275	860	13
Autres	1 700	345	7
Sports et divertissement	220	-	-
Corporatif ⁽¹⁾	265	-	-
Total	13 835	6 280	77

(1) Incluant QMI Numérique, Contenu QMI et Bloobuzz.

Au 31 décembre 2014, environ 45 % des employés de la Société étaient représentés par des conventions collectives. Par l'intermédiaire de ses filiales, la Société est actuellement partie à 77 conventions collectives.

- Vidéotron est partie à quatre conventions collectives, représentant environ 3 695 employés syndiqués. Les négociations concernant l'une des plus importantes conventions collectives, couvrant les employés syndiqués de la région de Montréal ont récemment été complétées le 22 mars 2015 avec le renouvellement de la convention collective jusqu'en 2018. Les trois conventions collectives couvrant les employés syndiqués des régions du Saguenay, de Gatineau et de Québec viendront à échéance le 31 décembre 2019, le 31 août 2015 et le 31 décembre 2018 respectivement.

Le secteur vente au détail de Groupe Archambault est maintenant partie à huit conventions collectives, représentant environ 380 employés syndiqués. Les négociations sont toujours en cours pour le magasin de la rue Berri et des négociations seront entreprises en 2015 pour le magasin de la Place des Arts de même que pour le centre de service à la clientèle. Parmi les autres conventions collectives, l'une vient à échéance le 1^{er} avril 2015.

Une autre convention collective, couvrant environ 70 employés de SETTE inc., filiale de Vidéotron, arrivera à échéance à la fin de l'année, le 31 décembre 2015.

- Sun Media est partie à 44 conventions collectives, couvrant environ 930 employés syndiqués. Des autres conventions collectives, trois sont échues depuis la fin 2014, couvrant environ 55 employés syndiqués et trois autres arriveront à échéance en 2015, couvrant environ 30 employés. Les autres viendront à échéance à diverses dates jusqu'en décembre 2019.
- Groupe TVA est partie à 13 conventions collectives, représentant environ 860 employés syndiqués. De ce nombre, huit conventions collectives, couvrant environ 180 employés syndiqués, ou 21 % de ses employés syndiqués, sont venues à échéance en 2014. Les négociations relatives à ces conventions collectives sont actuellement en cours ou débuteront en 2015. Deux conventions collectives, représentant environ 40 employés syndiqués viendront à échéance en 2015. Les autres viendront à échéance à diverses dates jusqu'en décembre 2018.
- Des sept autres conventions collectives, couvrant environ 345 employés syndiqués, une convention collective représentant approximativement 30 employés syndiqués est échue et trois autres viendront à échéance en 2015. Les négociations relatives à ces conventions collectives débuteront en 2015. Les autres conventions collectives viendront à échéance entre février 2016 et décembre 2017

La Société n'a actuellement aucun conflit de travail et n'anticipe pas de conflit de travail dans un proche avenir.

La Société ne peut prédire l'issue de ses négociations actuelles ou futures se rapportant aux conflits de travail, le cas échéant, à la représentation syndicale ou au renouvellement des conventions collectives, ni garantir qu'elle ne subira pas d'autres arrêts de travail, grèves ou autres formes de moyens de pression d'ici le dénouement des négociations futures ou actuelles. Une grève de ses travailleurs syndiqués ou une autre forme d'arrêt de travail pourrait perturber de façon importante ses activités, occasionner des dommages à ses biens et/ou provoquer une interruption de ses services, ce qui pourrait avoir une incidence défavorable sur ses activités, ses actifs, sa situation financière, ses résultats d'exploitation et sa réputation. Même en l'absence d'une autre grève ou d'autres moyens de pression, le dénouement des négociations de travail pourrait avoir une incidence défavorable sur ses activités et ses résultats d'exploitation. Ceci pourrait être le cas, si les négociations ou les contrats actuels ou futurs devaient restreindre davantage sa faculté à maximiser l'efficacité de ses activités. De plus, sa capacité à apporter des ajustements à court terme pour contrôler les coûts liés à la rémunération et aux avantages sociaux est limitée par les modalités de ses conventions collectives.

2.7 ENVIRONNEMENT

Certaines des activités d'exploitation de la Société sont assujetties à la législation et à la réglementation canadienne, provinciale et municipale relative, entre autres, aux émissions atmosphériques, à l'évacuation des eaux et au déversement des égouts, à la manutention et à l'élimination des déchets dangereux, au recyclage des déchets, à la restauration du sol des sites contaminés et à la protection de l'environnement en général. Les lois et les règlements relatifs à la sécurité en milieu de travail et à la santé des travailleurs qui, entre autres, réglementent le risque d'exposition des employés aux substances dangereuses dans leur milieu de travail régissent également ses activités.

La conformité à ces lois n'a pas eu, et la direction ne s'attend pas à ce qu'elle ait, d'incidence importante sur ses dépenses en immobilisations, son bénéfice net ou sa compétitivité. Les lois et les règlements environnementaux, de même que l'interprétation de ces lois et de ces règlements, ont toutefois évolué rapidement au cours des dernières années et pourraient continuer de le faire à l'avenir. La Société a suivi cette évolution de près et a modifié ses pratiques lorsque cela était nécessaire ou souhaitable. Par exemple, la réglementation du Québec concernant la récupération et la valorisation de produits par les entreprises est officiellement entrée en vigueur le 13 juillet 2011. Cette réglementation oblige certaines filiales de Québecor Média, plus spécifiquement Vidéotron, à implanter un programme de recyclage ou à devenir membre d'un programme établi par un organisme accrédité par Recyc-Québec. Les taux de récupération sont établis pour les différentes catégories de produits commercialisés par les entreprises auxquelles cette réglementation s'applique. À compter de 2020, des pénalités pourront être imposées à ces entreprises qui n'ont pas réussi à atteindre les taux de récupération entre 2015 et 2020, tel que prévu à la réglementation et pourront varier en fonction du nombre de produits commercialisés et des taux de récupération actuels de l'entreprise, avec des pénalités potentielles pouvant atteindre 600 000 \$ par année et des amendes pour non-conformité s'échelonnant de 5 000\$ à 250 000 \$.

Les propriétés antérieures et actuelles de la Société, de même que les zones adjacentes à ces propriétés, particulièrement celles situées dans des zones à usage industriel à long terme, peuvent avoir eu des usages antérieurs ou peuvent avoir des usages courants, dans le cas des propriétés avoisinantes, qui sont susceptibles d'avoir une incidence sur ses propriétés et de nécessiter des études supplémentaires ou la prise de mesures correctives. Dans le cadre de ses activités reliées à l'Entreprise de studios, d'équipement et de postproduction, Québecor Média est propriétaire de certains studios et terrains vacants, dont quelques-uns sont situés sur un ancien site d'enfouissement de déchets émettant des biogaz.

La Société ne mène pas d'études matérielles actuellement et ne prévoit pas non plus en mener, et elle n'a pas pris de mesures correctives et ne prévoit pas non plus en prendre. De plus, il lui est impossible de garantir que tous les passifs environnementaux ont été établis, qu'un propriétaire antérieur de ses propriétés n'a pas créé de condition environnementale importante qu'elle ignore encore à ce jour, qu'une condition environnementale importante n'existe pas par ailleurs sur cette propriété ou que des dépenses ne devront pas être engagées pour régler un cas connu ou inconnu de contamination.

RUBRIQUE 3 — FAITS SAILLANTS

L'information concernant les faits saillants, au cours des trois derniers exercices, du secteur Télédiffusion de la Société, qui est exploité par le Groupe TVA, est présentée dans la notice annuelle du Groupe TVA datée du 6 mars 2015 et les extraits pertinents de cette description sont reproduits à l'annexe A de la présente notice annuelle.

3.1 DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS

Le 25 mars 2015, le Bureau de la concurrence a approuvé la vente des activités de journaux de langue anglaise de Sun Media prévue dans le cadre de la Transaction Postmedia. La clôture de cette transaction est prévue au cours des prochaines semaines.

Le 20 mars 2015, Groupe TVA a annoncé la clôture de son placement de droits dans chacune des provinces canadiennes en vertu d'un prospectus simplifié daté du 4 février 2015. Dans le cadre de ce placement, tous les porteurs d'actions ordinaires catégorie A avec droit de vote, participantes et sans valeur nominale (« **actions catégorie A** ») et d'actions catégorie B sans droit de vote (« **actions catégorie B sans droit de vote** ») en circulation de Groupe TVA ont reçu, sous réserve des lois applicables, des droits de souscrire des actions catégorie B sans droit de vote, de manière équitable et proportionnelle, pour un produit brut total d'environ 110,0 M\$ (« **placement de droits de TVA** »). Conformément à une convention d'engagement de souscription garantie conclue avec Groupe TVA le 16 janvier 2015, Groupe TVA a versé à Québecor Média une commission de souscription garantie de 1,1 M\$, représentant 1 % du produit brut total du placement de droits. Dans le cadre du placement de

droits, Québecor Média a souscrit 17 300 259 actions catégorie B sans droit de vote additionnelles de Groupe TVA.

Le 11 mars 2015, Vidéotron a annoncé l'émission d'un avis de remboursement par anticipation de la totalité de ses billets de premier rang 6 % % échéant le 15 décembre 2015. Le remboursement par anticipation devrait être complété le 10 avril 2015.

Le 11 mars 2015, Vidéotron a annoncé l'acquisition de 4Degrés Colocation inc. et de son centre de données, le plus grand à Québec, pour une contrepartie en espèces de 31,5 M\$, qui pourra atteindre 35,5 M\$ advenant la réalisation de certains critères. Cette acquisition permettra à Vidéotron de répondre aux besoins technologiques et d'hébergement grandissants de sa clientèle d'affaires.

Le 6 mars 2015, Industrie Canada a annoncé que les soumissions de Vidéotron ont été retenues pour quatre licences de 30 MHz au terme des enchères du spectre mobile commercial des SSFE-3 tenues le 3 mars 2015, soit les licences pour l'Est du Québec, le Sud du Québec, le Nord du Québec et pour l'Est de l'Ontario et l'Outaouais, couvrant ainsi 100 % de la population québécoise en plus de celle de la région d'Ottawa. Ces licences ont été acquises au coût total de 31,8 M\$.

Le 12 février 2015, Québecor Média a annoncé la signature d'une entente de dix ans avec la Société de transport de Lévis visant l'installation, l'entretien et la gestion de supports publicitaires sur les abribus et les autobus de la Société de transport de Lévis, ainsi que la vente de la publicité sur ces supports.

Le 3 février 2015, Québecor Média a annoncé la conclusion d'un partenariat stratégique avec Live Nation Entertainment, qui comporte une alliance avec Live Nation Concerts, un chef de file mondial du spectacle, et les services de billetterie Ticketmaster, laquelle exerce ses activités au Québec sous le nom de « Admission ». À la même date, Québecor Média a conclu un partenariat stratégique avec la firme Levy Restaurants, laquelle assumera la gestion des opérations de restauration à l'Amphithéâtre.

3.2 FAITS SAILLANTS 2014

3.2.1 Québecor

Le 19 juin 2014, le très honorable Brian Mulroney a été nommé président du conseil d'administration de Québecor et de Québecor Média, succédant ainsi à Pierre Karl Péladeau qui a quitté, le 9 mars 2014, toutes ses fonctions au sein des conseils d'administration de Québecor et de ses filiales, à la suite de sa décision de se lancer en politique active. Le 10 mars 2014, Sylvie Lalande a été nommée présidente du conseil d'administration de Groupe TVA inc. (« Groupe TVA »).

Le 28 avril 2014, Pierre Dion a été nommé président et chef de la direction de Québecor et de Québecor Média. Le 7 mai 2014, Manon Brouillette a accédé au poste de présidente et chef de la direction de Vidéotron.

3.2.2 Québecor Média

Le 2 septembre 2014, Québecor Média a annoncé la conclusion de la vente de sa filiale Nurun inc. à l'entreprise française Publicis Groupe, pour une contrepartie en espèces de 125,0 M\$.

Le 18 août 2014, Benoît Robert a été nommé président et chef de la direction de Groupe Sports et divertissement.

Le 31 juillet 2014, Québecor Média a annoncé la création de Groupe Média, un nouveau secteur dédié aux médias de divertissement et d'information. Groupe Média englobe les activités de Groupe TVA, de Sun Media, d'Agence QMI, de Québecor Média Affichage, de Québecor Média Ventes, de Réseau Québecor Média, d'Imprimerie Québecor Média, de Sogides, d'Éditions CEC et de Readbooks S.A.S..

Le 30 juillet 2014, Julie Tremblay a été nommée présidente et chef de la direction du nouveau secteur. Elle a été également nommée présidente et chef de la direction de Groupe TVA.

Le 25 avril 2014, Québecor Média a complété l'achat et le remboursement par anticipation de la totalité de ses billets de premier rang d'un montant en capital global de 380,0 M\$US, émis le 5 octobre 2007 et en circulation, portant intérêt à un taux de 7,75 % et échéant le 15 mars 2016, et a réglé les contrats de couverture afférents.

3.2.3 Télécommunications

Le 10 septembre 2014, Vidéotron a lancé son réseau mobile LTE, qui couvre près de 90 % de la population du Québec et permet d'atteindre des vitesses allant jusqu'à 150 Mbit/s.

Le 27 août 2014, Vidéotron a lancé le nouvel enregistreur HD multitélé X8 conçu pour offrir la meilleure expérience de divertissement disponible sur le marché. L'enregistreur HD multitélé X8, qui est doté d'une capacité d'enregistrement de 2 téraoctets et de nouvelles fonctionnalités inégalées, offre la possibilité d'enregistrer simultanément huit émissions de télévision.

Le 9 avril 2014, Vidéotron a émis des billets de premier rang d'un montant en capital global de 600,0 M\$US, portant intérêt à un taux de 5,375 % et échéant le 15 juin 2024, pour un produit net de 654,5 M\$, déduction faite des frais de financement de 7,8 M\$. La vigueur de la demande a permis à Vidéotron d'augmenter la taille du placement à des conditions favorables. Vidéotron a entièrement couvert le risque de change lié aux nouveaux billets de premier rang en utilisant des swaps sur devises, en plus de convertir le taux d'intérêt d'un taux fixe à un taux variable sur une tranche d'un montant en capital de 158,6 M\$US des billets de premier rang.

Vidéotron a utilisé le produit tiré de l'émission de billets de premier rang émis le 9 avril 2014 pour rembourser par anticipation et retirer, le 24 avril 2014, un montant en capital global de 260,0 M\$US de ses billets de premier rang émis le 5 mars 2009 et en circulation, portant intérêt à un taux de 9,125 % et échéant le 15 avril 2018, pour rembourser les emprunts sur sa facilité de crédit renouvelable, pour payer les frais et dépenses liés à l'opération et pour les besoins généraux de l'entreprise.

Le 3 avril 2014, à la suite du paiement final effectué conformément au résultat du processus d'enchères terminé le 19 février 2014, Industrie Canada a émis à Vidéotron sept licences de spectre dans la bande de 700 MHz. Les licences d'exploitation, acquises au coût de 233,3 M\$, couvrent la totalité du Québec, de l'Ontario (à l'exception de la zone du nord de l'Ontario), de l'Alberta et de la Colombie-Britannique. Ces licences permettent de rejoindre environ 80 % de la population canadienne, soit plus de 28 millions de personnes.

Le 28 mars 2014, les appareils mobiles d'Apple ont été ajoutés à l'imposant catalogue de produits mobiles proposé à sa clientèle par Vidéotron. Dans la foulée, Vidéotron a lancé ses nouvelles applications illico destinées aux utilisateurs d'appareils iPhone (4, 5, 5C, 5S et 6), et aux utilisateurs d'appareils iPad. Ces applications gratuites dotées d'interfaces personnalisées et intuitives mettent à la disposition des clients télé de Vidéotron des milliers d'heures de programmation, tant en français qu'en anglais, provenant d'une cinquantaine de chaînes de télévision.

3.2.4 Média

Le 30 décembre 2014, Groupe TVA a conclu l'acquisition de la quasi-totalité des actifs de Vision Globale A.R. Itée et sa filiale (« Vision Globale »), une entreprise canadienne de services liés au cinéma et à la télévision, pour une contrepartie en espèces de 116,1 M\$, sous réserve de certains ajustements. Vision Globale offre des services de location de studios et d'équipements, ainsi que des services de postproduction, et possède, entre autres, les studios Mel's La Cité du cinéma à Montréal ainsi que le studio Melrose à Saint-Hubert, qui accueillent des productions cinématographiques et télévisuelles autant locales qu'étrangères.

Le 17 novembre 2014, Groupe TVA a conclu une entente avec Transcontinental inc. visant l'acquisition de 15 magazines, pour une contrepartie en espèces de 55,5 M\$. À la clôture de cette transaction, Groupe TVA deviendra le propriétaire exclusif de 11 des titres acquis, soit Coup de pouce, *Canadian Living*, Véro Magazine, Décormag, *Style at Home*, Fleurs Plantes Jardins, *Canadian Gardening*, Québec Vert, *The Hockey News*, MaisonNeuves.com, Condo Maison Direct et les sites Internet recettes.qc.ca, Quoi manger et *On the table*. Groupe TVA détiendra également une participation effective de 51 % dans l'entreprise Les Publications Transcontinental-Hearst inc., qui exploite les magazines Elle Canada et Elle Québec. De plus, Groupe TVA détiendra 50 % des parts des Publications Senior inc., qui publient les magazines Le Bel Âge et *Good Times*. Le 2 mars 2015, la transaction a été autorisée par le Bureau de la concurrence et devrait être finalisée au cours des prochaines semaines.

Le 3 novembre 2014, Groupe TVA a modifié les modalités de ses facilités de crédit bancaire afin d'augmenter la taille de son crédit renouvelable de 100,0 M\$ à 150,0 M\$, de proroger leur échéance de deux ans jusqu'au 24 février 2019 et de remplacer le prêt à terme existant de 75,0 M\$, échéant le 11 décembre 2014, par un nouveau prêt à terme d'un montant équivalent et échéant le 3 novembre 2019. De plus, Groupe TVA a modifié certaines modalités afin d'augmenter sa flexibilité financière. En conséquence, Groupe TVA a octroyé une sûreté sur l'universalité de ses biens meubles et a grevé l'immeuble abritant son siège social d'une hypothèque immobilière.

Pour la période du 1er septembre au 7 décembre 2014, Groupe TVA et ses chaînes spécialisées ont obtenu une part globale de marché de l'écoute télévisuelle au Québec de 33,2 %, contre 31,6 % l'année précédente (source : Numeris, automne 2014). Le Réseau TVA a conservé son statut de chef de file avec 23,9 % de parts de marché, soit plus que ses principaux concurrents généralistes réunis. Grâce, notamment, au succès de TVA Sports, les chaînes spécialisées de Groupe TVA ont franchi à l'automne 2014 le cap des 10 millions d'abonnés.

Lors du match inaugural des Canadiens de Montréal, le 8 octobre 2014, TVA Sports a rejoint un auditoire moyen de 925 000 téléspectateurs, soit 25,5 % des parts de marché. Depuis l'arrivée de la Ligue nationale de hockey (« LNH ») sur ses ondes, TVA Sports a vu son nombre d'abonnés croître de façon importante pour atteindre 2 millions. Tel qu'indiqué précédemment, le 1er juillet 2014, TVA Sports est officiellement devenu le diffuseur francophone officiel de la LNH pour les 12 prochaines années. Au cours de la saison 2014-2015, TVA Sports diffusera plus de 275 matchs de la LNH, dont, entre autres, tous les matchs du samedi soir des Canadiens et tous les matchs des séries éliminatoires, y compris les matchs des Canadiens et de la finale de la Coupe Stanley.

Le 6 octobre 2014, Québecor Média a annoncé la vente de 175 journaux et publications de langue anglaise à Postmedia Network Canada Corporation pour une contrepartie en espèces de 316 M\$, transaction qui inclut les quotidiens de Sun Media, notamment l'*Ottawa Sun*, le *Toronto Sun*, le *Winnipeg Sun*, l'*Edmonton Sun* et le *Calgary Sun*, de même que le *London Free Press*, les *24 Hours* de Toronto et Vancouver, les journaux régionaux quotidiens et hebdomadaires, les guides d'achat et publications spécialisées, le portail Canoe au Canada anglais ainsi que huit usines d'impression, dont l'imprimerie d'Islington en Ontario. Les journaux et publications de langue française, notamment Le Journal de Montréal, Le Journal de Québec et le 24 Heures (Montréal) ne sont pas inclus dans la Transaction Postmedia. Le 25 mars 2015, La Transaction Postmedia a été approuvée par le Bureau de la concurrence. La clôture de cette transaction est prévue au cours des prochaines semaines.

Depuis le 1er août 2014, Québecor Média assure l'installation, l'entretien, la gestion et l'exploitation publicitaire des abribus du réseau d'autobus de la Société de transport de Laval aux termes d'une entente de 20 ans. Québecor Média avait conclu une entente similaire avec la Société de transport de Montréal en 2012.

Le 1er juin 2014, Québecor Média a finalisé la vente des 74 hebdomadaires du Québec à Transcontinental Interactif inc., une filiale de Transcontinental inc., pour une contrepartie en espèces de 75,0 M\$.

3.2.5 Sports et divertissement

Le 27 novembre 2014, Québecor Média a acquis les Remparts de Québec, une équipe de hockey évoluant dans la LHJMQ. L'équipe prévoit emménager dans l'Amphithéâtre en septembre 2015.

3.3 FAITS SAILLANTS 2013

3.3.1 Québecor

Le 14 août 2013, la Société a procédé au fractionnement des actions catégorie A (droits de vote multiples) (« **actions catégorie A** ») et des actions subalternes catégorie B (comportant droit de vote) (« **actions catégorie B** ») en circulation, à raison de deux actions pour une action. Ainsi, les porteurs d'actions de la Société ont reçu une action additionnelle pour chaque action détenue à la date de clôture des registres. Les négociations sur les actions de la Société, sur la nouvelle base de deux actions pour une action, ont commencé à l'ouverture des marchés le 16 août 2013.

3.3.2 Québecor Média

Le 30 août 2013, Québecor Média a remboursé un montant en capital de 265 M\$US de ses billets de premier rang émis le 17 janvier 2006 et en circulation, portant intérêt à un taux de 7,75 % et échéant en mars 2016, et a réglé les contrats de couverture afférents.

Le 29 août 2013, Québecor Média a émis un prêt à terme « B » garanti de premier rang de 350 M\$US, à un prix de 99,50 % pour un produit net de 358,4 M\$ (déduction faite des frais de financement). Ce prêt à terme porte intérêt au taux interbancaire américain offert à Londres (« **LIBOR** »), assujéti à un LIBOR plancher de 0,75 %, majoré d'une prime de 2,50 %. Ce prêt à terme prévoit des paiements trimestriels correspondants à 1,00 % par année du montant en capital initial, et le solde est payable le 17 août 2020.

En 2013, QMI Numérique, une nouvelle unité d'affaires au sein de Québecor Média, a été mise sur pied afin de devenir un centre d'expertise en technologie numérique axé sur la recherche et le développement. QMI Numérique s'est vu confier un triple mandat : développer la stratégie numérique de la Société en veillant à la cohérence du groupe, soutenir les filiales dans leur développement et la diffusion de produits ou de services numériques de qualité et, enfin, maximiser la rentabilité de ces produits et services.

En juin 2013, Québecor Média a amendé sa convention de crédit renouvelable de 300 M\$ pour prolonger l'échéance à janvier 2017 et en modifier certaines modalités.

Le 31 mai 2013, Québecor Média a vendu ses sites Internet spécialisés Jobboom et Réseau Contact à Technologies Interactives Mediagrif inc. (« **Mediagrif** ») pour une contrepartie totale de 65 M\$. Les dispositions de Jobboom et Réseau Contact ont été complétées les 1^{er} juin et 29 novembre 2013 respectivement.

En février 2013, Contenu QMI, une nouvelle unité d'affaires de Québecor Média, a été créée. Cette nouvelle unité d'affaires se consacre à la conception, à l'acquisition et à la distribution de contenus audiovisuels destinés aux plateformes des filiales de Québecor Média au Québec, de même qu'aux marchés internationaux.

3.3.3 Télécommunications

Le 17 juin 2013, Vidéotron a annoncé la clôture de l'émission et de la vente de billets de premier rang d'un montant en capital global de 400 M\$, portant intérêt à un taux de 5,625 % et échéant le 15 juin 2025, pour un produit net de 394,8 M\$ (déduction faite des frais de financement). Le produit tiré de cette émission a été utilisé pour financer le rachat par anticipation et le retrait, le 2 juillet 2013, d'un montant en capital total de 380 M\$US des billets de premier rang 9 1/8 % de Vidéotron émis le 15 avril 2008 et échéant en avril 2018, et pour le règlement des contrats de couverture afférents.

En juin 2013, Vidéotron a amendé sa facilité de crédit garantie renouvelable de 575 M\$ pour en prolonger l'échéance à juillet 2018 et en modifier certaines modalités.

Le 29 mai 2013, Vidéotron et Rogers ont annoncé l'Entente LTE Rogers. Vidéotron et Rogers conservent leur indépendance commerciale, y compris ses gammes de produits et services, systèmes de facturation et bases de données sur sa clientèle. De plus, les deux parties s'offrent mutuellement des services sur une période de 10 ans pour lesquels Vidéotron recevra un total de 93 M\$ et Rogers recevra un total de 200 M\$. En plus de l'entente de partage de réseau et sous réserve des approbations des autorités réglementaires, Vidéotron a l'option, depuis le 1^{er} janvier 2014, de vendre à Rogers son spectre AWS non utilisé dans la région de Toronto pour un montant de 180 M\$.

3.3.4 Média

Le 19 décembre 2013, Québecor Média a annoncé qu'elle se retirait de la distribution porte-à-porte des journaux hebdomadaires et de circulaires au Québec et qu'elle cessait la distribution du Sac Plus à compter de janvier 2014.

En 2013, Sun Media a annoncé plusieurs mesures de restructuration pour assurer le positionnement favorable à long terme de ses médias d'information sur toutes les plateformes de diffusion, notamment les plateformes numériques. Ces mesures ont entraîné l'abolition de 560 postes, la fermeture de 8 publications et de 3 journaux urbains gratuits – soit les journaux *24 Hours* d'Ottawa, de Calgary et d'Edmonton –, ainsi qu'une série d'initiatives visant à accroître l'efficacité opérationnelle. Le coût total de ces mesures était estimé à 9 M\$.

En juillet 2013, Groupe TVA a annoncé l'acquisition de Les Publications Charron & Cie inc., éditeur du magazine *La Semaine*, et de Charron Éditeur inc., qui a par la suite été cédé à Sogides, une filiale du secteur Média.

3.3.5 Sports et divertissement

Le 24 mai 2013, Québecor a annoncé l'acquisition de GesteV, une entreprise de gestion d'événements sportifs et culturels active dans la région de Québec. Fondée en 1992, GesteV a produit, notamment, des événements prestigieux tels que la course extrême Red Bull Crashed Ice, le Vélirium (Coupe du monde de vélo de montagne), la course de voiliers Transat Québec Saint-Malo, la Coupe du monde FIS de ski de fond Sprint Québec et le Snowboard Jamboree, y compris les Championnats du monde FIS de snowboard.

3.4 FAITS SAILLANTS 2012

3.4.1 Québecor

Le 11 octobre 2012, Québecor a acheté 10 175 653 actions ordinaires de Québecor Média détenues par CDP Capital d'Amérique Investissements inc. (« **CDP** »). Pour refléter son obligation de payer le prix d'achat de ces actions, la Société a émis à CDP des débentures subordonnées d'un montant en capital global de 500 M\$, portant intérêt à 4,125 % et échéant en 2018, qui sont convertibles en actions subalternes catégorie B (comportant droit de vote) de Québecor (la « **Transaction QI** »). La Société a déposé sur SEDAR une déclaration d'acquisition significative (Annexe 51-102 A4) relativement à cette acquisition. La déclaration d'acquisition significative peut être consultée sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Québecor a amendé sa facilité de crédit bancaire renouvelable de 150 M\$ afin de proroger l'échéance de novembre 2014 à novembre 2015.

3.4.2 Québecor Média

Le 17 décembre 2012, Québecor Média a remboursé par anticipation le solde de son prêt à terme B pour une considération en espèces de 153,9 M\$.

Le 11 octobre 2012, Québecor Média a racheté 20 351 307 de ses actions ordinaires détenues par CDP, pour un prix d'achat global de 1,0 milliard \$, payé en espèces (la « **Transaction CDP** »). Suite à la Transaction QI et à la Transaction CDP, la participation de Québecor dans Québecor Média est passée de 54,7 % à 75,4 %.

Le 11 octobre 2012, Québecor Média a émis des billets de premier rang d'un montant en capital global de 850 M\$US, portant intérêt à un taux de 5 ¼ % et échéant en 2023 pour un produit net de 820,7 M\$ (déduction faite des frais de financement), et des billets de premier rang pour un montant en capital global de 500 M\$, portant intérêt à un taux de 6 ½ % et échéant en 2023 pour un produit net de 493,8 M\$ (déduction faite des frais de financement). Québecor Média a utilisé le produit tiré de ce placement pour financer: (i) le rachat pour annulation de 20 351 307 actions ordinaires de son capital détenues par CDP pour un prix d'achat global de 1,0 milliard \$; (ii) le remboursement d'un montant en capital total de 320 M\$US de ses billets de premier rang 7 ¼ % échéant en 2016, émis en 2007; et (iii) dans chaque cas, pour le paiement des frais et dépenses entourant l'opération.

Le 21 juin 2012, Québecor Média a été choisie au terme d'un appel de propositions sur invitation pour assurer l'installation, l'entretien et l'exploitation publicitaire des abribus du réseau d'autobus de la Société de transport de Montréal (STM) pour les 20 prochaines années.

3.4.3 Télécommunications

Le 14 mars 2012, Vidéotron a émis des billets de premier rang 5 % échéant en 2022 d'un montant en capital global de 800 M\$US, pour un produit net de 787,6 M\$ (déduction faite des frais de financement). Vidéotron a utilisé le produit tiré de cette émission pour racheter et rembourser par anticipation la totalité de ses billets de premier rang 6 ⅞ % échéant en 2014 en circulation d'un montant en capital de 395 M\$US, pour rembourser la totalité des emprunts sur la facilité de crédit renouvelable de Vidéotron, pour payer les frais et les dépenses entourant l'opération et le solde pour des fins corporatives générales.

3.4.4 Média

Le secteur Média n'a aucun fait saillant à signaler pour l'exercice financier terminé le 31 décembre 2012

3.4.5 Sports et divertissement

Groupe Archambault a lancé en avril 2012 Zik, le premier service canadien de musique en lecture en continu ("streaming"). Service bilingue disponible au choix de l'utilisateur en français ou en anglais, Zik offre des millions de chansons dont le plus grand répertoire de musique francophone en lecture en continu, accessible de partout en tout temps sur le web, un appareil mobile ou une tablette.

RUBRIQUE 4 — ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS

4.1 ADMINISTRATEURS

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

Le comité de régie d'entreprise et de mise en candidature a revu le mandat du conseil d'administration de la Société le 3 décembre 2014 et a recommandé au conseil d'approuver des modifications mineures. Les modifications proposées ont été approuvées par le conseil d'administration le 16 janvier 2015. Le texte du mandat du conseil d'administration est joint en tant qu'annexe B à la présente notice annuelle.

Les statuts de la Société prévoient que le conseil d'administration doit être composé d'au moins trois et d'au plus quinze administrateurs et prévoient, de plus, que les membres du conseil d'administration seront divisés en deux catégories d'administrateurs. Les détenteurs d'actions catégorie B, votant séparément comme catégorie, ont le droit d'élire le nombre de membres au conseil d'administration de la Société représentant 25 % de la totalité des membres au conseil d'administration ou, si 25 % de la totalité des membres au conseil d'administration n'est pas un nombre entier, le nombre entier supérieur le plus proche du nombre de membres au conseil d'administration constituant au moins 25 % de tous les membres au conseil d'administration (les « **administrateurs de la catégorie B** »). Les détenteurs d'actions catégorie A, votant séparément comme catégorie, ont le droit d'élire les autres membres au conseil d'administration (les « **administrateurs de la catégorie A** »).

Le conseil d'administration de Québecor est présentement composé de huit administrateurs. Le mandat de chacun d'eux se termine lors de l'élection de son successeur, à moins qu'il ou elle ne démissionne ou que son poste ne devienne vacant pour cause de décès ou de destitution ou pour toute autre raison. Le tableau qui suit donne, au 20 mars 2015, le nom des administrateurs, leur lieu de résidence, leur occupation principale, de même que l'année où ils ou elles ont été nommés ou élus administrateurs pour la première fois ainsi que les comités du conseil auxquels chacun siège.

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

ADMINISTRATEURS DE LA CATÉGORIE A		
Nom et lieu de résidence	Occupation principale⁽¹⁾	Administrateur depuis
Jean La Couture, FCPA, FCA ^{(4), (5), (6)} Montréal, Québec Canada	Président, Huis Clos Ltée (entreprise de facilitation et de médiation)	2003
Sylvie Lalonde ^{(2), (3)} Lachute, Québec Canada	Administratrice de sociétés Présidente du conseil, Groupe TVA inc.	2011
Pierre Laurin ^{(2), (3), (6)} Verdun, Québec Canada	Administrateur de sociétés Vice-président du conseil et administrateur en chef, Québecor inc. et Québecor Média inc.	1991
Geneviève Marcon ⁽²⁾ Lac-Beauport, Québec, Canada	Présidente, GM Développement inc. (développement immobilier et gestion immobilière)	2012
Le très Honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL.D. ^{(5), (6)} Westmount, Québec Canada	Associé principal, Norton Rose Fulbright Canada S.E.N.C.R.L., s.r.l. (cabinet d'avocats) Président du conseil, Québecor inc. et Québecor Média inc.	1999
Robert Paré, LL.D. Westmount, Québec Canada	Associé principal, Fasken Martineau DuMoulin S.E.N.C.R.L., s.r.l. (cabinet d'avocats)	2014

ADMINISTRATEURS DE LA CATÉGORIE B

Nom et lieu de résidence	Occupation principale ⁽¹⁾	Administrateur depuis
A. Michel Lavigne, FCPA, FCA ^{(3), (4)} Laval, Québec Canada	Administrateur de sociétés	2013
Normand Provost ⁽⁴⁾ Brossard, Québec Canada	Conseiller au président de la Caisse de dépôt et placement du Québec (gestionnaire de fonds institutionnels)	2013

- (1) Sauf comme il est indiqué ci-dessous, chacun des administrateurs mentionnés ci-dessus a exercé, au cours des cinq dernières années, son occupation principale actuelle ou occupé d'autres postes de direction au sein de la même société ou de sociétés associées, y compris des sociétés appartenant au même groupe et des sociétés qu'elles ont remplacées, qui sont indiquées en regard de leur nom.
- (2) Membre du comité de régie d'entreprise et de mise en candidature.
- (3) Membre du comité des ressources humaines et de la rémunération.
- (4) Membre du comité d'audit.
- (5) Chacun de MM. Jean La Couture et le très honorable Brian Mulroney était administrateur de Quebecor World Inc., lorsqu'elle s'est placée sous la protection de la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies* (Canada) le 21 janvier 2008.
- (6) Chacun de MM. Jean La Couture, Pierre Laurin et le très honorable Brian Mulroney était administrateur de Québecor inc. entre le 2 avril et le 20 mai 2008, alors que les administrateurs de Québecor, ses hauts dirigeants et certains de ses employés actuels et de ses ex-employés n'avaient pas le droit de faire des opérations sur ses titres aux termes d'une interdiction d'opérations prononcée à leur endroit par l'Autorité des marchés financiers dans le contexte du report du dépôt de ses états financiers annuels de 2007 et du rapport de gestion connexe.

4.2 MEMBRES DE LA HAUTE DIRECTION

Le tableau qui suit présente le nom de chaque haut dirigeant, son lieu de résidence ainsi que son poste au sein de la Société au 20 mars 2015.

Nom et lieu de résidence	Poste au sein de la Société
Le très Honorable Brian Mulroney Westmount, Québec, Canada	Président du conseil*
Pierre Laurin Verdun, Québec, Canada	Vice-président du conseil et administrateur en chef*
Pierre Dion Saint-Bruno, Québec, Canada	Président et chef de la direction
Jean-François Pruneau Repentigny, Québec, Canada	Vice-président principal et chef de la direction financière
Chloé Poirier Verdun, Québec, Canada	Vice-présidente et trésorier
Denis Sabourin Verdun, Québec, Canada	Vice-président et contrôleur corporatif
Marc M. Tremblay Westmount, Québec, Canada	Vice-président principal, chef des affaires juridiques et affaires publiques et secrétaire

* Monsieur Brian Mulroney est président du conseil de Québecor. Ce poste étant à temps partiel, il n'est pas considéré comme un membre de l'équipe de direction. Monsieur Pierre Laurin occupe la fonction de vice-président du conseil et administrateur en-chef de Québecor à temps partiel et n'est pas considéré comme étant un membre de l'équipe de direction.

Tous les dirigeants de Québecor ont exercé la fonction principale indiquée ci-dessus, ou ont exercé d'autres fonctions au sein du groupe Québecor au cours des cinq dernières années.

Au 20 mars 2015, à la connaissance de la Société et selon les informations reçues, ses administrateurs et ses dirigeants, en tant que groupe, détenaient à titre de véritables propriétaires, directement ou indirectement, ou contrôlaient 2 000 de ses actions catégorie A (au sens défini ci-après) (soit 0,005 % des actions catégorie A) et 35 620 de ses actions catégorie B (au sens défini ci-après) (soit 0,042 % des actions catégorie B).

RUBRIQUE 5 — COMITÉ D'AUDIT

5.1 MANDAT DU COMITÉ D'AUDIT

Le comité d'audit de Québecor (le « **comité d'audit** ») aide le conseil d'administration à s'acquitter de sa responsabilité de surveillance des contrôles financiers et de présentation de l'information financière. Le comité d'audit surveille également le respect des engagements financiers de la Société ainsi que des exigences légales et réglementaires régissant les questions de communication de l'information financière et de gestion des risques financiers.

Le mandat du comité d'audit a été revu par le conseil d'administration de la Société le 10 mars 2015. Un exemplaire du mandat du comité d'audit est joint en tant qu'annexe C à la présente notice annuelle.

5.2 COMPOSITION DU COMITÉ D'AUDIT

Le comité d'audit de Québecor est composé de MM. Jean La Couture (président), A. Michel Lavigne et Normand Provost.

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

5.3 FORMATION ET EXPÉRIENCE PERTINENTES

Membre	Formation et expérience pertinentes
Jean La Couture (président)	M. La Couture est Fellow de l'Ordre des comptables professionnels agréés du Québec. Il a dirigé Le Groupe Mallette (cabinet d'experts-comptables) de 1981 à 1989 avant de devenir président et chef de la direction de La Garantie, compagnie d'assurances de l'Amérique du Nord de 1990 à 1994. En 1995, il a créé Huis Clos ltée, spécialisée en gestion et médiation ainsi qu'en négociations civiles et commerciales. Il siège au conseil d'administration et au comité d'audit de plusieurs sociétés ouvertes.
A. Michel Lavigne	M. Lavigne est Fellow de l'Ordre des comptables professionnels agréés du Québec et membre de l'Institut canadien des comptables professionnels agréés depuis 1973. M. Lavigne a été, jusqu'en mai 2005, président et chef de la direction de Raymond Chabot Grant Thornton à Montréal. Il fut également membre du Conseil des Gouverneurs de Grant Thornton International. Il est administrateur et membre du comité d'audit et président du comité des pensions de la Société Canadienne des Postes, ainsi qu'administrateur et président du conseil d'administration de Teraxion inc. Il était, jusqu'à récemment, administrateur et président du comité d'audit de la Caisse de dépôt et placement du Québec.
Normand Provost	Normand Provost est conseiller au président de la Caisse de dépôt et placement du Québec (la « Caisse »), l'un des plus importants gestionnaires de fonds institutionnels au Canada et en Amérique du Nord. En raison de sa connaissance approfondie du milieu des affaires québécois, monsieur Provost a assumé, à compter de septembre 2009, la direction de l'ensemble des initiatives de la Caisse au Québec. Au service de la Caisse depuis 1980, il a occupé, de 1995 à 2003, plusieurs fonctions allant de conseiller et gestionnaire en placement à l'intention de moyennes entreprises, à président de la filiale de placements privés CDP Capital d'Amérique. D'octobre 2003 à mai 2014, il a occupé le poste de premier vice-président, Placements privés de la Caisse. En plus de ses responsabilités dans le secteur de l'investissement, monsieur Provost a occupé le poste de chef des opérations de la Caisse d'avril 2009 à mars 2012. Monsieur Provost est administrateur et membre des comités d'audit de Québecor Média et de Vidéotron. De plus, il siège à la fois au conseil de surveillance et au comité des rémunérations et des ressources humaines du Groupe Kéolis S.A.S. Depuis mars 2015, monsieur Provost siège également au conseil d'administration et au comité d'investissement de Desjardins Sécurité financière.

5.4 UTILISATION DE CERTAINES DISPENSES

Québecor ne s'est prévalué d'aucune dispense prévue au Règlement 52-110 à quelque moment que ce soit au cours du dernier exercice financier.

5.5 POLITIQUE D'APPROBATION PRÉALABLE

Le comité d'audit de la Société a adopté une politique en matière de préautorisation de services d'audit et de services non liés à l'audit. Cette politique énonce les procédures et les modalités suivant lesquelles les services qui sont envisagés d'être fournis par l'auditeur externe pourront être préautorisés.

Dès lors que la liste de services d'audit et de services non liés à l'audit est approuvée par le comité d'audit, le chef de la direction financière de la Société peut engager l'auditeur externe pour lui confier des tâches ou des fonctions particulières selon les modalités approuvées au préalable par le comité d'audit. Le comité d'audit a délégué au président du comité d'audit le pouvoir de pré-approuver les services devant être fournis par l'auditeur externe jusqu'à concurrence de 250 000 \$. Pour tous les services d'une valeur de plus de 250 000 \$ et qui n'ont pas été approuvés au préalable, ils doivent être expressément approuvés par le comité d'audit. Un rapport doit être présenté au comité d'audit relativement à cette politique à tous les trimestres.

Pour l'exercice financier 2014, le montant total de tous les services non liés à l'audit qui n'ont pas été préautorisés était inférieur à 5 % du montant total des honoraires versés à l'auditeur externe.

5.6 HONORAIRES DE L'AUDITEUR EXTERNE

Le tableau qui suit présente les honoraires versés à Ernst & Young s.r.l./S.E.N.C.R.L (« **Ernst & Young** »), l'auditeur externe de la Société, à l'égard des services rendus au cours des exercices 2014 et 2013 :

	2014	2013
Honoraires d'audit ⁽¹⁾	2 926 907 \$	3 589 309 \$
Honoraires reliés à l'audit ⁽²⁾	722 819	585 064
Honoraires reliés à la fiscalité ⁽³⁾	43 994	91 913
Autres honoraires ⁽⁴⁾	4 492	817
Total des honoraires	3 698 212 \$	4 267 103 \$

(1) Les *honoraires d'audit* comprennent les honoraires facturés pour l'audit annuel et les revues trimestrielles des états financiers consolidés annuels et intermédiaires ainsi que les services fournis en relation avec des travaux statutaires et réglementaires traditionnellement effectués par l'auditeur externe. Sont également inclus sous cette rubrique, les honoraires facturés pour d'autres services d'audit que seul l'auditeur externe peut raisonnablement effectuer, notamment la rédaction de lettres de confort et de consentement, la revue de documents déposés auprès des autorités réglementaires et les consultations sur la comptabilisation d'opérations particulières.

(2) Les *honoraires reliés à l'audit* comprennent les honoraires facturés pour la certification et les services connexes qui sont traditionnellement effectués par l'auditeur externe tels que les consultations sur les normes comptables et leur application dans le cadre de transactions prévues, la revue des contrôles préalables liés aux acquisitions et l'audit des régimes de retraite des employés.

(3) Les *honoraires reliés à la fiscalité* comprennent les honoraires facturés pour des services d'acquiescement d'obligations fiscales, notamment la préparation des déclarations fiscales et des demandes de remboursement de trop-perçu ; les consultations fiscales, notamment l'assistance et la représentation en relation avec la revue fiscale, les conseils fiscaux liés à des fusions et des acquisitions, les demandes d'agrément fiscal ou de conseils techniques auprès des autorités fiscales; les services de planification fiscale et les services de consultation et de planification.

(4) Les *autres honoraires* comprennent les honoraires facturés par la juricomptabilité et les services occasionnels de formation. Ces honoraires comprennent également des consultations et de l'assistance à la documentation

relativement aux contrôles et procédures de communication de l'information et des contrôles internes à l'égard de l'information financière pour la Société et ses filiales.

RUBRIQUE 6 — LITIGES

La Société est partie, de temps à autre, à divers réclamations et litiges survenant dans le cours normal de ses affaires. La direction de la Société est d'avis que le règlement de ces procédures n'aura pas une incidence défavorable importante sur les résultats de la Société, sa liquidité ou sur sa situation financière.

RUBRIQUE 7 — FACTEURS DE RISQUE

La Société recommande instamment à ses investisseurs actuels et éventuels d'examiner soigneusement les risques décrits sous les rubriques mentionnées ci-après, les autres informations contenues dans la présente notice annuelle ainsi que toute autre information et tout autre document déposé par elle auprès des autorités de réglementation des valeurs mobilières compétentes avant de prendre une décision d'investissement concernant n'importe lequel de ses titres. Les risques et incertitudes qui sont décrits sous ces rubriques ne sont pas les seuls auxquels la Société est exposée. D'autres risques et incertitudes dont elle n'est pas au courant, ou qu'elle considère sans importance actuellement, peuvent aussi devenir d'importants facteurs qui influenceront sur elle. Si l'un quelconque des risques auxquels il est fait référence au paragraphe ci-dessous venait à se réaliser, son activité, ses flux de trésorerie, sa situation financière ou ses résultats d'exploitation pourraient s'en ressentir gravement. Ces facteurs de risque doivent être considérés en parallèle avec les énoncés prospectifs contenus dans le présent document et avec les mises en garde figurant sous la rubrique 13 – Énoncés prospectifs.

La Société a décrit les principaux facteurs de risque concernant ses activités et ses entreprises dans son rapport de gestion pour l'exercice terminé le 31 décembre 2014, sous la rubrique « Risques et incertitudes », rapport qui a été déposé auprès des autorités canadiennes en valeurs mobilières le 11 mars 2015. Les pages présentées sous cette rubrique sont intégrées par renvoi dans la présente notice annuelle et peuvent être consultées sur SEDAR, sous son profil, à www.sedar.com.

RUBRIQUE 8 — DESCRIPTION DE LA STRUCTURE DU CAPITAL

8.1 STRUCTURE DU CAPITAL

Le capital-actions autorisé de Québecor a été modifié par certificat de modification en date du 4 septembre 1986 par la redésignation des actions ordinaires en actions catégorie A (droits de vote multiples) (« **actions catégorie A** ») comportant dix votes par action et la création d'actions subalternes catégorie B (comportant droit de vote) (« **actions catégorie B** ») comportant un vote par action. Ses actions catégorie B sont des « titres subalternes » (au sens de la réglementation canadienne applicable en matière de valeurs mobilières) car elles ne comportent pas des droits de vote égaux à ceux rattachés aux actions catégorie A. Dans l'ensemble, au 20 mars 2015, tous les droits de vote rattachés aux actions catégorie B représentaient 17,73 % de l'ensemble des droits de vote rattachés à la totalité de ses titres comportant droit de vote émis et en circulation.

Les statuts de Québecor prévoient que si, à quelque moment que ce soit, le « Groupe Péladeau ou un successeur acceptable » (au sens défini dans les statuts de Québecor) n'est pas propriétaire, directement ou indirectement, d'un nombre d'actions catégorie A égal à au moins 40 % de toutes les actions catégorie A en circulation ou n'est pas propriétaire, directement ou indirectement, d'au moins 16 000 000 d'actions catégorie A (ce nombre ayant été ajusté à la hausse pour tenir compte de fractionnements d'actions), alors les actions catégorie A comporteront en tout temps par la suite un vote par action et tous ses administrateurs seront élus par les porteurs des actions catégorie A et des actions catégorie B votant ensemble comme si ces actions ne constituaient qu'une seule catégorie d'actions.

Les statuts de Québecor prévoient en outre que, si une offre publique d'achat visant les actions catégorie A est faite aux porteurs d'actions catégorie A sans être faite en même temps et aux mêmes conditions aux porteurs d'actions catégorie B, chaque action catégorie B deviendra, à

compter de la date à laquelle cette offre est faite, convertible en une action catégorie A, au gré de son porteur, à seule fin de lui permettre d'accepter l'offre. Toutefois, ce droit de conversion sera présumé ne pas entrer en vigueur si le « Groupe Péladeau ou un successeur acceptable » détient alors un nombre de ses actions, de quelque catégorie que ce soit, suffisant pour lui permettre d'exercer plus de 50 % des droits de vote afférents à toutes ses actions comportant alors droit de vote et qu'il n'accepte pas l'offre avant son expiration. De plus, ce droit de conversion sera présumé ne pas entrer en vigueur si l'offre est retirée par son initiateur.

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

En cas de liquidation ou de dissolution de la Société ou de toute autre distribution de ses biens parmi ses actionnaires pour les fins de la liquidation de ses affaires, les statuts de Québecor prévoient que tous les biens de la Société disponibles pour paiement ou distribution aux porteurs d'actions catégorie A et d'actions catégorie B seront payés ou distribués également, action pour action, aux porteurs d'actions catégorie A et aux porteurs d'actions catégorie B.

8.2 CAPITAL-ACTIONS AUTORISÉ

Le capital-actions autorisé de Québecor se compose des catégories d'actions suivantes :

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

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

8.3 CAPITAL-ACTIONS ÉMIS ET EN CIRCULATION

En date du 20 mars 2015, un total de 38 954 472 actions catégorie A et 83 921 992 actions catégorie B étaient émises et en circulation.

8.4 DIVIDENDES

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

Pour les exercices terminés les 31 décembre 2012, 2013 et 2014, Québecor a déclaré et versé des dividendes trimestriels totalisant annuellement 0,10 \$ par action sur ses actions catégorie A et ses actions catégorie B.

8.5 MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES

Les actions catégorie A et les actions catégorie B de Québecor sont inscrites à la TSX sous les symboles respectifs « QBR.A » et « QBR.B ».

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

ACTIONS CATÉGORIE A				
2014	Cours de clôture (\$)	Haut (\$)	Bas (\$)	Volume (nombre)
Janvier	23,69	27,10	23,68	19 896
Février	24,49	25,79	23,00	48 906
Mars	26,91	26,91	24,58	13 480
Avril	26,05	26,97	25,81	8 479
Mai	26,33	27,52	25,32	9 105
Juin	25,94	27,50	25,64	8 935
Juillet	26,12	26,52	25,52	3 251
Août	27,62	27,62	25,81	19 368
Septembre	28,02	28,56	27,48	9 375
Octobre	28,67	28,77	26,70	12 585
Novembre	30,70	30,70	28,78	10 552
Décembre	31,50	32,99	30,95	4 779

ACTIONS CATÉGORIE B				
2014	Cours de clôture (\$)	Haut (\$)	Bas (\$)	Volume (nombre)
Janvier	23,72	27,25	23,50	7 491 450
Février	24,55	25,93	23,29	10 630 934
Mars	27,00	27,00	24,05	7 682 069
Avril	25,85	27,25	25,79	6 926 621
Mai	26,24	26,94	25,25	10 631 805
Juin	25,82	27,71	25,62	8 612 096
Juillet	26,46	26,75	25,56	7 976 302
Août	27,74	27,87	25,74	4 378 699
Septembre	28,14	28,84	27,00	6 374 793
Octobre	28,93	28,99	26,60	7 702 203
Novembre	31,00	31,07	28,56	4 147 670
Décembre	31,94	32,81	30,76	3 575 147

RUBRIQUE 9 — MEMBRES DE LA DIRECTION ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉES DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES

Aux fins de cette rubrique, il faut se reporter à la rubrique « Opérations entre apparentés » du rapport de gestion de Québecor pour l'exercice terminé le 31 décembre 2014, qui est intégrée par renvoi dans la présente notice annuelle.

Ce rapport de gestion pour l'exercice terminé le 31 décembre 2014 est accessible sur le site Internet de Québecor à l'adresse www.quebecor.com et sur SEDAR, sous son profil, à www.sedar.com.

RUBRIQUE 10 — CONTRATS IMPORTANTS

10.1 CONVENTION ENTRE ACTIONNAIRES

Québecor, CDP (auparavant Capital Communications CDPQ inc.) et Québecor Média, entre autres, ont conclu une convention entre actionnaires datée du 23 octobre 2000, consolidée et modifiée par une entente entre actionnaires en date du 11 décembre 2000, qui énonce les droits et obligations de Québecor et de CDP en qualité d'actionnaires de Québecor Média (la « **Convention entre actionnaires** »). À moins de dispositions contraires expresses dans la Convention entre actionnaires, les droits aux termes de celles-ci ne s'appliquent qu'aux actionnaires détenant au moins 10 % des actions participantes de Québecor Média (appelées les « **Actions de QMI** »), après dilution.

La Convention entre actionnaires prévoit notamment ce qui suit :

- i. les droits de préemption habituels relativement à certains transferts des Actions de QMI;
- ii. les droits préférentiels de souscription habituels qui permettent aux actionnaires de conserver leur participation respective en Actions de QMI après dilution, en cas d'émissions de nouvelles Actions de QMI ou de titres convertibles de Québecor Média;
- iii. des droits de représentation au conseil d'administration de Québecor Média et de ses principales filiales en proportion de leur actionnariat;
- iv. des droits de consentement dans certaines circonstances à l'égard de questions concernant Québecor Média et ses filiales qui ne sont pas des émetteurs assujettis (sociétés ouvertes), y compris a) une modification importante apportée à la nature de l'entreprise de Québecor Média et de ses filiales prises dans leur ensemble, b) une modification apportée aux statuts de Québecor Média ou de certaines de ses filiales, c) la fusion de Québecor Média ou de certaines de ses filiales avec une autre personne qu'une société appartenant au même groupe qu'elle, d) l'émission par Québecor Média ou certaines de ses filiales d'actions ou de titres pouvant être convertis en actions, sauf en cas de premier appel public à l'épargne au moyen d'Actions de QMI, e) toute transaction d'une valeur de plus de 75 000 000 \$, sauf la vente de produits et services dans le cours normal des activités et f) une acquisition d'entreprise dans un secteur d'activités non lié à ceux dans lesquels Québecor Média et certaines de ses filiales œuvrent;
- v. les droits de préemption habituels en faveur de CDP relativement à la vente de la totalité ou de la quasi-totalité des actions ou éléments d'actifs de Groupe TVA ou de Vidéotron; et
- vi. l'engagement de non-concurrence par Québecor selon lequel la Société et ses filiales s'abstiendront de faire concurrence à Québecor Média et à ses filiales dans leurs secteurs d'activité tant et aussi longtemps qu'elle possédera le contrôle de droit ou de fait de Québecor Média, sous réserve de certaines exceptions restreintes.

La Convention entre actionnaires prévoit que lorsque Québecor Média deviendra un émetteur assujetti et comptera un flottant de 20 % des actions de QMI, certaines dispositions de la Convention entre actionnaires cesseront de s'appliquer, notamment les droits de consentement décrits aux alinéas iv) d) et f) de la description des droits et des obligations aux termes de la Convention entre actionnaires énoncés ci-dessus.

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

Dans le cadre de la Transaction CDP, les actionnaires ont convenu de modifier la Convention entre actionnaires et de conclure une convention de modification (la « **Convention de modification** ») entre Québecor, certaines de ses filiales en propriété exclusive et CDP, prévoyant notamment ce qui suit :

- (a) l'ajout de droits d'inscription sur demande et de droits d'inscription d'entraînement en faveur de CDP, avec prise d'effet à compter du 1^{er} janvier 2019;
- (b) l'ajout de droits de sortie, avec prise d'effet à compter du 1^{er} janvier 2019, y compris le droit de CDP de demander que Québecor Média réalise un premier appel public à l'épargne et le droit de CDP de vendre sa participation restante dans Québecor Média à un tiers financier, sans concéder de droit de préemption ou de première offre à Québecor ou à Québecor Média; et
- (c) l'ajout de droits de consentement relatifs à la déclaration ou au versement de dividendes cumulatifs par Québecor Média au cours de tout exercice financier dépassant le plus élevé de
 - i) 25 % du bénéfice net consolidé de Québecor Média pour l'exercice précédent et
 - ii) 225 000 000 \$.

Le 19 juin 2014, les actionnaires, agissant par voie de résolution écrite, ont fixé la taille du conseil d'administration de Québecor Média à huit administrateurs, et convenu que Québecor aurait le droit de nommer six administrateurs et CDP aurait le droit d'en nommer deux.

La Convention entre actionnaires et la Convention de modification de Québecor Média peuvent être consultées sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

10.2 AUTRES CONTRATS IMPORTANTS

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

Québecor a obtenu des autorités canadiennes en valeurs mobilières une dispense de dépôt dans son profil sur SEDAR, des contrats importants de Groupe TVA qui seraient sinon des contrats importants pour elle. Les contrats importants du Groupe TVA peuvent être consultés sous le profil de cette société à www.sedar.com.

10.2.1 Contrats importants de Québecor

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

Convention de vente d'actions entre Caisse de dépôt et placement du Québec, CDP, Québecor Média et Québecor en date du 2 octobre 2012

Le 2 octobre 2012, Caisse de dépôt et placement du Québec, CDP, Québecor Média et Québecor ont signé une convention de vente d'actions (la « **Convention de vente d'actions** ») aux termes de laquelle Québecor a acheté 10 175 653 actions ordinaires de Québecor Média détenues par CDP. Pour refléter son obligation de payer le prix d'achat de ces actions, la Société a émis à CDP des débentures subordonnées d'un montant en capital global de 500 000 000 \$, portant intérêt à 4,125 % et échéant en 2018, qui sont convertibles en actions subalternes catégorie B et Québecor Média a racheté 20 351 307 de ses actions ordinaires détenues par CDP pour un prix d'achat global de 1,0 milliard \$, payable en espèces.

Cette Convention de vente d'actions peut être consultée sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Acte de fiducie pour l'émission de débentures entre Québecor et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire, en date du 11 octobre 2012

Le 11 octobre 2012, Québecor a émis des débentures convertibles (les « **Débentures convertibles** ») d'un montant en capital global de 500 000 000 \$, portant intérêt à 4,125 % par année et qui viendront à échéance en octobre 2018, en vertu d'un acte de fiducie (l'« **Acte de fiducie** ») intervenu le 11 octobre 2012 entre Québecor et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire. Les principales modalités de ces débentures sont les suivantes :

- Les intérêts sont payables chaque semestre en espèces, en actions catégorie B de Québecor ou au moyen du produit de la vente d'actions catégorie B de Québecor ;
- À l'échéance, les Débentures convertibles seront payables en espèces par Québecor selon le capital impayé, plus l'intérêt couru et impayé, sous réserve d'un rachat, d'une conversion, d'un achat ou d'un remboursement antérieur ;
- Le jour précédant l'échéance, Québecor peut racheter les Débentures convertibles en circulation en émettant le nombre d'actions catégorie B de Québecor correspondant au résultat de la division du capital impayé par le cours alors en vigueur d'une action catégorie B de Québecor, sous réserve d'un prix plancher de 19,25 \$ par action (soit un nombre maximal de 25 974 026 actions catégorie B de Québecor correspondant à un ratio de 500 000 000 \$ sur le prix plancher) et d'un prix plafond de 24,0625 \$ par action (soit un nombre minimal de 20 779 221 actions catégorie B de Québecor correspondant à un ratio de 500 000 000 \$ sur le prix plafond) ;
- À tout moment avant le jour précédant l'échéance, Québecor peut racheter ou convertir, en totalité ou en partie, les Débentures convertibles en circulation, sous réserve des modalités de l'Acte de fiducie ;
- Les Débentures convertibles seront convertibles, en tout temps avant la date d'échéance, en actions catégorie B de Québecor par le porteur conformément aux modalités de l'Acte de fiducie ; et
- Dans tous les cas, Québecor a l'option de payer un montant en espèces équivalent à la valeur marchande des actions qui auraient autrement été émises, soit le produit i) du nombre des actions catégorie B de Québecor et ii) du cours alors en vigueur d'une action catégorie B de Québecor.

Cet Acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Convention de droits d'inscription datée du 11 octobre 2012 entre Québecor, la Caisse de dépôt et placement du Québec et CDP

Le 11 octobre 2012, Québecor, la Caisse de dépôt et placement du Québec et CDP ont conclu une convention de droits d'inscription (la « **Convention de droits d'inscription Québecor** ») aux termes de laquelle Québecor a conféré à la Caisse de dépôt et placement du Québec, directement ou par l'entremise d'une filiale, des droits d'inscription sur demande et des droits d'inscription de suite à l'égard des Débentures convertibles et des actions de catégorie B de Québecor sous-jacentes.

Cette Convention de droits d'inscription Québecor peut être consultée sous le profil de Québecor sur SEDAR, à www.sedar.com.

10.2.2 Contrats importants de Québecor Média

Québecor Média est partie aux contrats importants suivants conclus hors du cours normal des affaires et qui demeurent en vigueur :

Acte de fiducie relatif aux billets de premier rang 6 5/8 % de Québecor Média échéant le 15 janvier 2023 d'un capital de 500 000 000 \$, daté du 11 octobre 2012, intervenu entre Québecor Média et la Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire

Le 11 octobre 2012, Québecor Média a émis des billets de premier rang 6 5/8 % échéant le 15 janvier 2023 d'un capital global de 500 000 000 \$ aux termes d'un acte de fiducie daté du 11 octobre 2012 et intervenu entre Québecor Média et la Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire. Ces billets de premier rang ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 janvier 2023. Les intérêts sur ceux-ci sont payables comptant semestriellement à terme échu le 15 juin et le 15 décembre de chaque année. Ces billets de premier rang ne sont pas garantis par ses filiales. Ils sont remboursables par anticipation, à son gré, dans certaines circonstances et selon le prix « compensatoires » de remboursement par anticipation indiqué dans l'acte de fiducie. Celui-ci renferme des clauses restrictives d'usage à l'égard de Québecor Média et de certaines de ses filiales, ainsi que des dispositions d'usage relatives aux cas de défaut. Si un cas de défaut survient et persiste, à l'exclusion de sa faillite ou de son insolvabilité, le fiduciaire ou les porteurs de billets de premier rang alors en circulation représentant au moins 25 % du capital à l'échéance peuvent déclarer que tous les billets de premier rang sont immédiatement exigibles. Les billets de premier rang émis aux termes de cet acte de fiducie n'ont pas été et ne seront pas inscrits en vertu du *Securities Act* ou des lois de tout autre territoire.

Cet acte de fiducie peut être consulté sous le profil de Québecor sur SEDAR, à www.sedar.com.

Acte de fiducie relatif aux billets de premier rang 5 3/4 % de Québecor Média échéant le 15 janvier 2023 d'un capital de 850 000 000 \$ US, daté du 11 octobre 2012, intervenu entre Québecor Média et U.S. Bank National Association, à titre de fiduciaire

Le 11 octobre 2012, Québecor Média a émis des billets de premier rang 5 3/4 % échéant le 15 janvier 2023 d'un capital global de 850 000 000 \$ US aux termes d'un acte de fiducie daté du 11 octobre 2012 et intervenu entre Québecor Média et U.S. Bank National Association, à titre de fiduciaire. Ces billets de premier rang ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 janvier 2023. Les intérêts sur ceux-ci sont payables comptant semestriellement à terme échu le 15 juin et le 15 décembre de chaque année. Ces billets de premier rang ne sont pas garantis par ses filiales. Ils sont remboursables par anticipation, à son gré, dans certaines circonstances et selon le prix « compensatoire » de remboursement par anticipation indiqué dans l'acte de fiducie. Celui-ci renferme des clauses restrictives d'usage à l'égard de Québecor Média et de certaines de ses filiales, ainsi que des dispositions d'usage relatives aux cas de défaut. Si un cas de défaut survient et persiste, à l'exclusion de sa faillite ou de son insolvabilité, le fiduciaire ou les porteurs de billets de premier rang alors en circulation représentant au moins 25 % du capital à l'échéance peuvent déclarer que tous les billets de premier rang sont immédiatement exigibles.

Cet acte de fiducie peut être consulté sous le profil de Québecor sur SEDAR, à www.sedar.com.

Convention de droits d'inscription datée du 11 octobre 2012 entre Québecor Média, la Caisse de dépôt et placement du Québec et CDP

Le 11 octobre 2012, Québecor Média, la Caisse de dépôt et placement du Québec et CDP ont conclu une convention de droits d'inscription (la « **Convention de droits d'inscription Québecor Média** ») aux termes de laquelle Québecor Média a conféré à la Caisse de dépôt et placement du Québec, directement ou par l'entremise d'une filiale, des droits d'inscription sur demande et des droits d'inscription de suite à l'égard des actions ordinaires de Québecor Média à la suite de la réalisation d'un premier appel public à l'épargne.

Cette Convention de droits d'inscription Québecor Média peut être consultée sous le profil de Québecor sur SEDAR, à www.sedar.com.

Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang, 7 ⅜ %, d'un capital de 325 000 000 \$ échéant le 15 janvier 2021, intervenu en date du 5 janvier 2011 entre Québecor Média et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire.

Le 5 janvier 2011, Québecor Média a émis des billets de premier rang, 7 ⅜ %, d'un montant en capital global de 325 000 000 \$ échéant le 15 janvier 2021 en vertu d'un acte de fiducie intervenu en date du 5 janvier 2011 entre Québecor Média et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire. Ces billets de premier rang ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 janvier 2021. Les intérêts s'y rapportant sont payables comptant, semestriellement à terme échu les 15 juin et 15 décembre de chaque année. Ces billets de premier rang ne sont pas garantis par les filiales de Québecor Média. Ils sont remboursables, au gré de Québecor Média, dans certaines circonstances et aux prix de rachat stipulés dans cet acte de fiducie. Cet acte de fiducie comporte les clauses restrictives habituelles touchant Québecor Média et certaines de ses filiales et les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit, sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Québecor Média, le fiduciaire ou les porteurs de billets de premier rang représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets de premier rang alors en circulation déclarent tous les billets de premier rang exigibles immédiatement. Les billets de premier rang émis aux termes de cet acte de fiducie n'ont pas été et ne seront pas inscrits en vertu du *Securities Act* ou des lois de tout autre territoire.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang, 7 ¾ %, d'un capital de 700 000 000 \$ US échéant le 15 mars 2016, intervenu en date du 5 octobre 2007 entre Québecor Média, à titre d'émetteur, et la U.S. Bank National Association, à titre de fiduciaire.

Le 5 octobre 2007, Québecor Média a émis des billets de premier rang, 7 ¾ %, d'un montant en capital global de 700 000 000 \$ US échéant le 15 mars 2016 en vertu d'un acte de fiducie intervenu en date du 5 octobre 2007 entre Québecor Média et la U.S. Bank National Association, à titre de fiduciaire. Ces billets de premier rang ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 mars 2016. Les intérêts s'y rapportant sont payables comptant, semestriellement à terme échu les 15 juin et 15 décembre de chaque année. Ces billets de premier rang ne sont pas garantis par les filiales de Québecor Média. Ils sont remboursables, au gré de Québecor Média, dans certaines circonstances et aux prix de rachat stipulés dans cet acte de fiducie. Cet acte de fiducie comporte les clauses restrictives habituelles touchant Québecor Média et certaines de ses filiales et les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit, sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Québecor Média, le fiduciaire ou les porteurs de billets de premier rang représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets de premier rang alors en circulation peuvent déclarer tous les billets de premier rang exigibles immédiatement. Ces billets de premier rang n'ont pas été émis au titre d'un même acte que les billets de premier rang à 7 ¾ % de Québecor Média échéant en 2016, émis par Québecor Média en 2006, dont il est question ci-après, et ils ne font pas partie d'une série unique et ne sont pas fongibles avec ceux-ci. Le 2 novembre 2012, Québecor Média a procédé au remboursement par anticipation et au retrait d'un montant en capital global de 320 000 000 \$ US de ses billets de premier rang à 7 ¾ % échéant en 2016 en circulation. Le 25 avril 2014, Québecor Média a procédé au remboursement par anticipation et au retrait du montant total restant du capital de ses billets de premier rang à 7 ¾ % émis le 5 octobre 2007 en circulation.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang, 7 ¾ %, d'un capital de 525 000 000 \$ US échéant le 15 mars 2016, intervenu en date du 17 janvier 2006 entre Québecor Média, à titre d'émetteur, et U.S. Bank National Association, à titre de fiduciaire.

Le 17 janvier 2006, Québecor Média a émis des billets de premier rang, 7 ¾ %, d'un montant en capital global de 525 000 000 \$ US échéant le 15 mars 2016 en vertu d'un acte de fiducie intervenu en date du 17 janvier 2006 entre Québecor Média et U.S. Bank National Association, à titre de fiduciaire. Ces billets de premier rang n'étaient pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 mars 2016. Les intérêts s'y rapportant étaient payables comptant, semestriellement à terme échu les 15 juin et 15 décembre de

chaque année. Ces billets de premier rang n'étaient pas garantis par les filiales de Québecor Média. Ils sont remboursables, au gré de Québecor Média, dans certaines circonstances et aux prix de rachat stipulés dans cet acte de fiducie. Cet acte de fiducie comportait les clauses restrictives habituelles touchant Québecor Média et certaines de ses filiales et les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit, sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Québecor Média, le fiduciaire ou les porteurs de billets de premier rang représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets de premier rang alors en circulation peuvent déclarer tous les billets de premier rang exigibles immédiatement. Ces billets de premier rang n'étaient pas été émis au titre du même acte que les billets de premier rang à 7 ¾ % de Québecor Média échéant en 2016 en circulation, émis par Québecor Média en 2007, dont il est question dans le paragraphe précédent. Le 30 août 2013, Québecor Média a procédé au remboursement par anticipation et au retrait du montant total restant du capital de ses billets de premier rang à 7 ¾ % émis le 17 janvier 2006 en circulation.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Convention de crédit amendée et refondue intervenue en date du 14 juin 2013, telle qu'amendée, entre Québecor Média, à titre d'emprunteur, les institutions financières qui y sont parties de temps à autre, à titre de prêteurs, et Bank of America, N.A., à titre d'agent administratif, tel qu'amendée.

Les facilités de crédit de premier rang de Québecor Média assorties de sûretés comprennent une facilité de crédit renouvelable (la « **facilité renouvelable** ») de 300 000 000 \$ qui vient à échéance le 15 janvier 2017 et une facilité de crédit à terme (« **facilité B** ») de 350 000 000 \$US qui vient à échéance le 17 août 2020. Les facilités de crédit de premier rang de Québecor Média assorties de sûretés permettent également d'emprunter jusqu'à un montant additionnel de 800 000 000 \$ (moins le montant équivalent en dollars canadiens de la Facilité B en date du 1^{er} août 2013) aux termes d'une facilité supplémentaire non engagée (ou une augmentation de la facilité renouvelable), sous réserve de l'absence de défaut et de la volonté des prêteurs de financer le montant supplémentaire. Québecor Média peut tirer des lettres de crédit aux termes de la facilité renouvelable. Le produit tiré des facilités de crédit de premier rang peut être affecté aux fins corporatives générales de l'entreprise.

Les emprunts aux termes de la facilité renouvelable portent intérêt selon le taux préférentiel canadien, le taux préférentiel américain, le taux des acceptations bancaires ou le taux LIBOR en dollars américains, plus, dans chaque cas, la marge applicable. En ce qui concerne les avances au taux préférentiel canadien et les avances au taux préférentiel américain aux termes de la facilité renouvelable, la marge applicable est déterminée selon notre ratio d'endettement (tel qu'il est défini dans les facilités de crédit de premier rang assorties de sûretés) et s'échelonne de 1,125 %, lorsque ce ratio est inférieur ou égal à 2,75x, à 2,00 %, lorsque ce ratio est supérieur à 4,5x. En ce qui concerne les acceptations bancaires et les lettres de crédit aux termes de la facilité renouvelable, la marge applicable s'échelonne de 2,125 %, lorsque le ratio d'endettement de Québecor Média est inférieur ou égal à 2,75x, à 3,00 %, lorsque ce ratio est supérieur à 4,5x. En ce qui concerne les avances au taux LIBOR en dollars américains aux termes de la facilité de crédit renouvelable, la marge applicable s'échelonne de 2,125 %, lorsque le ratio d'endettement est inférieur ou égal à 2,75x, à 3,00 %, lorsque ce ratio est supérieur à 4,5x. Des frais d'engagement ou des frais de tirage particuliers peuvent également s'appliquer. Les emprunts aux termes de la facilité B portent intérêt au taux préférentiel américain ou au taux LIBOR en dollars américains, plus, dans chaque cas, une marge applicable. En ce qui concerne les avances portant intérêt selon le taux préférentiel américain aux termes de la facilité B, la marge applicable est de 1,5 % et en ce qui concerne les avances portant le taux LIBOR en dollars américains aux termes de la facilité B, la marge applicable est de 2,5 %. Les emprunts aux termes de la facilité renouvelable sont remboursables intégralement le 15 janvier 2017 et ceux aux termes de la facilité B sont remboursables intégralement le 17 août 2020.

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

Les facilités de crédit de premier rang assorties d'une sûreté de Québecor Média comportent les engagements usuels qui restreignent et limitent la capacité de Québecor Média de faire, entre autres, les choses suivantes : procéder à une opération de fusion, accorder des charges, vendre des actifs, verser des dividendes ou faire d'autres distributions, encourir des dettes et procéder à des opérations avec des parties liées. En outre, les facilités de crédit de premier rang assorties d'une sûreté renferment les engagements financiers habituels au seul bénéficiaire des prêteurs aux termes de la facilité renouvelable et les cas de défaut habituels, y compris le non-paiement du capital ou des intérêts, le manquement à un engagement financier, l'omission de respecter tout autre engagement, certains cas de faillite concernant Québecor Média et ses filiales importantes (incluant Vidéotron), et la survenance d'un changement de contrôle.

La convention de crédit, la première et la deuxième convention d'amendement peuvent être consultées sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

10.2.3 Contrats importants de Vidéotron

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

Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang à 9 1/8 % de Vidéotron d'un capital de 715 000 000 \$US échéant le 15 avril 2018, intervenu le 15 avril 2008 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Wells Fargo Bank, National Association, à titre de fiduciaire, tel que modifié par un supplément.

Le 15 avril 2008, Vidéotron a émis des billets de premier rang à 9 1/8 % d'un montant en capital global de 455 000 000 \$US échéant le 15 avril 2018, aux termes d'un acte de fiducie intervenu le 15 avril 2008 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Wells Fargo Bank, National Association, à titre de fiduciaire. Le 5 mars 2009, Vidéotron a émis une tranche supplémentaire de billets de premier rang à 9 1/8 % d'un montant en capital global de 260 000 000 \$US échéant en 2018. Ces billets de premier rang, qui font partie d'une série unique de billets de premier rang, ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 avril 2018. Les intérêts sur ces billets de premier rang doivent être payés comptant, semestriellement à terme échu le 15 juin et le 15 décembre de chaque année. Ces billets de premier rang bénéficient d'une garantie de premier rang non assortie d'une sûreté de la plupart des filiales de Vidéotron, mais non de la totalité de celles-ci. Ces billets de premier rang peuvent être rachetés au gré de Vidéotron dans certaines circonstances et aux prix de rachat stipulés dans l'acte de fiducie. L'acte de fiducie renferme les clauses restrictives habituelles concernant Vidéotron et certaines de ses filiales et les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit, sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Vidéotron, le fiduciaire ou les porteurs des billets de premier rang représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets de premier rang en circulation à ce moment peuvent déclarer tous les billets de premier rang exigibles immédiatement. Le 2 juillet 2013, Vidéotron a procédé au remboursement par anticipation et au retrait du montant total de 380 000 000 \$US de ses billets de premier rang à 9 1/8 % échéant en 2018 en circulation. Le 24 avril 2014, Vidéotron a procédé au remboursement par anticipation et au retrait du montant total de 260 000 000 \$US de ses billets de premier rang à 9 1/8 % échéant en 2018 en circulation.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang à 7 1/8 % de Vidéotron d'un capital de 300 000 000 \$ échéant le 15 janvier 2020, intervenu le 13 janvier 2010 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire, tel que modifié par un supplément.

Le 13 janvier 2010, Vidéotron a émis des billets de premier rang à 7 1/8 % d'un montant en capital global de 300 000 000 \$ échéant le 15 janvier 2020, aux termes d'un acte de fiducie intervenu le 13 janvier 2010 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire. Ces billets de premier rang ne sont pas assortis d'une

sûreté et viennent à échéance le 15 janvier 2020. Les intérêts sur ces billets de premier rang doivent être payés comptant, semestriellement à terme échu le 15 juin et le 15 décembre de chaque année. Ces billets de premier rang bénéficient d'une garantie de premier rang non assortie d'une sûreté de la plupart des filiales de Vidéotron, mais non de la totalité de celles-ci. Les billets de premier rang sont remboursables au gré de Vidéotron dans certaines circonstances et aux prix de remboursement par anticipation indiqués dans l'acte de fiducie. L'acte de fiducie renferme les clauses restrictives habituelles concernant Vidéotron et certaines de ses filiales et les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit (sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Vidéotron), le fiduciaire ou les porteurs de billets de premier rang représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets de premier rang alors en circulation peuvent déclarer tous les billets de premier rang exigibles immédiatement. Les billets de premier rang émis aux termes de cet acte de fiducie n'ont pas été et ne seront pas inscrits en vertu du *Securities Act* ou des lois de tout autre territoire.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang 6 $\frac{7}{8}$ % de Vidéotron d'un capital de 300 000 000 \$ échéant le 15 juillet 2021, intervenu le 5 juillet 2011 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire.

Le 15 juillet 2011, Vidéotron a émis des billets de premier rang à 6 $\frac{7}{8}$ %, d'un montant en capital global de 300 000 000 \$ échéant le 15 juillet 2021, aux termes d'un acte de fiducie intervenu le 5 juillet 2011 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire. Ces billets de premier rang ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 juillet 2021. Les intérêts sur ces billets de premier rang doivent être payés comptant, semestriellement à terme échu le 15 juin et le 15 décembre de chaque année. Ces billets de premier rang bénéficient d'une garantie de premier rang non assortie d'une sûreté de la plupart des filiales de Vidéotron, mais non de la totalité de celles-ci. Les billets de premier rang sont remboursables au gré de Vidéotron dans certaines circonstances et aux prix de remboursement par anticipation indiqués dans l'acte de fiducie. L'acte de fiducie renferme les clauses restrictives habituelles concernant Vidéotron et certaines de ses filiales et les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit (sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Vidéotron), le fiduciaire ou les porteurs de billets de premier rang représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets de premier rang alors en circulation peuvent déclarer tous les billets de premier rang exigibles immédiatement. Les billets de premier rang émis aux termes de cet acte de fiducie n'ont pas été et ne seront pas inscrits en vertu du *Securities Act* ou des lois de tout autre territoire.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang 5 % de Vidéotron d'un capital de 800 000 000 \$US échéant le 15 juillet 2022, intervenu le 14 mars 2012 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Wells Fargo Bank, National Association, à titre de fiduciaire.

Le 14 mars 2012, Vidéotron a émis des billets de premier rang à 5 %, d'un montant en capital global de 800 000 000 \$US échéant le 15 juillet 2022, aux termes d'un acte de fiducie intervenu le 14 mars 2012 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Wells Fargo Bank, National Association, à titre de fiduciaire. Ces billets de premier rang ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 juillet 2022. Les intérêts sur ces billets de premier rang doivent être payés comptant, semestriellement à terme échu le 15 janvier et le 15 juillet de chaque année. Ces billets de premier rang bénéficient d'une garantie de premier rang non assortie d'une sûreté de la plupart des filiales de Vidéotron, mais non de la totalité de celles-ci. Les billets de premier rang sont remboursables au gré de Vidéotron dans certaines circonstances et à un prix correspondant à la valeur actualisée des paiements prévus jusqu'à la date de maturité, tel qu'indiqué dans l'acte de fiducie. L'acte de fiducie renferme les clauses restrictives habituelles concernant Vidéotron et certaines de ses filiales et les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit (sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Vidéotron), le fiduciaire ou les porteurs de billets de premier rang représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets de premier rang alors en circulation peuvent déclarer tous les billets de premier rang exigibles immédiatement.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang à 5 ½ % de Vidéotron d'un capital de 400 000 000 \$ échéant le 15 juin 2025, intervenu le 17 juin 2013 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire.

Le 17 juin 2013, Vidéotron a émis des billets de premier rang à 5 ½ %, d'un montant en capital global de 400 000 000 \$ échéant le 15 juin 2025, aux termes d'un acte de fiducie intervenu le 17 juin 2013 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Société de fiducie Computershare du Canada, à titre de fiduciaire. Ces billets de premier rang ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 juin 2025. Les intérêts sur ces billets de premier rang doivent être payés comptant, semestriellement à terme échu le 15 avril et le 15 octobre de chaque année. Ces billets de premier rang bénéficient d'une garantie de premier rang non assortie d'une sûreté de la plupart des filiales de Vidéotron, mais non de la totalité de celles-ci. Les billets de premier rang sont remboursables au gré de Vidéotron dans certaines circonstances au prix indiqué dans l'acte de fiducie. L'acte de fiducie renferme les clauses restrictives habituelles concernant Vidéotron et certaines de ses filiales, ainsi que les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit (sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Vidéotron), le fiduciaire ou les porteurs de billets de premier rang représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets de premier rang alors en circulation peuvent déclarer tous les billets de premier rang exigibles. Les billets de premier rang émis en vertu de cet acte de fiducie n'ont pas été et ne seront pas inscrits en vertu de la *Securities Act* ou des lois de tout autre territoire.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Acte de fiducie ayant trait aux billets de premier rang à 5 ½ % de Vidéotron d'un capital de 600 000 000 \$US échéant le 15 juin 2024, daté du 9 avril 2014 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Wells Fargo Bank, à titre de fiduciaire.

Le 9 avril 2014, Vidéotron a émis des billets de premier rang à 5 ½ %, d'un montant en capital global de 600 000 000 \$US échéant le 15 juin 2024, aux termes d'un acte de fiducie intervenu le 9 avril 2014 entre Vidéotron, les parties agissant en qualité de cautions à cet acte et Wells Fargo Bank, à titre de fiduciaire. Ces billets de premier rang ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 juin 2024. Les intérêts sur ces billets de premier rang doivent être payés comptant, semestriellement à terme échu le 15 juin et le 15 décembre de chaque année. Ces billets de premier rang bénéficient d'une garantie de

premier rang non assortie d'une sûreté de la plupart des filiales de Vidéotron, mais non de la totalité de celles-ci. Les billets de premier rang sont remboursables au gré de Vidéotron dans certaines circonstances au prix indiqué dans l'acte de fiducie. L'acte de fiducie renferme les clauses restrictives habituelles concernant Vidéotron et certaines de ses filiales, ainsi que les cas de défaut habituels. Si un cas de défaut survient et se poursuit (sauf s'il s'agit de la faillite ou de l'insolvabilité de Vidéotron), le fiduciaire ou les porteurs de billets de premier rang représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets de premier rang alors en circulation peuvent déclarer tous les billets de premier rang exigibles. Les billets de premier rang émis en vertu de cet acte de fiducie n'ont pas été et ne seront pas inscrits en vertu de la *Securities Act* ou des lois de tout autre territoire.

Cet acte de fiducie peut être consulté sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

Convention de crédit initialement datée du 28 novembre 2000 et modifiée et refondue le 20 juillet 2011, entre Vidéotron, en qualité d'emprunteur, les parties agissant en qualité de cautions, les institutions financières signataires, en qualité de prêteurs, et la Banque Royale du Canada, en qualité de mandataire administratif, telle que modifiée le 14 juin 2013.

Les facilités de crédit garanties de premier rang d'un montant de 650 000 000 \$ de Vidéotron prévoient une facilité de crédit garantie renouvelable de 575 000 000 \$ venant à échéance le 19 juillet 2018 et une facilité garantie de financement à l'exportation de 75 000 000 \$, comportant un prêt à terme venant à échéance le 15 juin 2018. Le produit tiré de la facilité de crédit renouvelable peut être affecté aux fins générales de l'entreprise, notamment l'émission de lettres de crédit et le versement de dividendes à Québecor Média sous réserve de certaines conditions. Le produit tiré du prêt à terme a été affecté au paiement ou au remboursement de l'équipement d'exportation et des services locaux dans le cadre des contrats conclus entre Vidéotron et un membre du même groupe que Nokia Corporation visant du matériel d'infrastructure mobile ainsi qu'au financement de la commission de garantie de Finnvera (Finnvera plc, société de financement spécialisée appartenant au gouvernement de la Finlande, a accordé une garantie de crédit acheteur à l'exportation en faveur des prêteurs au titre de la facilité de financement à l'exportation pour couvrir les risques politiques et commerciaux).

Les avances aux termes de la facilité de crédit renouvelable de Vidéotron portent intérêt selon le taux préférentiel canadien, le taux préférentiel américain (uniquement aux termes de l'engagement de crédit de soudure) ou selon le taux des acceptations bancaires, plus, dans chaque cas, la marge applicable déterminée selon le ratio d'endettement (tel qu'il est défini dans la convention de crédit de Vidéotron) du groupe pertinent (tel qu'il est défini dans ladite convention de crédit). La marge applicable aux avances au taux préférentiel canadien et aux avances au taux préférentiel américain s'échelonne de 0,325 %, lorsque ce ratio est inférieur à 1,5x, à 1,625 %, lorsque ce ratio est supérieur ou égal à 4,5x. La marge applicable aux avances aux termes des acceptations bancaires ou des frais de lettres de crédit s'échelonnent de 1,325 %, lorsque ce ratio est inférieur à 1,5x, à 2,625 %, lorsque ce ratio est supérieur ou égal à 4,5x. Vidéotron a aussi convenu de payer un montant spécifique de frais d'engagement. Les avances aux termes de la facilité garantie de financement à l'exportation porte intérêt au taux des acceptations bancaires plus un marge à un taux de 0,875 %.

La facilité de crédit renouvelable devra être remboursée intégralement le 19 juillet 2018. Les tirages effectués sur la facilité de financement à l'exportation sont remboursés par voie de 17 paiements biannuels égaux et consécutifs qui ont débuté le 15 juin 2010.

Les emprunts au titre des facilités de crédit garanties de premier rang et des instruments dérivés admissibles sont garantis par une hypothèque ou une sûreté de premier rang (sous réserve de certaines charges autorisées) visant la totalité des actifs actuels et futurs de Vidéotron et de ceux des cautions aux facilités de crédit garanties (qui inclut la plupart, mais non la totalité de ses filiales), les garanties par lesdites cautions, la mise en gage d'actions de Vidéotron et desdites cautions, et d'autres titres.

Les facilités de crédit garanties de premier rang de Vidéotron renferment les clauses habituelles qui restreignent et limitent la capacité de Vidéotron et des membres du Groupe VL (tel que défini à la convention de crédit comme Vidéotron et ses filiales en propriété exclusive) à, entre autres, conclure des

opérations de fusion ou de regroupement, de liquidation ou de dissolution, constituer des charges, vendre des actifs, verser des dividendes ou effectuer d'autres distributions, émettre des actions de son capital, contracter des dettes ou conclure des opérations entre parties apparentées. De plus, les facilités de crédit garanties de premier rang de Vidéotron renferment les engagements financiers et les cas de défaut habituels, notamment le défaut de paiement du capital ou des intérêts, le manquement à un engagement financier, l'inexécution d'un engagement ou le non-respect de celui-ci, certains cas de faillite se rapportant à Vidéotron ou un des membre du Groupe VL (autre qu'une filiale non matérielle telle que définie dans la convention de crédit), et la survenance d'un changement de contrôle.

Cette convention de crédit peut être consultée sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

10.2.4 Contrats importants de Sun Media

Convention d'achat intervenue entre Sun Media, le vendeur, et Postmedia Network Canada Corporation, l'acheteur, en date du 6 octobre 2014.

Cette convention d'achat a trait à la vente par Sun Media à Postmedia Network Canada Corporation de 175 journaux et publications de langue anglaise pour une contrepartie en espèces de 316,0 millions de dollars.

La convention d'achat peut être consultée sur SEDAR, sous le profil de Québecor, à www.sedar.com.

RUBRIQUE 11 — INTÉRÊTS DES EXPERTS

Ernst & Young est le cabinet d'experts-comptables qui a préparé le rapport d'audit sur les états financiers consolidés annuels de Québecor pour l'exercice terminé le 31 décembre 2014. Ce cabinet a confirmé qu'il est indépendant au sens du Code de déontologie de l'Ordre des comptables professionnels agréés du Québec. Ce code est équivalent ou semblable aux codes de déontologie applicables dans les autres provinces du Canada.

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

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

RUBRIQUE 13 — ÉNONCÉS PROSPECTIFS

La présente notice annuelle contient des « énoncés prospectifs » concernant la situation financière, les résultats d'exploitation, l'entreprise et certains des plans et des objectifs de la Société. Ces énoncés prospectifs sont fondés sur les attentes, estimations, prévisions et projections actuelles à propos du secteur dans lequel la Société exerce des activités ainsi que sur les croyances et présomptions de son équipe de direction. Ces énoncés incluent en particulier les énoncés à propos de ses plans, de ses perspectives, de sa situation financière et de sa stratégie d'affaires. Tous les énoncés autres que les énoncés de faits historiques compris dans la présente notice annuelle, y compris les déclarations concernant les perspectives du secteur d'activité de la Société et ses clients éventuels, ses projets, sa situation financière et sa stratégie d'affaires, peuvent constituer des énoncés prospectifs au sens de la législation et de la réglementation canadiennes en valeurs mobilières. Les énoncés prospectifs sont reconnaissables à l'utilisation du conditionnel ou du futur, d'expressions comme « pouvoir », « prévoir », « continuer », « avoir l'intention de », « estimer », « anticiper », « planifier », « croire » ou « tenter », ou de la tournure négative de ces expressions ou de leurs variantes ou toute terminologie similaire. Bien que la Société croie que les attentes reflétées dans ces énoncés prospectifs soient raisonnables, ces énoncés, par leur nature, comportent des risques et des incertitudes et ne constituent pas une garantie quant au rendement futur. Ces énoncés sont également assujettis à certaines présomptions dont : la stratégie d'affaires prévue de la Société, les tendances prévues dans son secteur, les restructurations prévues de

ses secteurs ou de ses entreprises, toute provision pour restructuration ou charge de dépréciation s'y rapportant et sa capacité à continuer de contrôler les coûts. La Société ne peut donner aucune garantie que ces estimations et attentes s'avèreront exactes. Les résultats réels peuvent différer, et diffèrent souvent, de ce qui est exprimé, sous-entendu ou projeté dans les énoncés prospectifs et ces différences peuvent être importantes. Certains facteurs importants qui pourraient faire en sorte que les résultats réels diffèrent sensiblement de ceux exprimés dans les énoncés prospectifs incluent ceux qui suivent, sans s'y limiter :

- la capacité de Québecor Média de continuer à développer avec succès son réseau et l'offre de service mobile qui en découle ;
- le climat économique général, les conditions des marchés financiers et économiques, de même que les fluctuations commerciales subies par les annonceurs de Québecor Média sur le marché publicitaire local, régional et national des journaux et de la télévision ;
- l'intensité de l'activité concurrentielle dans les industries où Québecor est active ;
- la fragmentation de l'univers des médias ;
- des nouvelles technologies qui pourraient changer le comportement des consommateurs à l'égard de l'offre de la gamme de produits de Québecor Média ;
- des investissements en capital imprévus qui seraient nécessaires pour le développement de son réseau ou pour répondre au développement continu de solutions technologiques alternatives ou l'inaptitude à obtenir des capitaux dans le but de poursuivre la stratégie de développement des secteurs d'activité de Québecor ;
- la capacité de Québecor de mettre en œuvre avec succès ses stratégies d'affaires et de développement ou de gérer sa croissance et son expansion ;
- la capacité de Québecor Média de restructurer avec succès les activités de ses journaux afin d'en optimiser l'efficacité dans un contexte de bouleversement de l'industrie des journaux ;
- les interruptions de service sur le réseau de Québecor Média par lequel sont offerts les services de télédistribution numérique, d'accès Internet et de téléphonie, et la capacité de Québecor Média de protéger son réseau contre le piratage ;
- les conflits de travail ou les grèves ;
- les changements dans la capacité de Québecor Média d'obtenir des services et des équipements essentiels à la conduite de ses activités ;
- des changements aux lois et aux règlements, ou dans leurs interprétations, qui pourraient entraîner, entre autres, la perte (ou la réduction de la valeur) des licences ou des marchés de Québecor Média ou l'augmentation de la concurrence, des coûts de fonctionnement, ou des dépenses d'investissement ;
- le niveau substantiel de l'endettement de Québecor, le resserrement du marché du crédit ou des restrictions sur les activités commerciales de Québecor imposées par les conditions des emprunts ; et
- les fluctuations des taux d'intérêt pouvant avoir des effets sur les exigences de remboursement des intérêts sur la dette à long terme de Québecor. .

Les énoncés prospectifs sont décrits dans ce document afin de permettre aux investisseurs et au public de mieux comprendre l'environnement dans lequel la Société évolue et sont fondés sur des hypothèses qu'elle croit être raisonnables au moment où elle a émis ces énoncés prospectifs. Les investisseurs et autres personnes devraient noter que la liste des facteurs mentionnés ci-dessus qui sont susceptibles d'influer sur les résultats futurs n'est pas exhaustive et devraient éviter de se fier indûment à tout énoncé prospectif. Pour de plus amples renseignements sur les risques, incertitudes et hypothèses susceptibles d'entraîner un écart entre les résultats réels de la Société et les attentes actuelles, veuillez vous reporter à

la rubrique « Risques et incertitudes » du rapport de gestion déposé auprès des autorités en valeurs mobilières canadiennes le 11 mars 2015, laquelle rubrique est incorporée par renvoi à la présente notice annuelle.

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

RUBRIQUE 14 — RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

Des renseignements complémentaires sur la Société sont disponibles sur SEDAR à www.sedar.com.

D'autres informations, y compris la rémunération des administrateurs et des dirigeants, les principaux porteurs de titres de la Société de même que les titres autorisés à des fins d'émission dans le cadre de plans de rémunération sous forme de titres de participation, le cas échéant, sont contenues dans la circulaire de sollicitation de procurations de la direction de Québecor préparée relativement à son assemblée annuelle des actionnaires tenue le 19 juin 2014. La mise à jour de ces renseignements apparaîtra à la circulaire préparée en vue de l'assemblée annuelle de 2015 et qui sera déposée conformément à la réglementation à cet égard. D'autres renseignements financiers sont inclus aux états financiers consolidés comparatifs et au rapport de gestion pour l'exercice terminé le 31 décembre 2014.

Les documents susmentionnés ainsi que les communiqués de presse de la Société sont également accessibles sur le site Internet de la Société à www.quebecor.com.

ANNEXE A

INFORMATION SUR LES SECTEUR TÉLÉDIFFUSION CONTENUE DANS LA NOTICE ANNUELLE DE GROUPE TVA INC. POUR L'EXERCICE FINANCIER TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2014, DATÉE DU 6 MARS 2015

REMARQUE INTRODUCTIVE

Dans la présente Annexe A, à moins d'incompatibilité avec le contexte, les mots « **Société** » et « **TVA** » désignent Groupe TVA inc. et ses filiales et divisions. Sauf indication contraire, l'information contenue aux présentes est donnée en date du 31 décembre 2014. Tous les montants en dollars apparaissant dans la présente notice annuelle sont en dollars canadiens, sauf si une autre devise est indiquée. De plus, le tableau qui suit présente une liste de termes définis utilisés dans la présente notice annuelle pour désigner diverses sociétés du groupe ou affiliées à TVA.

Entité	Terme défini
Les Publications Charron & Cie inc.	« Publications Charron »
Montréal Studios et Équipements s.e.n.c.	« Montréal Studios »
Québecor inc.	« Québecor »
Québecor Média inc.	« Québecor Média »
TVA Publications inc.	« TVA Publications »

RUBRIQUE 1 LA SOCIÉTÉ

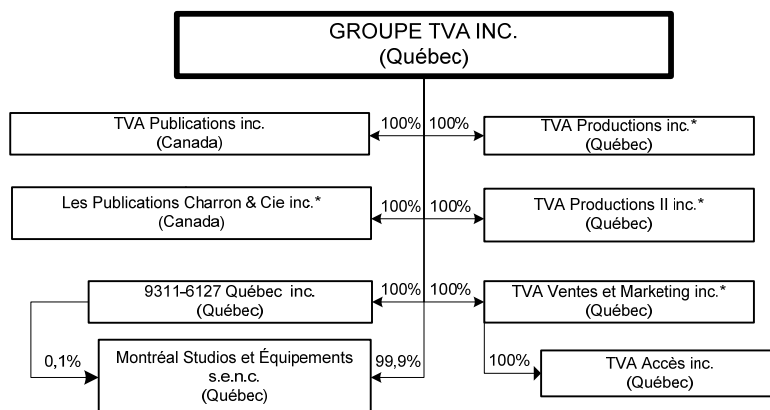
La Société a été constituée en vertu des lois du Québec par lettres patentes le 29 mars 1960 sous le nom de Télé-Métropole Corporation. Le 5 juillet 1973, la dénomination sociale de Télé-Métropole Corporation a été changée à Télé-Métropole inc. Le 17 février 1998, la dénomination sociale de Télé-Métropole inc. a été changée à Groupe TVA inc. La Société est régie par la *Loi sur les sociétés par actions* (Québec).

Son siège social est situé au 1600, boulevard de Maisonneuve Est, Montréal (Québec), H2L 4P2. L'adresse de son site Internet est <http://groupletva.ca>. Le numéro de téléphone est le (514) 526-9251 et le numéro de télécopieur est le (514) 598-6085. Les renseignements qui sont affichés sur son site Internet ne font pas partie intégrante de la présente notice annuelle ni ne sont réputés y être intégrés par renvoi.

1.1. FILIALES

L'organigramme ci-dessous présente les principales filiales de la Société au 31 décembre 2014, de même que leur lieu de constitution, ainsi que le pourcentage des droits de vote détenus, directement ou indirectement, par la Société. Certaines filiales, dont l'actif total ne représentait pas plus de 10 % de l'actif consolidé de la Société au 31 décembre 2014 et dont le chiffre d'affaires et les produits d'exploitation ne représentaient pas plus de 10 % de son chiffre d'affaires consolidé et de ses produits d'exploitation consolidés à cette date, ont été omises. L'ensemble des filiales omises représentait moins de 20 % de l'actif consolidé et moins de 20 % du chiffre d'affaires consolidé et des produits d'exploitation consolidés de la Société au 31 décembre 2014.

Les filiales identifiées d'un astérisque (*) représentent chacune 10 % ou moins du total des actifs consolidés et 10 % ou moins du chiffre d'affaires consolidé et des produits d'exploitation consolidés de la Société au 31 décembre 2014. Elles ont été incluses afin de donner une meilleure compréhension de la structure générale de la Société.



RUBRIQUE 2 ACTIVITÉS

Au cours du troisième trimestre 2014, la direction a modifié le nom de ses deux secteurs d'activités afin de mieux refléter sa réalité opérationnelle. Ainsi, le secteur de la télévision est devenu le secteur télédiffusion et production et celui de l'édition, le secteur magazines. De plus, au début de l'exercice 2014, la direction avait apporté des modifications à la structure de gestion de la Société. Suite à ces changements, les activités d'édition sur mesure, de productions commerciales imprimées et de services prémédias, anciennement exercées par la division TVA Studio du secteur magazines, avaient été intégrées aux activités de TVA Accès inc. du secteur télédiffusion et production.

Télédiffusion et production

Le secteur télédiffusion et production de la Société réunit toutes les activités de création, production et diffusion d'émissions de divertissement, d'information et d'affaires publiques, de location de studios et d'équipements et de services de postproduction multimédia, de distribution de produits audiovisuels et de films et de production commerciale. La Société exploite le plus important réseau privé de télévision généraliste de langue française en Amérique du Nord, en plus d'exploiter neuf services spécialisés. Elle possède également une participation minoritaire dans la chaîne spécialisée Évasion et possédait jusqu'au 13 février 2015 une participation minoritaire dans le service spécialisé de langue anglaise SUN News Network (« **SUN News** »).

Le secteur télédiffusion et production inclut les activités de Réseau TVA (incluant les filiales et divisions TVA Productions inc., TVA Ventes et Marketing inc., TVA Nouvelles et TVA Interactif), des services spécialisés, de la commercialisation de produits numériques associés aux différentes marques télévisuelles, les activités de production commerciale et de doublage de TVA Accès inc., les activités de distribution de produits audiovisuels de sa division TVA Films, ainsi que les services de location de studios et d'équipement et les services de postproduction de Montréal Studios depuis le 30 décembre 2014.

Magazines

Le secteur magazines, par l'entremise de TVA Publications et de Publications Charron, exploite plus d'une vingtaine de marques se déclinant dans plus de 50 magazines et 12 sites Internet. Ces marques se spécialisent dans les créneaux de la vie artistique, de la télévision, de la mode et de la beauté, de la jeunesse, de la décoration, de la cuisine et de la rénovation ainsi que dans le créneau des services. Outre ses magazines, TVA exploite plusieurs déclinaisons numériques associées à ses différentes marques. L'ensemble des magazines de TVA détient 54 % des parts de marché des lecteurs québécois francophones cumulés par mois, selon les données compilées par le *Print Measurement Bureau* (« **PMB** ») de l'automne 2014.

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

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

	Exercice terminé le 31 décembre 2014	Exercice terminé le 31 décembre 2013
Télédiffusion et production	380 178 \$	386 009 \$
Magazines	62 614 \$	61 964 \$
Éléments intersectoriels	(3 452) \$	(3 157) \$
TOTAL	439 340 \$	444 816 \$

2.1. TÉLÉDIFFUSION ET PRODUCTION

TVA détient et exploite six des dix stations qui forment le Réseau TVA, à savoir : CFTM-TV (Montréal) qui agit à titre de tête de réseau et cinq stations de télévision régionales : CFCM-TV (Québec), CHLT-TV (Sherbrooke), CHEM-TV (Trois-Rivières), CFER-TV (Rimouski-Matane-Sept-Îles) et CJPM-TV (Saguenay / Lac St-Jean) (les « **stations régionales** »). À ces stations régionales s'ajoutent quatre stations affiliées : CHOT-TV (Gatineau) et CFEM-TV (Rouyn) détenues par RNC Media inc., ainsi que CIMT-TV (Rivière-du-Loup) et CHAU-TV (Carleton) détenues par Télé Inter-Rives ltée, une station de télévision privée, (les « **stations affiliées** »). TVA détient une participation de 45 % dans Télé Inter-Rives ltée. Le signal du Réseau TVA rejoint la quasi-totalité de l'auditoire francophone du Québec, les communautés francophones de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick ainsi qu'une partie substantielle de la population francophone du reste du Canada. TVA détient également les services spécialisés LCN, addik^{TV}, Argent, prise 2, CASA, YOOA, TVA Sports, TVA Sports 2, TVA Sports 3 et MOI&cie en plus de posséder une participation dans le service spécialisé Évasion.

2.1.1. TÉLÉDIFFUSION

CFTM-TV (MONTRÉAL)

CFTM-TV (Montréal), dont les activités ont débuté en février 1961, opère à partir de ses studios de télévision situés au 1600, boulevard de Maisonneuve Est, à Montréal. CFTM-TV (Montréal) émet son signal à partir d'une antenne située au sommet du Mont-Royal.

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

STATIONS RÉGIONALES

La programmation de ses cinq stations régionales provient principalement de CFTM-TV (Montréal) et est complétée par une programmation produite par chacune des stations régionales reflétant leur réalité culturelle, économique, politique et sociale. Quant à CFQM-TV (Québec), elle produit au moins 18 heures de programmation par semaine de radiodiffusion dont cinq heures trente minutes de nouvelles locales, incluant deux bulletins de nouvelles durant la fin de semaine et trois heures trente minutes d'autres émissions qui reflètent spécifiquement la réalité culturelle, économique, politique et sociale de la région de Québec et qui peuvent être diffusées sur le Réseau TVA. Chacune des autres stations régionales produit et diffuse au moins cinq heures de programmation locale par semaine de radiodiffusion. Plusieurs des reportages issus des bulletins de nouvelles locales sont diffusés par les stations du Réseau TVA et font partie intégrante du contenu informatif de la chaîne d'information LCN.

STATIONS AFFILIÉES

Des ententes d'affiliation entre la Société et Télé Inter-Rives ltée (propriétaire des stations CHAU-TV (Carleton) et CIMT-TV (Rivière-du-Loup)) ainsi qu'entre la Société et RNC Media inc. (propriétaire des stations CHOT-TV (Gatineau) et CFEM-TV (Rouyn)), sont en vigueur jusqu'au 31 août 2019.

2.1.2. SERVICES SPÉCIALISÉS

ADDIK^{TV}

La Société détient une licence à l'échelle nationale pour exploiter addik^{TV}, un service spécialisé numérique de langue française dont le lancement a eu lieu le 21 octobre 2004. Depuis août 2010, sa programmation a été modifiée pour devenir une chaîne dédiée aux amateurs de films et séries américains et canadiens de l'heure. L'adresse du site Internet de ce service est le www.addik.tv.

ARGENT

La Société détient une licence à l'échelle nationale pour un service spécialisé numérique de langue française consacré aux nouvelles à teneur économique, d'affaires et de finances personnelles, Argent, dont le lancement officiel s'est fait le 21 février 2005. L'adresse du site Internet de ce service est le www.argent.canoe.ca.

CASA

La Société détient une licence à l'échelle nationale pour exploiter CASA, un service spécialisé numérique de langue française consacré à l'immobilier, à la rénovation, à la décoration ainsi qu'à la cuisine. Ce service a été lancé le 19 février 2008. L'adresse du site Internet de ce service est le www.casatv.ca.

ÉVASION

La Société et Canal Évasion inc. détiennent une licence à l'échelle nationale pour exploiter Évasion, un service spécialisé numérique de langue française consacré au voyage, au tourisme et à l'aventure. Ce service a été lancé le 31 janvier 2000. La Société détient une participation de 8,3 % dans Évasion. L'adresse du site Internet de ce service est le www.evasion.tv.

LE CANAL NOUVELLES (LCN)

Lancée en septembre 1997, la chaîne LCN détient une licence à l'échelle nationale pour un service spécialisé de langue française. LCN diffuse des émissions de nouvelles nationales d'intérêt général et d'information. Cette chaîne doit offrir des bulletins de nouvelles actualisés au moins toutes les 120 minutes. *Denis Lévesque, Québec Matin et Mario Dumont* sont quelques exemples d'émissions qui y sont présentées. L'adresse du site Internet de ce service est le tvanouvelles.ca.

MOI&CIE

La Société détient une licence à l'échelle nationale pour un service spécialisé numérique de langue française consacré au style, à la beauté et au mieux-être de la femme québécoise, MOI&cie. Ce service a été lancé le 2 mai 2011 sous le nom de Mlle et a été repositionné le 1^{er} février 2013 sous la nouvelle appellation, MOI&cie. L'adresse du site Internet de ce service est le www.moietcie.ca. TVA publie aussi un magazine du même nom.

PRISE 2

La Société détient une licence à l'échelle nationale pour un service spécialisé numérique de langue française consacré aux grands classiques de la télévision et du cinéma, prise 2. Ce service a été lancé le 9 février 2006. L'adresse du site Internet de ce service est le www.prise2.canoe.ca.

SUN NEWS

Corporation Sun Media et la Société détenaient jusqu'à tout récemment, par l'intermédiaire de Société en nom collectif SUN News, une licence à l'échelle nationale pour un service spécialisé numérique de langue anglaise, d'information et d'opinions, SUN News. Ce service a été lancé le 18 avril 2011 et le 13 février 2015, Corporation Sun Media, laquelle détient 51 % des parts de cette société alors que la Société en détient 49 %, a annoncé la fermeture de la chaîne SUN News et ce, avec effet immédiat.

TVA SPORTS, TVA SPORTS 2 et TVA SPORTS 3

La Société détient une licence à l'échelle nationale pour un service spécialisé numérique de langue française consacré à tous les aspects du sport en se concentrant sur les sports professionnels d'intérêt général, TVA Sports. Ce service a été lancé le 12 septembre 2011. L'adresse du site Internet de ce service est le tvasports.ca.

Depuis le 12 septembre 2014, TVA Sports offre également sous un signal multiplex le service TVA Sports 2, lequel est opéré sous la même licence que celle de TVA Sports. Ce service spécialisé national de langue française se consacre entièrement aux sports et son site Internet est le même que celui de TVA Sports.

De plus, le 26 février 2015, le service TVA Sports 3 a été lancé. Ce service spécialisé se consacre exclusivement à la présentation de tous les matchs des séries éliminatoires de la Coupe Stanley[®].

YOOPA

La Société détient une licence à l'échelle nationale pour un service spécialisé numérique de langue française dédié exclusivement à la petite enfance, YOOPA. Ce service a été lancé le 1^{er} avril 2010. L'adresse du site Internet de ce service est le www.yoopa.ca. TVA publie aussi un magazine du même nom destiné aux parents.

2.1.3. AUTRES SERVICES SPÉCIALISÉS

Le 13 octobre 2010, la Société s'est également vue octroyer une nouvelle licence par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (« **CRTC** ») pour exploiter un service spécialisé de catégorie B de langue française. Ce service, lequel n'a pas encore été lancé, offrira une programmation axée sur l'actualité artistique (star système québécois), l'industrie du divertissement et l'humour.

2.1.4. TVA PRODUCTIONS INC. ET TVA PRODUCTIONS II INC.

TVA Productions inc. et TVA Productions II inc. ont produit près de 1 546 heures d'émissions originales au cours de l'exercice financier terminé le 31 décembre 2014, dont, notamment, des émissions de variétés, des magazines, des galas, des jeux télévisés et des télé-réalités. Ces productions sont diffusées par le Réseau TVA, par les services spécialisés de la Société, sur ses sites Internet, ainsi que par voie de vidéo sur demande, sur l'Internet et sur la mobilité.

2.1.5. TVA FILMS

Au cours de l'exercice financier terminé le 31 décembre 2014, TVA Films a poursuivi ses activités de distribution au niveau des segments du divertissement maison (DVD/Blu-ray), de la télévision et d'autres plateformes numériques. Tel qu'annoncé en 2012, la Société a cessé la distribution en salles de nouveaux projets cinématographiques québécois, mais maintient ses activités de distribution d'œuvres audiovisuelles sur l'ensemble des autres plateformes numériques, incluant l'exploitation de son catalogue de titres et de formats au niveau local, national et international.

2.1.6. SERVICES DE LOCATION DE STUDIOS ET D'ÉQUIPEMENT

Les actifs acquis aux termes de l'acquisition des actifs de Vision Globale A.R. Ltée (« **Vision Globale** ») sont utilisés aux fins de l'exploitation d'une entreprise fournissant des services de première qualité pour les secteurs du cinéma et de la télévision, y compris des services complets de location de studios et d'équipements, et des services de postproduction, d'effets visuels et d'animation 3D, et de gestion d'actifs pour la distribution sur les réseaux de cinéma, de télévision, d'Internet et de téléphonie mobile, permettant d'offrir un guichet unique dans le secteur du cinéma et de la télévision.

2.1.7. SOURCES DE REVENUS

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

La vente de temps d'antenne du Réseau TVA, soit celui de sa station CFTM-TV (Montréal), des stations régionales et affiliées et des services spécialisés est effectuée, d'une part, par des représentants de la division de ventes publicitaires de Montréal et Toronto opérée par Québecor Média Ventes pour les annonceurs nationaux et, d'autre part, par des représentants de ventes locales de TVA auprès des annonceurs locaux.

Les revenus des services spécialisés proviennent à 68 % des redevances d'abonnement versées par les entreprises de distribution de radiodiffusion et à 32 % de revenus publicitaires.

TVA Films acquiert et exploite des droits pour la distribution de films, de productions audiovisuelles et des formats d'émissions télévisuelles au Canada et à l'étranger. Les revenus proviennent de quatre sources principales: l'exploitation d'œuvres audiovisuelles en location et la vente de DVD et de Blu-ray, la vente de films, séries TV et captations audiovisuelles de spectacles dans les différentes plateformes numériques et la vente des produits de son catalogue dans les différentes fenêtres audiovisuelles (vidéo sur demande, télévision payante et à la carte, télévision généraliste et spécialisée et nouveaux médias).

Les secteurs d'activités de la Société subissent les effets du caractère saisonnier de certaines de leurs activités dus, entre autres, aux variations saisonnières des revenus publicitaires et aux habitudes de visionnement, de lecture et d'écoute du public. Ces revenus publicitaires suivent habituellement des cycles saisonniers qui sont en relation avec la nature cyclique et économique de l'industrie et des marchés dans lesquels les annonceurs font affaire. Les deuxième et quatrième trimestres de la Société sont les trimestres les plus favorables à ces revenus publicitaires, principalement en télévision. Puisque la Société dépend des ventes de publicité pour une portion importante de ses revenus, ses résultats d'exploitation sont aussi sensibles aux conditions économiques qui prévalent, y compris les changements dans les conditions économiques locales, régionales et nationales.

2.1.8. LICENCES ET RÉGLEMENTATION

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

Propriété et contrôle des entreprises de radiodiffusion canadiennes

Le gouverneur en conseil, selon les termes d'un décret en conseil intitulé *Instructions au CRTC* (inadmissibilité de non-Canadiens), a interdit au CRTC d'attribuer, de modifier ou de renouveler la licence de radiodiffusion d'un demandeur qui est un non-Canadien. Le terme « Canadien », qui est défini dans les Instructions, désigne, entre autres, un citoyen ou un résident permanent du Canada, un gouvernement au Canada, une personne morale sans capital-actions dont la majorité des administrateurs sont nommés ou désignés en vertu d'une loi ou d'un règlement ou par un organisme gouvernemental compétent, une société mutuelle d'assurance qualifiée, une société de caisse de retraite qualifiée, une coopérative qualifiée dont au moins 80 % des membres sont des Canadiens ou encore une personne morale qualifiée. Une personne morale qualifiée est une personne morale constituée ou prorogée au Canada dont le chef de la direction (ou, s'il n'y a aucun chef de la direction, la personne qui exerce des fonctions semblables à celles qu'exerce un chef de la direction) et au moins 80 % des administrateurs sont des Canadiens et, s'il s'agit d'une personne morale avec capital-actions, dont au moins 80 % des actions avec droit de vote émises et en circulation et au moins 80 % des votes sont détenus en propriété véritable, directement ou indirectement, par des Canadiens, ou sont directement ou indirectement sous le contrôle de Canadiens.

En plus de remplir les conditions qui précèdent, des Canadiens doivent détenir en propriété véritable, directement ou indirectement, au moins 66,6 % des actions avec droit de vote émises et en circulation, et exercer un contrôle sur un tel pourcentage d'actions, de même que sur au moins 66,6 % des droits de vote de la société-mère qui contrôle la filiale. De plus, ni la société-mère, ni ses administrateurs ne doivent exercer un contrôle ou une influence sur les décisions de programmation de la filiale si des Canadiens ne détiennent pas en propriété véritable au moins 80 % des actions émises et en circulation de la société mère et des droits de vote rattachés à ces actions, ou exercent un contrôle sur au moins 80 % de ces actions et de ces droits de vote, si le chef de la direction de la société mère est un non-Canadien ou si au moins de 80 % des administrateurs de la société-mère sont des Canadiens. Il n'existe aucune restriction particulière quant au nombre d'actions sans droit de vote pouvant être détenues par des non-Canadiens. Enfin, un demandeur qui cherche à acquérir, à modifier ou à renouveler une licence de radiodiffusion ne doit pas être contrôlé *de facto* par des non-Canadiens, une question de fait qui peut être tranchée par le CRTC, à sa discrétion. Le terme « contrôle » est défini de façon générale dans les

Instructions et désigne une situation qui crée un contrôle de fait, soit direct, par la propriété de valeurs mobilières, soit indirect, notamment par l'intermédiaire d'une fiducie, d'un accord, d'une entente ou de la propriété d'une personne morale ou de toute autre façon. TVA et Corporation Sun Media sont des personnes morales canadiennes qualifiées.

Les règlements adoptés en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* (Canada) exigent l'approbation préalable du CRTC à l'égard de toute opération qui, directement ou indirectement, (i) entraîne un changement dans le contrôle effectif d'une personne morale titulaire d'une licence d'exploitation d'entreprise de distribution de radiodiffusion ou d'entreprise de programmation de télévision (par exemple, une entreprise de station de télévision généraliste, de réseau de télévision ou de télévision payante ou spécialisée); (ii) fait en sorte qu'une personne, ou une personne conjointement avec les personnes avec qui elle a un lien, acquièrent le contrôle sur 30 % ou plus des actions avec droit de vote d'un titulaire de licence ou d'une personne qui a, directement ou indirectement, le contrôle effectif d'un titulaire de licence; ou (iii) fait en sorte qu'une personne, ou une personne conjointement avec les personnes avec qui elle a un lien, acquièrent 50 % ou plus des actions ordinaires émises du titulaire de licence ou d'une personne qui a, directement ou indirectement, le contrôle effectif d'un titulaire de licence. En outre, si une mesure, un accord, une entente ou une opération fait en sorte qu'une personne, ou une personne conjointement avec les personnes avec qui elle a un lien, acquièrent le contrôle d'au moins 20 %, mais de moins de 30 %, des actions avec droit de vote d'un titulaire de licence, ou d'une personne qui a, directement ou indirectement, la propriété véritable du titulaire de licence, le CRTC doit être avisé de cette opération. De même, si une mesure, un accord, une entente ou une opération fait en sorte qu'une personne, ou une personne conjointement avec les personnes avec qui elle a un lien, acquièrent le contrôle de 40 % ou plus, mais de moins de 50 %, des actions avec droit de vote d'un titulaire de licence, ou d'une personne qui a, directement ou indirectement, la propriété véritable du titulaire de licence, le CRTC doit en être avisé.

Compétence en matière d'entreprises canadiennes de radiodiffusion

Les activités de radiodiffusion de TVA sont régies par la *Loi sur la radiodiffusion* (Canada) et ses règlements d'application qui autorisent le CRTC, sous réserve des instructions du gouverneur en conseil, à régir et à superviser tous les aspects du réseau canadien de radiodiffusion pour veiller à l'application de la politique énoncée dans la *Loi sur la radiodiffusion* (Canada). Certaines des activités de TVA sont également assujetties à la *Loi sur la radiocommunication* (Canada), qui autorise Industrie Canada à établir et à administrer les normes techniques auxquelles doivent se soumettre les réseaux et toute transmission, notamment le maintien de la qualité technique des signaux.

Le CRTC dispose, entre autres, de l'autorité nécessaire en vertu de la *Loi sur la radiodiffusion* (Canada) et ses règlements d'application pour attribuer, sous réserve du respect de certaines conditions, modifier, renouveler, suspendre et révoquer les licences de radiodiffusion, approuver certaines modifications à apporter à la propriété et au contrôle des personnes morales et déterminer et surveiller la conformité aux règlements et aux politiques en matière de radiodiffusion, notamment à diverses normes de programmation et de distribution, sous réserve de certaines instructions du Cabinet fédéral.

Procédures de la Commission du droit d'auteur

Certains droits d'auteur faisant l'objet d'exploitation à la radio, à la télévision, sur Internet et sur les services audio payants sont administrés collectivement par des sociétés de gestion de droit d'auteur selon des tarifs homologués par la Commission du droit d'auteur du Canada (la « **Commission du droit d'auteur** »). Les tarifs homologués par la Commission du droit d'auteur demeurent applicables sur une base provisoire jusqu'à ce que la Commission du droit d'auteur homologue le prochain tarif. Les nouveaux tarifs ainsi homologués sont souvent applicables rétroactivement à la date d'expiration des tarifs antérieurs qu'ils remplacent pouvant, de ce fait, entraîner le paiement ou le remboursement rétroactif de redevances selon que le taux des redevances ainsi homologué est supérieur ou inférieur au taux des redevances provisoires ainsi versées.

Redevances relatives à la communication au public via la télévision commerciale et les services spécialisés

Les Tarifs 2.A et 17 (anciennement 17.A) de la Société canadienne des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (la « **SOCAN** ») exigent le versement d'une redevance à la SOCAN par les stations de télévision commerciales (Tarifs 2.A) et par les services spécialisés (Tarifs 17) en contrepartie du droit de communiquer au public par télécommunication au Canada les œuvres musicales faisant partie du répertoire de la SOCAN et contenues dans les œuvres audiovisuelles diffusées par ces stations ou services. Le Tarif 2.A requiert le paiement par les stations de télévision commerciales, à titre de redevances, d'un pourcentage de leurs revenus bruts, sous réserve des exceptions et modalités particulières d'application de ce tarif. Le Tarif 17 requiert de son côté le paiement par les services spécialisés, à titre de redevances, d'un pourcentage de leurs revenus bruts ainsi que des paiements d'affiliation qu'ils reçoivent des entreprises de distribution transmettant leurs signaux le tout, selon les définitions de la réglementation applicable, sous réserve des exceptions et modalités particulières d'application des tarifs et d'un partage des redevances découlant du Tarif 17 avec les entreprises de distribution transmettant le signal de ces services spécialisés.

Le 31 janvier 1998, la Commission du droit d'auteur réduisait le taux applicable sous le Tarif 2.A de 2,1 % à 1,8 % et homologuait une « licence générale modifiée », rétroactivement à compter de l'année 1997, permettant aux stations de télévision de « se retirer » de la licence générale traditionnelle à l'égard de certaines « émissions affranchies ».

Le 17 février 2001, la Commission du droit d'auteur réduisait aussi le taux applicable sous le Tarif 17 de 2,1 % à 1,8 %, rétroactivement à compter de l'année 1997, et homologuait de plus une « licence générale modifiée » permettant aux services spécialisés de « se retirer » de la licence générale traditionnelle à l'égard de certaines « émissions affranchies ».

Le taux des redevances payables à la SOCAN sous le Tarif 2.A est demeuré à 1,8 % de 1997 à 2000, pour être haussé à 1,9 % par la Commission du droit d'auteur à compter de l'année 2002, niveau auquel il s'est maintenu jusqu'en 2008. Le taux des redevances payables à la SOCAN sous le Tarif 17 est aussi demeuré à 1,8 % de 1997 à 2000 pour être légèrement réduit à 1,78 %, pour la seule année 2001, puis être ramené à 1,9 % à compter de l'année 2002 (soit le même taux que celui du Tarif 2.A), niveau auquel il s'est lui aussi maintenu jusqu'en 2008.

La SOCAN a déposé des projets de Tarifs 2.A et 17 auprès de la Commission du droit d'auteur sur une base annuelle depuis le 20 mars 2008 jusqu'au 21 juin 2014 pour chacune des années 2009 à 2015. Les projets de Tarifs 2.A et 17 ainsi déposés par la SOCAN pour les années 2009 à 2012 proposent le versement de redevances à un taux de 1,9 % (soit le même que celui applicable entre 2002 et 2008 sous ces deux tarifs) et proposent une hausse à 2,1 % du taux de ces redevances pour les années 2013 à 2015.

Les projets de Tarifs 2.A et 17 déposés par la SOCAN pour les années 2009 à 2015 n'ont pas encore été homologués par la Commission du droit d'auteur. Une audience initialement fixée au 25 mars 2014 par la Commission du droit d'auteur pour la tenue de l'audience visant l'homologation de ces deux tarifs pour les années 2009 à 2013 a été annulée le 17 janvier 2014, sans qu'une nouvelle date n'ait été à ce jour fixée pour la tenue de cette audition. La Commission du droit d'auteur a toutefois été informée d'une entente intervenue entre la SOCAN, les stations de télévision commerciales et les services spécialisés visant le maintien du taux des redevances sous ces deux tarifs, pour la période 2009-2013, au même niveau que celui applicable pour la période 2002-2008, soit 1,9 %. La Commission du droit d'auteur n'étant pas liée par les ententes que la SOCAN peut conclure avec les utilisateurs visés par ses projets de tarifs, elle devra donc rendre une ordonnance visant leur homologation, laquelle pourra ou non entériner l'entente intervenue pour la période 2009-2013.

Jusqu'à l'homologation des projets de Tarifs 2.A et 17 pour la période de 2009 à 2015, les redevances payables (et versées) à la SOCAN par les stations de télévision commerciales et les services spécialisés demeurent celles applicables en vertu des Tarifs 2.A et 17 ayant pris fin en 2008, soit 1,9 %, et sont donc

sujets à tout ajustement à la hausse ou à la baisse pouvant résulter de l'homologation de tarifs à un taux supérieur ou inférieur au taux provisoire.

La diffusion sur Internet du répertoire de la SOCAN par les stations de télévision commerciales ou les services spécialisés est, quant à elle, régie par le Tarif 22 D.1 (anciennement 22.D), lequel prévoyait, de 1996 à 2006, le paiement de redevances aux mêmes taux que ceux applicables au cours de chaque année concernée en vertu du Tarif A.2 par les stations de télévision commerciales (soit 2.1 % en 1996, 1,8 % de 1997 à 2001, et 1,9 % de 2002 à 2006), ou en vertu du Tarif 17 par les services spécialisés (soit 2.1 % en 1996, 1,8 % de 1997 à 2000, 1,78 % en 2001, et 1,9 % de 2002 à 2006), calculées sur une portion de leurs recettes d'Internet et sous réserve des exceptions et modalités particulières d'application de ce Tarif.

Le 18 juillet 2014, la Commission du droit d'auteur homologuait le Tarif 22 D.1 de la SOCAN pour la période 2007- 2013 en réduisant le taux des redevances visées par ce tarif à 1,7 % pour les années 2007 à 2010, puis en les rehaussant à 1,9 % pour les années 2011 à 2013, et en calculant ceux-ci sur, selon le cas, les montants versés par les utilisateurs du service en cause, lorsque ce dernier perçoit des frais par émission de ses utilisateurs, sous réserve d'un minimum de 1,3 ¢ par émission communiquée, sur les montants versés par les abonnés du service en cause, lorsque ce dernier offre des abonnements à ses utilisateurs (sous réserve d'un minimum mensuel de 6,8 ¢, de 2007 à 2010, et de 7,5 ¢, de 2011 à 2013, par abonné à tout abonnement d'essais offert à titre gratuit), ou sur une portion des recettes d'Internet de tout service percevant de tels revenus dans le cadre de ses communications d'œuvres audiovisuelles le tout, sous réserve des exceptions et modalités particulières d'application de ce tarif.

La SOCAN a de plus déposé auprès de la Commission du droit d'auteur des projets de Tarifs 22.D.1 pour chacune des années 2014 et 2015, lesquels proposent une hausse du taux de la redevance de 1,9 % à 2,1 % en conservant cependant les mêmes redevances minimales que celles prévues au Tarif 22.D.1 homologué pour l'année 2013. Ces projets de tarifs n'ont pas encore été homologués par la Commission du droit d'auteur et aucune ordonnance n'a encore été rendue par celle-ci à ce jour en lien avec les auditions visant leur homologation. Jusqu'à leur homologation, les redevances payables (et versées) à la SOCAN par les stations de télévision commerciales et les services spécialisés demeurent celles applicables en 2013 en vertu du Tarif 22.D.1, sujet à tout ajustement à la hausse ou à la baisse pouvant résulter de l'homologation de tarifs à un taux supérieur ou inférieur au taux provisoire de 1,9 % applicable jusqu'à l'homologation du Tarif 22 D.1 pour ces années.

Programmation de la radiodiffusion canadienne (télévision d'antenne et télévision thématique)

Programmation du contenu canadien

Les règlements du CRTC exigent que les titulaires de licences de stations de télévision maintiennent un pourcentage précis de contenu canadien dans leur programmation. Les stations privées de télévision sont tenues de consacrer un pourcentage d'au moins 55 % de l'année de radiodiffusion et un pourcentage d'au moins 50 % de la période de radiodiffusion en soirée (18 h à minuit) à la diffusion de contenu canadien. Les chaînes de télévision offrant des services spécialisés ou thématiques doivent également maintenir dans leur programmation un pourcentage précis de contenu canadien qui est habituellement indiqué dans les conditions de leur licence.

Droits de licence de radiodiffusion

Les titulaires d'une licence de radiodiffusion doivent acquitter des droits de licence annuels au CRTC. Les droits de licence se divisent en deux parties. La première partie répartit les frais de réglementation du CRTC pour l'année entre les titulaires de licence selon la proportion des recettes brutes de chaque titulaire tirées des activités annuelles réglementées de tous les titulaires de licence dont les recettes brutes dépassent un certain plafond d'exemption. L'autre partie des droits, aussi appelés les droits de licence de la Partie II, vise les entreprises de radiodiffusion dont les activités autorisées dépassent 1 500 000 \$. Le montant total annuel devant être autorisé par le CRTC correspond au plus petit des montants suivants : a) 100 000 000 \$ (indexé); et b) 1,365 % multiplié par les recettes totales tirées des frais d'utilisation pour l'année d'imposition se terminant au cours de l'année civile précédente pour tous

les titulaires de licence dont les recettes tirées des frais d'utilisation dépassent les plafonds d'exemption applicables, moins le plafond d'exemption global applicable à l'ensemble de ces licences pour cette année d'imposition.

Renouvellement des licences de TVA

À la suite de l'audience publique tenue par le CRTC à l'égard du renouvellement des licences de TVA (le Réseau TVA et les stations de télévision traditionnelles qui lui sont associées, ainsi que plusieurs services spécialisés de TVA), le CRTC a publié, le 26 avril 2012, la Décision de radiodiffusion CRTC 2012-242 qui inclut notamment les décisions suivantes :

- Le CRTC a imposé une condition de licence selon laquelle TVA devra, au cours de chaque année de radiodiffusion, consacrer au moins 80 % des dépenses en programmation de l'année de radiodiffusion actuelle du réseau et toutes les stations de télévision traditionnelles de TVA à l'acquisition d'émissions canadiennes ou à l'investissement dans des émissions canadiennes. De plus, le CRTC n'a pas jugé nécessaire d'imposer une condition de licence à l'égard de la diffusion d'émissions prioritaires, ni à l'égard des dépenses au titre des dépenses en émissions d'intérêt national (ÉIN).
- Le CRTC a choisi de continuer à exiger de la station locale de TVA dans la ville de Québec, que, des 18 heures de programmation locale par semaine de radiodiffusion, 9 heures reflètent spécifiquement la région de Québec, incluant les 5 heures 30 de bulletins de nouvelles locales (incluant deux bulletins de nouvelles durant la fin de semaine). Le CRTC est toutefois d'avis qu'il n'est pas nécessaire que les 3 heures 30 restants soient diffusées exclusivement dans le marché local de Québec, et estime qu'elles peuvent être diffusées sur le Réseau TVA.
- Le CRTC a choisi de maintenir l'exigence des dépenses en émissions canadiennes (DÉC) actuelle pour addik^{TV} à 40 % de ses revenus de l'exercice précédent.

Les conditions de licence sont entrées en vigueur le 1^{er} septembre 2012 et expireront le 31 août 2016.

Fonds pour l'amélioration de la programmation locale

Le 18 juillet 2012, le CRTC a annoncé l'abolition progressive du Fonds pour l'amélioration de la programmation locale (« **FAPL** »). Plus précisément, le CRTC a réduit le taux de contribution de 1,5 % à 1 % pour l'année de radiodiffusion 2012-2013, a réduit le taux de contribution à 0,5 % pour l'année de radiodiffusion 2013-2014, et a supprimé complètement le FAPL le 1^{er} septembre 2014.

Cadre réglementaire régissant les services de nouvelles canadiens

Le 8 août 2013, tout en rejetant la demande de distribution obligatoire de SUN News, le CRTC a publié un appel aux observations sur les modalités et conditions de distribution des services canadiens de nouvelles nationales de catégorie C spécialisés : LCN, RDI, SUN News, CBC News et CTV News. Le 19 décembre 2013, le CRTC a rendu sa décision visant le cadre réglementaire adopté pour la distribution de ces services. Ce cadre, mis en œuvre via une ordonnance, inclut plusieurs mesures de protection pour ces services ayant pour but de réduire l'écart entre les services de nouvelles canadiens et les services de nouvelles étrangers qui semblent bénéficier de meilleures conditions de distribution. Le CRTC a donc ordonné aux titulaires d'entreprises de distribution de radiodiffusion de distribuer tous les services de nouvelles nationales de catégorie C spécialisés selon certaines modalités et conditions.

Plus précisément, le CRTC a demandé aux entreprises de distribution de radiodiffusion de faire en sorte que les services canadiens de nouvelles nationales de catégorie C spécialisés CBC News, CTV News, LCN, RDI et SUN News soient accessibles à leurs abonnés d'ici au 19 mars 2014. Le CRTC a également énoncé des exigences relatives à ces services, y compris l'obligation d'inclure les services de programmation dans le meilleur forfait facultatif possible compatible avec leur genre et leur programmation, la possibilité de s'abonner à ces services sur une base individuelle, s'ils sont disponibles

dans un forfait facultatif et l'obligation de déposer les ententes d'affiliation pour ces services, les mécanismes de règlement des différends et les divers facteurs dont il faut tenir compte lors de la négociation des tarifs de gros de ces services. Ces exigences sont entrées en vigueur le 20 mai 2014.

Puisque plusieurs distributeurs ne semblaient pas conformes au cadre réglementaire mis en place par le CRTC, SUN News a participé à un processus d'arbitrage de l'offre finale afin de régler les tarifs de distribution du service lorsqu'il est distribué par Rogers Communications Partnership (« **Rogers** ») et par Société Telus Communications (« **Telus** »). Le 2 octobre 2014, le CRTC a annoncé ses décisions concernant ces arbitrages. Dans le cadre de l'arbitrage avec Rogers, le CRTC a rendu une décision en faveur de Rogers en consentant une augmentation moindre que celle demandée par SUN News. Dans le cadre de l'arbitrage avec Telus, l'offre finale de SUN News a été retenue.

Avantages tangibles

Le 5 septembre 2014, le CRTC a publié sa nouvelle politique réglementaire sur les avantages tangibles et la valeur de la transaction, en cas de modification de contrôle effectif. Dorénavant, le CRTC exige, entre autres, qu'au moins 80 % des avantages tangibles découlant d'une modification au contrôle effectif d'une entreprise de télévision autorisée soit alloué aux fonds de production indépendants, à moins de prouver que d'autres mesures pourraient mieux servir l'intérêt public. De cette somme, au moins 60 % devra être acheminé au Fonds des Médias du Canada et au maximum 40 % aux fonds de production indépendants certifiés (tel que le Fonds Québecor), à moins de prouver que d'autres mesures pourraient mieux servir l'intérêt public. Par ailleurs, le CRTC a modifié sa méthode de calcul actuelle de la valeur de la transaction de façon à exclure les éléments du fonds de roulement s'ils ne sont pas transférés à la clôture de la transaction et à inclure la reprise des baux s'appliquant uniquement à des propriétés immobilières et des locaux de transmission, calculée sur une période de 5 ans. En ce qui concerne les transactions impliquant différents éléments d'actif de télévision et autres, le CRTC adopte une méthode simplifiée fondée sur les revenus pour répartir la valeur entre ces éléments.

Clauses types des accords de non-divulgence

Le 31 octobre 2013, le CRTC a publié deux politiques distinctes visant les clauses types des accords de non-divulgence et les clauses régissant la tenue des vérifications des renseignements sur les abonnés détenus par les distributeurs.

Ainsi, le CRTC a décidé de mettre en place des clauses types de non-divulgence et exigera que les entreprises qui négocient ou s'engagent dans des relations de distribution signent des accords de non-divulgence comprenant ces clauses afin de contrer une utilisation inappropriée de renseignements sensibles sur le plan de la concurrence.

Le 12 septembre 2014, le CRTC a annoncé des modifications à certains règlements afin d'exiger que les entreprises de radiodiffusion engagées dans une entente de distribution ou qui entament des négociations de distribution signent des accords qui reproduisent des clauses de non-divulgence déterminées par le CRTC et qui prévoient leur consentement à respecter ces clauses.

Clauses régissant la tenue de vérifications des renseignements sur les abonnés détenus par les distributeurs

La politique révisée sur la vérification des renseignements sur les abonnés précise la façon dont les vérifications sont menées par les entreprises de programmation afin d'assurer une vérification adéquate des renseignements sur les abonnés détenus par les distributeurs. Le 12 septembre 2014, le CRTC a révisé les clauses régissant la tenue de vérifications des renseignements sur les abonnés détenus par les distributeurs en vue de fournir plus de souplesse aux services de programmation dans le choix du vérificateur.

Revue du cadre réglementaire de la télévision

Le 24 avril 2014, le CRTC a publié un avis de consultation dans lequel il a lancé un examen formel du système de télévision basé sur les enjeux et les priorités identifiés par les Canadiens au cours d'étapes précédentes dans le cadre d'une initiative lancée par le CRTC « Parlons télé : une conversation avec les Canadiens » pour discuter de l'avenir du système de télévision au Canada. Les interventions des joueurs de l'industrie ont été déposées le 25 juin 2014 et l'audience publique a eu lieu du 8 au 19 septembre 2014. Les questions abordées étaient regroupées en fonction de trois objectifs d'intérêt public : un système canadien de télévision qui favorise le choix et la souplesse en ce qui concerne la sélection des services de programmation, un système canadien de télévision qui encourage la création de programmation canadienne captivante et diversifiée et un système canadien de télévision qui renforce la capacité des Canadiens à faire des choix éclairés et prévoit des recours en cas de différends. Les enjeux les plus importants qui ont été abordés lors de ce processus sont : la composition et le prix du service de base, l'offre « sur mesure » et « à la carte », le financement de la programmation canadienne, la déréglementation des genres et la protection des services de catégorie A, la programmation locale et la substitution simultanée. Le CRTC a indiqué dans le Bulletin d'information de radiodiffusion CRTC 2014-461 que cette instance pourrait entraîner des modifications en profondeur du système de radiodiffusion qui se répercuteront sur les titulaires de licences actuels et futurs, leurs conditions de licence et les règlements qui régissent leurs activités. La décision du CRTC à cet égard est attendue en mars 2015. La Société ne peut, pour le moment, prédire l'issue de cette instance.

Messages d'alerte d'urgence

Le 29 août 2014, le CRTC a publié sa politique réglementaire encadrant la distribution obligatoire de messages d'alerte d'urgence et exigeant que les distributeurs, télédiffuseurs et entreprises de vidéo sur demande participent au Système national d'alertes au public du Canada et alertent les Canadiens de périls imminents à la vie et ce, au plus tard le 31 mars 2015. Les messages d'alerte comprennent des messages ayant trait aux événements tels que les tornades, les inondations, les feux de forêt, les catastrophes industrielles et les tsunamis. Un rapport de conformité doit être déposé au CRTC le 30 avril 2015.

Le tableau qui suit présente les approbations de licences de radiodiffusion pour chacune des stations de télévision appartenant à la Société de même que celles pour les services spécialisés qu'elle possède en propriété exclusive:

Stations et services spécialisés	Endroit	Date d'expiration	No de décision
Réseau TVA	Canada	31 août 2016	CRTC 2012-242
CFTM-TV	Montréal	31 août 2016	CRTC 2012-242
CHLT-TV	Sherbrooke	31 août 2016	CRTC 2012-242
CHEM-TV	Trois-Rivières	31 août 2016	CRTC 2012-242
CFCM-TV	Québec	31 août 2016	CRTC 2012-242
CJPM-TV	Saguenay/Lac St-Jean	31 août 2016	CRTC 2012-242
CFER-TV	Rimouski	31 août 2016	CRTC 2012-242
addik ^{TV}	Canada	31 août 2016	CRTC 2012-242

Stations et services spécialisés	Endroit	Date d'expiration	No de décision
Argent	Canada	31 août 2016	CRTC 2012-242
CASA	Canada	31 août 2016	CRTC 2012-242
Le Canal Nouvelles (LCN)	Canada	31 août 2016	CRTC 2012-242
MOI&cie	Canada	31 août 2017	CRTC 2010-752
prise 2	Canada	31 août 2016	CRTC 2012-242
Star Système	Canada	31 août 2017	CRTC 2010-753
TVA Sports	Canada	31 août 2016	CRTC 2010-116
TVA Sports 2	Canada	31 août 2016	CRTC 2010-116
TVA Sports 3	Canada	31 août 2016	CRTC 2010-116
YOOPA	Canada	31 août 2016	CRTC 2010-103

Note : La licence pour Évasion expire le 31 août 2017. Les licences pour CHAU-TV (Carleton), CIMT-TV (Rivière-du-Loup), CHOT-TV (Gatineau) et CFEM-TV (Rouyn) expirent quant à elles le 31 août 2016. Suite à la fermeture de la chaîne SUN News le 13 février 2015, la licence de cette dernière a été remise au CRTC.

2.1.9. CONCURRENCE, AUDITOIRE ET PART DE MARCHÉ EN TÉLÉVISION

Le secteur télédiffusion et production est en concurrence directe avec tous les autres médias publicitaires. La répartition de l'assiette publicitaire entre ces divers médias est déterminée par plusieurs facteurs, notamment la conjoncture économique, les préférences des annonceurs et l'intérêt pour le produit offert.

Le secteur télédiffusion et production au Québec doit composer avec un environnement très concurrentiel en raison de la multiplication des services spécialisés et de l'accroissement de leurs activités de vente de temps d'antenne. Par ailleurs, les stations appartenant à l'État bénéficient quant à elles d'un soutien financier important de la part des gouvernements, tout en ayant également accès au marché publicitaire et au financement disponible à la programmation canadienne et au FAPL (jusqu'au 1^{er} septembre 2014). En plus de l'offre audiovisuelle accrue, les téléspectateurs sont de plus en plus sollicités par l'Internet et sa gamme de services périphériques, qui pourraient détourner leur intérêt. Les conséquences négatives des nouveaux médias sur le secteur télédiffusion et production se font de plus en plus sentir sur les revenus publicitaires traditionnels.

La qualité de sa programmation, la grande popularité de ses émissions, sa notoriété en matière d'information et l'utilisation de nouvelles plateformes de diffusion sont autant de facteurs qui permettent à la Société de maintenir ses cotes d'écoute et sa part importante du marché publicitaire. Pour l'année 2014, le Réseau TVA est demeuré en tête avec ses 22,7 parts de marché, soit plus que les parts de marché réunies de ses deux principaux concurrents généralistes. De plus, il a diffusé 17 des 30 émissions les plus regardées au Québec en 2014.

2.2. MAGAZINES

2.2.1. TVA PUBLICATIONS ET PUBLICATIONS CHARRON

Le secteur magazines, dont les activités sont exercées par l'entremise de TVA Publications et de Publications Charron, publie plus de 50 magazines incluant les titres réguliers et les numéros spéciaux, hors série ou saisonniers. Ses principales marques se déclinent en quatre créneaux :

Artistique

- 7 Jours
- La Semaine
- DH
- Échos Vedettes
- Pool Pro
- Star Système
- Cool!

Féminin

- Clin d'oeil
- MOI&cie
- Le Lundi
- Femmes etc.

Décoration et cuisine

- Chez soi
- Les Idées de ma maison
- Signé M
- Tellement Bon

Services

- Animal
- TV Hebdo
- FA

Le secteur magazines opère aussi des sites Internet pour la diffusion de ses marques et de ses contenus sur les plateformes numériques. Ainsi, les sites www.7jours.ca, www.clindoeil.ca, www.moietcie.ca, www.chezsoimagazine.ca, www.ideesdemamaison.ca, www.tvhebdo.com, www.magazine-fa.ca, www.lelundi.ca, www.magazinecool.ca, www.lasemaine.ca, www.starsysteme.ca et www.renovationbricolage.ca diffusent chaque jour du contenu pertinent en lien avec les lignes éditoriales des marques correspondantes. TVA entend d'ailleurs accroître la présence de ses marques sur les plateformes numériques à court terme et ainsi diversifier son offre à ses lecteurs et ses annonceurs. À ce titre, TVA offre 18 de ses magazines en version e-replica sur les plateformes Windows, IOS et Android. De plus, TVA publie des versions interactives de ses éditions de Clin d'œil, MOI&cie et Chez soi.

Le contenu de chacun des magazines est soit produit à l'interne par les employés de la Société ou par des pigistes, soit acheté sur le marché. La direction artistique, l'infographie ainsi que la coordination et la révision des contenus sont réalisées par le personnel de TVA Publications et de Publications Charron. L'impression et la finition des titres sont confiées à différents imprimeurs.

2.2.2. SOURCES DE REVENUS

Les principales sources de revenus du secteur magazines sont la vente en kiosque, les abonnements et les ventes publicitaires. Le 1^{er} avril 2010, le gouvernement canadien a instauré le Fonds du Canada pour les périodiques (« FCP ») qui offre une aide financière aux industries canadiennes des magazines et des journaux non quotidiens afin qu'elles puissent continuer à produire et à diffuser du contenu canadien. TVA Publications et Publications Charron bénéficient de ce programme. La tendance à la baisse dans le marché de l'édition et l'accroissement de la diversité des médias demeurent des enjeux importants quant à la performance du secteur. Néanmoins, la force des marques de commerce de la Société présente de nouvelles opportunités d'affaires.

2.2.3. CONCURRENCE

Malgré une vive concurrence, TVA demeure l'éditeur de magazines francophones le plus important au Canada selon les données de l'Alliance for Audited Media (« AAM ») au 30 juin 2014. À travers le pays,

ses magazines mensuels rejoignent 3,1 millions de lecteurs tous les mois et ses hebdomadaires comptent plus de 1,1 million de lecteurs chaque semaine, selon les données compilées par le PMB de l'automne 2014. Selon les mêmes données de 2014, deux de ses magazines les plus populaires atteignaient le million de lecteurs régulièrement sur une base mensuelle; le magazine 7 Jours, magazine consacré à l'actualité culturelle québécoise rejoint 1,2 million de personnes chaque mois et la dernière acquisition du groupe, le magazine La Semaine, compte un million de lecteurs uniques mensuels. Selon les données de l'AAM de juin 2014, TVA, avec l'ensemble de ses titres, détient 85,9 % de parts de marché des magazines francophones vendus en kiosque. Il totalise également 48,8 % des ventes totales en kiosque et abonnements de magazines francophones.

2.3. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

La Société détient ou utilise sous licence de nombreuses marques de commerce, lesquelles comptent parmi ses actifs incorporels les plus importants. Les principales marques de commerce pour ses produits et services ont été déposées ou enregistrées au Canada. De plus, la Société a des droits découlant de son usage sur des marques non déposées. Elle prend les moyens juridiques requis pour protéger ses marques de commerce et la Société est d'avis que celles-ci sont couvertes adéquatement pour ses besoins.

Les contenus audiovisuels que la Société produit, distribue ou diffuse bénéficient généralement d'un régime de protection juridique en vertu des lois sur le droit d'auteur applicables aux territoires d'où ils proviennent et où ils sont exploités. Ces régimes de protection permettent généralement de faire sanctionner tant civilement que pénalement la reproduction, la diffusion et d'autres formes d'utilisation non autorisées de contenus audiovisuels.

Les contenus littéraires et les photographies inclus dans les publications et les sites Internet de TVA sont également protégés en vertu du régime du droit d'auteur. TVA est, en vertu des lois ou de contrats, titulaire des droits de propriété intellectuelle sur la plupart des contenus littéraires reproduits dans ses publications, le tout sujet à des exceptions limitées, dont notamment les contenus provenant d'agences nationales ou internationales. La Société s'assure alors de conclure avec ces agences, des pigistes ou tout autre fournisseur de contenus similaires, des ententes de licences à des conditions qui lui permettent de satisfaire ses besoins pour ses opérations. La Société est d'avis qu'elle a pris les mesures appropriées et raisonnables pour couvrir, utiliser, protéger et assurer la protection des contenus qu'elle a créés ou distribués.

2.4. RESSOURCES HUMAINES ET RELATIONS DE TRAVAIL

Au 31 décembre 2014, TVA comptait environ 1 785 employés permanents incluant ceux de Montréal Studios, dont la quasi-totalité des actifs ont été acquis le 30 décembre 2014.

Le tableau ci-après présente le nombre d'employés permanents par secteur d'activité :

Télédiffusion et production :	1 578
Magazines :	<u>207</u>
TOTAL :	1 785

Les relations de travail avec ses employés sont régies par treize conventions collectives. Au 31 décembre 2014, sept conventions étaient échues ou le devenaient à cette date. Les conventions collectives échues au 31 décembre 2014 couvrent approximativement 20 % des employés syndiqués réguliers de la Société. Les négociations pour le renouvellement de ses conventions ont été amorcées.

2.5. ENVIRONNEMENT

Les activités d'exploitation de TVA sont assujetties à la législation et à la réglementation fédérale, provinciale et municipale en matière d'environnement. Outre l'impact de la mise en vigueur de la nouvelle tarification concernant la contribution des entreprises aux coûts qui découleraient des services de récupération des matières résiduelles fournis par les municipalités au Québec (loi 88) qui affecte défavorablement les coûts d'exploitation actuels et futurs du secteur magazines, la direction de la Société est d'avis que le respect de la réglementation environnementale applicable dans le cadre de l'exercice de ses activités n'a pas d'incidence défavorable importante sur ses affaires, sa situation financière ou ses résultats d'exploitation.

Tel que prévu à sa stratégie environnementale, la Société s'emploie à minimiser l'impact écologique de ses activités et à sensibiliser le public à adopter des pratiques écoresponsables. La stratégie est appuyée par de nombreuses initiatives basées sur l'évaluation de la performance environnementale, la consommation responsable d'énergie, la gestion responsable des matières résiduelles, l'approvisionnement responsable et l'élaboration d'une campagne de sensibilisation du public et du personnel. À titre d'exemple, TVA Publications et Publications Charron ont adopté une politique d'approvisionnement responsable et la majorité de leurs magazines sont imprimés sur du papier certifié FSC®.

RUBRIQUE 3 FAITS SAILLANTS

Au cours des trois derniers exercices financiers, les événements suivants ont influencé le développement et la croissance de TVA:

ACQUISITIONS

Acquisition de 15 magazines de Transcontinental inc.

Le 17 novembre 2014, la Société a annoncé la conclusion d'une entente avec Transcontinental inc. prévoyant l'acquisition par la Société de 15 magazines, trois sites Web et les contrats relatifs à l'édition sur mesure pour une contrepartie totale d'environ 55,5 M\$ payable en espèces. Le 2 mars 2015, la Société a obtenu l'autorisation du Bureau de la concurrence pour cette acquisition. La clôture de cette transaction devrait avoir lieu au cours des prochaines semaines.

Sous réserve de la clôture de cette transaction, la Société ajoutera à son portefeuille les 11 titres suivants : Coup de pouce, Canadian Living, Véro magazine, Décormag, Style at Home, Fleurs Plantes Jardins, Canadian Gardening, Québec Vert, The Hockey News, MaisonsNeuves.com, Condo Maison Direct, ainsi que les sites Web recettes.qc.ca, Quoi manger et On the Table. La Société détiendra également une participation effective de 51 % dans Les Publications Transcontinental-Hearst inc., la maison d'édition des magazines Elle Canada et Elle Québec, en partenariat avec Hearst Group, qui détient une participation de 49 %. De même, la Société et Groupe Bayard détiendront chacun une participation de 50 % dans Publications Senior Inc., la maison d'édition des magazines Le Bel Âge et Good Times.

Acquisition des actifs de Vision Globale

Le 30 décembre 2014, la Société a annoncé la clôture de l'acquisition de la quasi-totalité des actifs de Vision Globale après avoir obtenu l'autorisation du Bureau de la concurrence pour cette transaction. Les actifs acquis comportent entre autres les studios d'enregistrement de cinéma et de télévision Mel's à Montréal et Melrose à Saint-Hubert. Ces installations accueillent des productions tant cinématographiques que télévisuelles, autant locales qu'étrangères, notamment des superproductions américaines. La considération totale versée dans le cadre de cette acquisition s'est élevée à environ 116 M\$. Le 16 janvier 2015, la Société a déposé une déclaration d'acquisition d'entreprise sur SEDAR

relativement à cette acquisition. Cette déclaration peut être consultée sous le profil de la Société à l'adresse www.sedar.com.

DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS

Le 4 février 2015, la Société a annoncé le dépôt d'un prospectus simplifié définitif auprès des autorités de réglementation des valeurs mobilières dans chacune des provinces du Canada relativement à un placement de droits proposé, dans le cadre duquel tous les porteurs d'actions ordinaires classe A, participantes, avec droit de vote, sans valeur nominale du capital de la Société (actions classe A) et des actions classe B, participantes, sans droit de vote, sans valeur nominale du capital de la Société (actions classe B sans droit de vote) en circulation, sous réserve des lois applicables, recevront des droits de souscrire des actions classe B sans droit de vote, de manière équitable et proportionnelle, pour un produit brut total d'environ 110 M\$ (le "**placement de droits**").

Dans le cadre du placement de droits, Québecor Média a fourni à la Société un engagement de souscription garantie aux termes duquel elle s'est engagé à acquérir toute action classe B sans droit de vote non souscrite aux termes du placement de droits, sous réserve de certaines conditions. TVA a l'intention d'affecter le produit du placement de droits au remboursement de la totalité ou de la quasi-totalité des montants dus (incluant les intérêts accumulés) aux termes d'un crédit-relais de 100 M\$ consenti par Québecor Média qui a été prélevé en entier aux fins du financement d'une partie du prix versé pour l'acquisition de la quasi-totalité des actifs de Vision Globale, dont la clôture a eu lieu le 30 décembre 2014, et au paiement de tous les frais liés au placement, y compris la commission de souscription garantie égale à 1 % du produit brut total du placement de droits payable à Québecor Média.

Le 13 février 2015, Corporation Sun Media a annoncé la fermeture de SUN News, société dans laquelle TVA détient un intérêt de 49 %.

FAITS SAILLANTS 2014

Le 10 mars 2014, madame Sylvie Lalande a été nommée au poste de présidente du conseil d'administration de la Société en remplacement de monsieur Pierre Karl Péladeau, qui a remis sa démission en date du 9 mars 2014.

Le 14 avril 2014, la Société a annoncé la conclusion d'une entente avec Telus permettant aux abonnés de Télé OPTIK d'avoir accès au contenu de TVA sur demande dès le 15 avril. La Société et Telus ont également conclu une nouvelle entente pour la distribution en direct des chaînes spécialisées TVA Sports et TVA Sports 2.

Le 28 avril 2014, Québecor a annoncé d'importants changements à la direction de la Société. Pierre Dion, président et chef de la direction de la Société, a été nommé président et chef de la direction de Québecor et Québecor Média en remplacement de Robert Dépatie. Pierre Dion a continué d'assumer la fonction de président et chef de la direction de la Société jusqu'à la nomination de son successeur le 30 juillet 2014.

Le 25 juin 2014, la Société a annoncé la conclusion d'une entente avec Cogeco Câble Canada, qui permet aux clients de Cogeco du Québec d'avoir accès sur demande à plusieurs contenus de TVA, et ce, à compter du 1^{er} septembre 2014. La Société et Cogeco Câble Canada ont également annoncé le renouvellement de leur entente relative à la distribution en direct de la chaîne spécialisée TVA Sports, entente qui incluait la distribution de TVA Sports 2 à compter de septembre 2014.

Le 1^{er} juillet 2014, TVA Sports est devenu officiellement le diffuseur francophone officiel de la Ligue nationale de hockey (« **LNH** ») pour les 12 prochaines années. TVA Sports présentera annuellement plus de 275 matchs, incluant les matchs du samedi soir des Canadiens de Montréal, les séries éliminatoires, la finale de la Coupe Stanley et les grands événements de la Ligue.

Le 30 juillet 2014, monsieur Pierre Dion a démissionné de son poste d'administrateur et président et chef de la direction de la Société et madame Julie Tremblay a été nommée présidente et chef de la direction et également administratrice de la Société.

Le 8 octobre 2014, TVA Sports a diffusé son premier match de la LNH, soit celui des Canadiens de Montréal contre les Maple Leafs de Toronto. Durant cette présentation, la chaîne a rejoint plus d'un million de téléspectateurs, atteignant même une pointe à plus de 1,2 million, soit une moyenne de 925 000 téléspectateurs et 25,5 parts de marché.

Le 3 novembre 2014, la Société a modifié les termes et conditions de ses facilités de crédit bancaire afin d'augmenter la taille de son crédit renouvelable de 100 M\$ à 150 M\$, de proroger son échéance de 2 ans jusqu'au 24 février 2019 et de remplacer le prêt à terme existant de 75 M\$, échéant le 11 décembre 2014, par un nouveau prêt à terme d'un montant équivalent et échéant le 3 novembre 2019.

Le 17 novembre 2014, la Société a annoncé qu'elle avait conclu une entente avec Transcontinental inc. visant l'acquisition de 15 magazines, pour une somme en espèces de 55,5 M\$. Cette transaction est toutefois sujette à l'approbation du Bureau de la concurrence.

Le 30 décembre 2014, la Société a annoncé la clôture de l'acquisition de la quasi-totalité des actifs de Vision Globale après avoir obtenu l'autorisation du Bureau de la concurrence pour cette transaction. Les actifs acquis comportent entre autres les studios d'enregistrement de cinéma et de télévision Mel's à Montréal et Melrose à Saint-Hubert. Ces installations accueillent des productions tant cinématographiques que télévisuelles, autant locales qu'étrangères, notamment des superproductions américaines. La considération totale versée dans le cadre de cette acquisition s'est élevée à environ 116 M\$. Le 16 janvier 2015, la Société a déposé une déclaration d'acquisition significative sur SEDAR relativement à cette acquisition. Cette déclaration peut être consultée sous le profil de la Société à l'adresse www.sedar.com. Dans le cadre de cette transaction, Québecor Média a consenti à la Société un crédit-relais de 100 M\$ afin de financer une partie du prix d'acquisition des actifs de Vision Globale.

FAITS SAILLANTS 2013

Le 14 mars 2013, la Société a annoncé que le président du conseil d'administration de la Société, monsieur Serge Gouin, quitterait ses fonctions à la suite de l'assemblée annuelle des actionnaires de la Société le 7 mai 2013 et serait remplacé par monsieur Pierre Karl Péladeau.

Au cours du premier trimestre de 2013, la Société a décidé de cesser la distribution de nouveaux films québécois en salles de cinéma jusqu'alors effectuée par sa division TVA Films. Cette décision n'affecte en rien ses activités à titre de distributeur de produits audiovisuels sur l'ensemble des autres supports et plateformes.

Le 5 juin 2013, la Société a annoncé la mise en place d'un plan de rationalisation afin de conserver sa position de chef de file au Québec, de protéger la qualité de ses contenus et de maintenir ses investissements, compte tenu du contexte économique difficile pour les médias au chapitre des revenus publicitaires. Ce plan, touchant tous les secteurs de la Société, a signifié l'abolition de 90 postes chez TVA, soit 4,5 % de l'effectif total.

Le 18 juillet 2013, la Société a fait l'acquisition de Publications Charron, éditeur du magazine *La Semaine*, et de Charron Éditeur inc. pour un somme de 7 500 000 \$. Les activités de Publications Charron ont été intégrées à celles du secteur de l'édition (maintenant secteur magazines) de la Société alors que celles de Charron Éditeur inc. ont été transférées à Groupe Sogides inc., une société sous contrôle commun, pour une somme de 300 000 \$.

Le 31 août 2013, la Société a mis fin aux opérations de TVA Boutiques qui exerçait des activités de téléachat et de ventes en ligne.

Le 26 novembre 2013, Québecor Média a conclu une entente d'une durée de douze (12) ans avec Rogers Communications concernant les droits de diffusion francophones pour le Canada de la LNH dès la saison 2014-2015. TVA Sports est ainsi devenu le diffuseur francophone officiel de la LNH en vertu de cette entente, laquelle inclut les droits de diffusion des matchs nationaux de toutes les équipes canadiennes, dont ceux du Canadien de Montréal, jusqu'à 160 matchs entre les équipes américaines et tous les matchs des séries éliminatoires, notamment ceux de la finale de la Coupe Stanley. Cette entente inclut également tous les événements spéciaux de la LNH. TVA Sports est ainsi venu consolider sa position de diffuseur d'événements sportifs au Québec.

Le 19 décembre 2013, le CRTC a annoncé que les distributeurs de signaux de télévision par câble et par satellite devaient offrir tous les services canadiens de nouvelles nationales de catégorie C spécialisés, tels que « SUN News » et « LCN », dans des forfaits ou à la carte au plus tard le 20 mai 2014. Le 8 août 2013, le CRTC avait refusé la demande de distribution obligatoire sur le service de base au Canada de « SUN News ».

FAITS SAILLANTS 2012

Le 24 février 2012, la Société a complété le renouvellement de son emprunt à terme rotatif de 100 000 000 \$ pour un terme de cinq ans à des conditions similaires à celles existantes, exception faite du coût de crédit qui a été renégocié favorablement par la Société.

Le 1^{er} mars 2012, la Société a annoncé qu'elle a conclu une entente d'importance avec Rogers Communications dans le but d'offrir à ses clients les chaînes « SUN News » et « TVA Sports » ainsi que le contenu du Réseau TVA sur les plateformes de vidéo sur demande, mobile et Web de Rogers Communications.

Durant le second trimestre de 2012, de nouvelles ententes de distribution de la chaîne « LCN » ont été signées avec de nombreux distributeurs favorisant une diffusion élargie de ce service ainsi que des redevances à la hausse.

Le 31 mai 2012, la transaction visant la vente des participations de la Société dans les services spécialisés « The Cave » et « Mystery TV » à Shaw Media Global Inc. a été finalisée.

Le 28 juin 2012, le CRTC a approuvé la vente d'une participation de 2 % dans Société en nom collectif SUN News en faveur de Corporation Sun Media. Cette transaction a été finalisée le 30 juin 2012.

ANNEXE B



MANDAT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

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

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

COMPOSITION ET QUORUM

La majorité des membres du Conseil doivent être indépendants tel que défini aux lois et règlements applicables¹. Le Conseil analyse annuellement le statut d'indépendance de chacun de ses membres. Conformément aux statuts de la Société, 25 % de la totalité des membres du conseil d'administration sont élus par les détenteurs d'actions subalternes catégorie B (comportant droit de vote) et les autres membres du Conseil sont élus par les détenteurs d'actions catégorie A (droits de vote multiple). En cours de mandat, les membres du Conseil en fonction peuvent, s'il y a quorum, pourvoir à toute vacance au Conseil en nommant un nouvel administrateur qui restera en fonction jusqu'à la prochaine assemblée annuelle des actionnaires.

Le Conseil peut nommer un ou plusieurs administrateurs supplémentaires dont le mandat expirera au plus tard à la clôture de l'assemblée annuelle des actionnaires suivant leur nomination à condition que le nombre total des administrateurs ainsi nommés n'excède pas le tiers du nombre des administrateurs élus à l'assemblée annuelle des actionnaires précédant leur nomination.

Tous les membres du Conseil doivent posséder les compétences et les aptitudes pertinentes à leur nomination à titre d'administrateur. Le Conseil dans son ensemble, doit refléter une diversité d'expériences et de compétences particulières pour répondre aux besoins spécifiques de la Société, incluant la représentation féminine.

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

¹ Un administrateur est indépendant s'il n'a pas de relation importante, directe ou indirecte, avec la Société, i.e. qu'il n'a pas une relation dont le Conseil pourrait raisonnablement s'attendre à ce qu'elle nuise à son indépendance de jugement.

RESPONSABILITÉS

Le Conseil a les responsabilités suivantes:

A. En ce qui concerne la planification stratégique

1. Examiner et approuver annuellement la planification stratégique de la Société incluant sa stratégie financière et ses priorités d'affaires.
2. Examiner et, au gré du Conseil, approuver toute décision stratégique pour la Société incluant notamment les acquisitions ou dispositions d'actions, d'actifs ou d'entreprises excédant les pouvoirs d'approbation délégués.

B. En ce qui concerne les ressources humaines et l'évaluation du rendement

1. Nommer le président et chef de la direction. Choisir parmi les administrateurs un président du Conseil et, le cas échéant, un vice-président du Conseil. Si le président du Conseil n'est pas un administrateur indépendant, un administrateur en chef est nommé et le vice-président du Conseil peut cumuler les deux fonctions.
2. Approuver la nomination des autres membres de la haute direction.
3. S'assurer que le comité des ressources humaines et de la rémunération évalue annuellement le rendement du chef de la direction et du chef de la direction financière, en tenant compte des attentes du Conseil et des objectifs fixés.
4. Approuver, sur recommandation du comité des ressources humaines et de la rémunération, la rémunération du chef de la direction et du chef de la direction financière ainsi que les objectifs généraux que le chef de la direction doit atteindre.
5. Approuver la rémunération du président du Conseil et des administrateurs.
6. S'assurer qu'un processus de planification de la relève de la direction est en place.
7. S'assurer que le comité des ressources humaines et de la rémunération prend en compte les conséquences des risques associés aux politiques et pratiques en matière de rémunération de la Société.

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

1. S'assurer de l'intégrité et de la qualité des états financiers de la Société et le caractère adéquat de l'information communiquée.
2. Revoir et approuver les états financiers intermédiaires et annuels et le rapport de gestion. Revoir le communiqué de presse s'y rapportant.
3. Approuver les budgets d'exploitation et les budgets d'immobilisation, l'émission de titres et, sous réserve de la politique de limites d'autorité de Québecor Média inc., toute opération

hors du cours normal des activités, y compris les propositions relatives aux fusions, aux acquisitions ou aux autres opérations importantes comme les investissements ou les désinvestissements.

4. Définir les politiques en matière de dividendes et déclarer des dividendes lorsque jugé à propos.
 5. S'assurer que les systèmes pertinents ont été établis afin d'identifier les risques et les occasions d'affaires et superviser la mise en œuvre d'un processus approprié d'évaluation des risques et de gestion des principaux risques associés à la Société dans son ensemble.
 6. S'assurer de la qualité et l'intégrité des systèmes comptables et des systèmes de présentation de l'information financière, des contrôles et des procédures internes de validation de l'information.
 7. S'assurer que la Société respecte les exigences législatives et réglementaires pertinentes à ses opérations.
 8. Réviser lorsque requis et sur recommandation du comité d'audit, la politique de la Société en matière de communication de l'information, superviser la façon dont la Société interagit avec les analystes, les investisseurs et le public, et s'assurer que des mesures sont en place pour recevoir les commentaires des actionnaires.
 9. Recommander aux actionnaires la nomination de l'auditeur externe.
 10. Approuver les honoraires d'audit de l'auditeur externe.
- D. En ce qui concerne les régimes de retraite et le Régime d'options d'achat d'actions
1. S'assurer que des mécanismes sont en place pour la gestion des caisses de retraite.
 2. Approuver tout octroi d'options en vertu du Régime d'options d'achat d'actions.
- E. En ce qui concerne la régie d'entreprise
1. S'assurer que la direction gère la Société avec compétence et dans le respect des lois applicables, ce qui comprend la divulgation en temps opportun des renseignements pertinents sur l'entreprise et les déclarations réglementaires.
 2. Réviser, sur une base périodique, les structures et procédures touchant la régie d'entreprise, y compris les décisions nécessitant l'approbation du Conseil.
 3. S'assurer qu'un code d'éthique est en place, qu'il est communiqué aux employés et appliqué.
 4. Mettre en place une politique permettant aux comités du Conseil et, sous réserve de l'autorisation du comité de régie d'entreprise et de mise en candidature, un administrateur, à retenir les services de conseillers externes aux frais de la Société, lorsque les circonstances le justifient. Le président du Conseil doit être tenu au courant de ces démarches.

5. Examiner la taille et la composition du Conseil et de ses comités en fonction des compétences, des aptitudes et des qualités personnelles que l'on doit retrouver chez les membres du Conseil. Revoir annuellement la composition des comités et en désigner les présidents. Approuver annuellement les mandats des comités et du Conseil sur recommandation du comité de régie d'entreprise et de mise en candidature de même que les descriptions de fonctions qui doivent être approuvées par le Conseil.
6. Approuver la liste des candidats au poste d'administrateur en vue de leur élection par les actionnaires.
7. Établir annuellement l'indépendance des administrateurs aux termes des règles sur l'indépendance des administrateurs.
8. Examiner et approuver la circulaire de sollicitation de procurations ainsi que la notice annuelle de la Société de même que tous documents ou ententes requérant son approbation.
9. Recevoir annuellement la confirmation des différents comités qu'ils ont bien couvert les éléments requis de leur mandat et plan de travail respectif.
10. Recevoir le rapport du président du Conseil (ou du vice-président du Conseil) sur l'évaluation annuelle de l'efficacité du Conseil dans son ensemble.
11. S'assurer que les administrateurs reçoivent tout le support nécessaire pour les aider à jouer pleinement leur rôle.

MODE DE FONCTIONNEMENT

1. Les réunions du Conseil ont lieu trimestriellement ou plus fréquemment au besoin. Des réunions spéciales sont tenues annuellement pour revoir et approuver la planification stratégique de même que les budgets d'exploitation et d'immobilisation de la Société.
2. Le président du Conseil, de concert avec le chef de la direction et le secrétaire, dresse l'ordre du jour de chaque réunion du Conseil. L'ordre du jour et les documents pertinents sont remis aux administrateurs suffisamment à l'avance.
3. Les administrateurs indépendants se réunissent après chacune des réunions du Conseil, ou plus souvent au besoin.

* * * * *

Approuvé par le conseil d'administration le 16 janvier 2015.



**MANDAT DU
COMITÉ D'AUDIT**

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

COMPOSITION ET QUORUM

Le Comité est composé d'au moins trois (3) membres et d'au plus cinq (5) membres, tous jugés indépendants par le Conseil, conformément aux exigences des lois et règlements auxquels est assujettie la Société. Chaque membre du Comité doit posséder des compétences financières¹. Les membres et le président du Comité sont nommés par le Conseil.

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

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

RESPONSABILITÉS

Le Comité a les responsabilités suivantes :

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

1. Passer en revue avec la direction et l'auditeur externe les états financiers annuels, le rapport de l'auditeur externe ainsi que le rapport de gestion et obtenir de la direction des explications sur tous les écarts importants avec les périodes correspondantes, avant de recommander leur approbation au Conseil et leur diffusion. Examiner et approuver le communiqué de presse s'y rapportant.

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

2. Passer en revue avec la direction et l'auditeur externe les états financiers intermédiaires, l'examen de ces états financiers par l'auditeur externe ainsi que le rapport de gestion et obtenir de la direction des explications sur tous les écarts importants avec les périodes correspondantes avant de recommander leur approbation au Conseil et leur diffusion. Examiner et approuver le communiqué de presse s'y rapportant.
3. S'assurer que des procédures adéquates sont en place pour examiner la communication au public de l'information financière extraite ou dérivée des états financiers de la Société, autres que les états financiers, les rapports de gestion et les communiqués concernant les résultats annuels et intermédiaires.
4. Passer en revue l'information financière contenue aux prospectus, à la notice annuelle et aux autres rapports ou documents contenant des informations financières similaires avant de recommander leur approbation au Conseil et leur divulgation publique ou leur dépôt auprès des autorités réglementaires compétentes.
5. Passer en revue avec la direction et l'auditeur externe, la qualité et non seulement l'acceptabilité des conventions comptables de la Société et toute proposition de modification de celles-ci, incluant (i) toutes les conventions et pratiques comptables essentielles utilisées, (ii) les autres traitements possibles de l'information financière qui ont fait l'objet de discussions avec la direction, les effets de leur utilisation et le traitement préconisé par l'auditeur externe, ainsi que (iii) toute autre communication importante avec la direction à ce sujet, et passer en revue la divulgation et l'effet des éventualités et du caractère raisonnable des provisions, réserves et estimations qui peuvent avoir une incidence importante sur la présentation de l'information financière.
6. Passer en revue avec l'auditeur externe les problèmes ou difficultés liés à l'audit et les mesures prises par la direction à ce sujet et régler les désaccords entre la direction et l'auditeur externe concernant la présentation de l'information financière.
7. Passer en revue périodiquement la politique de communication de l'information de la Société pour s'assurer qu'elle est conforme aux exigences des lois et règlements applicables, et formuler au conseil d'administration ses recommandations.

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

1. Surveiller l'intégrité et la qualité des systèmes financiers et comptables et des systèmes de gestion de l'information ainsi que l'existence et le bon fonctionnement des procédures et des contrôles de communication de l'information et du contrôle interne à l'égard de l'information financière de la Société au moyen de discussions avec la direction et l'auditeur externe, de même qu'avec les auditeurs internes de la Société et de Québecor Média inc. (« QMI »).
2. Périodiquement, revoir le rapport de la direction évaluant l'efficacité des contrôles et procédures de communication de l'information.
3. Passer en revue régulièrement et surveiller la gestion des principaux risques opérationnels de la Société et de ses filiales importantes.

4. Établir et réviser, au besoin, les procédures pour la réception, la conservation et le traitement des plaintes reçues par la Société au sujet de la comptabilité, des contrôles comptables internes ou de l'audit, y compris l'envoi confidentiel, sous le couvert de l'anonymat, par les salariés de la Société de préoccupations touchant des points discutables en matière de comptabilité ou d'audit.
5. Établir et réviser, au besoin, les procédures visant à protéger les dénonciations afin qu'aucun salarié de la Société, de ses filiales ou de ses unités d'exploitation ne soit congédié ou pénalisé suite à une dénonciation faite de bonne foi à un supérieur ou à toutes autorités concernées relativement à une dénonciation de violation potentielle de toutes lois ou réglementations en vigueur, applicables à la Société.
6. Aider le Conseil à s'acquitter de sa responsabilité de s'assurer que la Société respecte les exigences des lois et règlements applicables.

C. En ce qui concerne l'audit interne

1. Vérifier les compétences et le rendement des auditeurs internes.
2. Examiner le programme d'audit interne, de même que sa portée et sa capacité d'assurer l'efficacité des systèmes de contrôle interne et l'exactitude de l'information financière qui est communiquée.
3. Surveiller la mise en œuvre du programme d'audit interne et s'assurer avec les auditeurs internes qu'un suivi est fait des recommandations de l'auditeur externe quant aux lacunes que ce dernier a identifiées et quant aux mesures que la direction s'est engagée à prendre pour y remédier.
4. S'assurer que les auditeurs internes sont toujours ultimement responsables de rendre compte au Comité et au Conseil.

D. En ce qui a trait à l'auditeur externe

1. Surveiller les travaux de l'auditeur externe et passer en revue sa déclaration annuelle écrite concernant toutes ses relations avec la Société et discuter des relations ou des services qui peuvent influencer sur son objectivité ou son indépendance.
2. Recommander au Conseil (i) le nom du cabinet d'experts-comptables qui sera soumis au vote des actionnaires en vue d'établir ou de fournir un rapport d'audit ou de rendre d'autres services d'audit, d'examen ou d'attestation, et (ii) la rémunération de l'auditeur externe pour les services d'audit.
3. Autoriser l'ensemble des services d'audit, déterminer les services non reliés à l'audit qui peuvent être rendus par l'auditeur externe et approuver au préalable tous les services non liés à l'audit que l'auditeur externe de la Société peut rendre à la Société ou à ses filiales le tout conformément à la *Politique en matière de préautorisation* pour les services fournis par l'auditeur externe et à la réglementation en vigueur.

4. Revoir le fondement et le montant des honoraires de l'auditeur externe tant pour les services d'audit que pour les services autorisés, autres que d'audit.
5. Passer en revue le plan d'audit avec l'auditeur externe et la direction et en approuver l'étendue, le contenu et l'échéancier.
6. Passer en revue, au besoin, la politique en matière d'embauche d'associés, de salariés et d'anciens associés et salariés de l'auditeur externe actuel ou précédent de la Société.
7. S'assurer du respect des exigences légales et réglementaires quant à (i) la rotation des associés appropriés de l'auditeur externe, (ii) la participation de ce dernier au programme du Conseil canadien sur la reddition de comptes.
8. S'assurer que l'auditeur externe rend toujours compte au Comité et au Conseil.
9. Procéder à l'évaluation annuelle et à l'évaluation complète et approfondie de l'auditeur externe au moins à tous les cinq ans.

E. En ce qui concerne QMI.

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

F. En ce qui concerne la politique de récupération de la rémunération incitative

1. Déterminer, de concert avec les auditeurs externes, si les résultats financiers de la Société doivent faire l'objet d'un redressement et identifier la ou les causes principales de ce redressement et faire les recommandations appropriées au Conseil.

MODE DE FONCTIONNEMENT

1. Le président du Comité est nommé chaque année par le Conseil.
2. Le Comité tient quatre réunions régulières par année et peut se réunir lors de réunions spéciales au besoin.
3. Le secrétaire ou le secrétaire adjoint est d'office secrétaire du Comité;

4. Le président du Comité établit l'ordre du jour de chaque réunion du Comité en consultation avec le chef de la direction financière et le secrétaire. L'ordre du jour et les documents pertinents sont distribués aux membres du Comité en temps utile avant les réunions du Comité.
5. Le président du Comité fait rapport trimestriellement au Conseil, des délibérations, constatations et recommandations du Comité.
6. Le Comité dispose en tout temps de voies de communication directes avec l'auditeur externe et avec les auditeurs internes de QMI.
7. Le Comité rencontre séparément, à chacune des réunions examinant les états financiers intermédiaires et annuels, l'auditeur externe et les auditeurs internes, et ce, sans la présence de la direction.
8. Les membres du Comité se réunissent régulièrement sans la présence des membres de la direction, de l'auditeur externe et des auditeurs internes.
9. Le Comité rencontre séparément la direction au moins une fois par année et plus souvent au besoin.
10. Le Comité peut, lorsque les circonstances le justifient, retenir les services de conseillers externes et fixer leur rémunération, sous réserve d'en informer le président du Conseil.
11. Le Comité passe en revue annuellement son mandat et fait rapport au Comité de régie d'entreprise et de mise en candidature des modifications qu'il y a lieu d'y apporter.
12. Le procès-verbal des réunions du Comité est approuvé par le Comité et est déposé, pour information, au Conseil.
13. Les résolutions écrites, signées de tous les membres du Comité, ont la même valeur que si elles avaient été adoptées lors d'une réunion du Comité.
14. Le Comité dépose annuellement au Conseil une attestation confirmant qu'il a bien couvert les éléments requis de son mandat et plan de travail.

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

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

* * * * *

Révisé par le conseil d'administration le 10 mars 2015