RAPPORT D'ACTIVITÉ 2014

TOURNÉE VERS L'AVENIR

TABLE DES MATIÈRES

3. 2014 EN BREF

5. FAITS SAILLANTS

6. MESSAGE AUX ACTIONNAIRES

8. GROUPE TÉLÉCOM

14. GROUPE MÉDIA

24. CONTENU

27. GROUPE SPORTS ET DIVERTISSSEMENT

32. ENGAGEMENT SOCIAL

39. CONSEIL D'ADMINISTRATION
ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR INC.

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

2014 EN BREF

JANVIER

› Québecor Média Affichage lance le concours Expo-Plus pour marquer le déploiement de ses nouveaux abribus à Montréal.

FÉVRIER

› Contribution d'une valeur de plus de 3,0 M$ de Québecor inc. à la Fondation de l'Institut universitaire de cardiologie et de pneumologie de Québec, donnant ainsi le coup d'envoi à la campagne de financement *Laissez parler votre cœur.*

MARS

› Pierre Karl Péladeau démissionne à titre de vice-président du conseil et de membre du conseil d'administration de Québecor et de président du conseil et de membre des conseils d'administration de Québecor Média inc. et de Groupe TVA inc.

› Pour une 9e année consécutive, Vidéotron ltée demeure l'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois (sondage annuel Léger).

› Archambault demeure la librairie préférée des Québécois pour une 12e année consécutive (sondage annuel Léger).

AVRIL

› Le journal gratuit *24 heures* connaît la plus forte croissance dans le marché de Montréal avec un nouveau sommet à 742 900 lecteurs hebdomadaires, soit une hausse de 14 800 lecteurs par semaine depuis 2012 (sondage NADbank 2013/14).

› *Le Journal de Montréal* (1 157 100 lecteurs) et *Le Journal de Québec* (355 300 lecteurs) sont les quotidiens préférés des Québécois dans leur marché respectif, et ce, 7 jours sur 7 (sondage NADbank 2013/14).

› Pierre Dion est nommé président et chef de la direction de Québecor et de Québecor Média. Par sa connaissance intime de la culture et de la philosophie de Québecor, il assurera avec compétence et adresse la continuité des affaires de l'entreprise.

› Vidéotron complète l'acquisition de sept licences de spectre dans la bande de 700 MHz dans les quatre provinces les plus populeuses du Canada.

MAI

› Manon Brouillette est nommée présidente et chef de la direction de Vidéotron.

› Québecor soutient la relève entrepreneuriale en remettant pour la 16e année les Bourses Pierre-Péladeau, d'une valeur totale de 100 000 $.

JUIN

› Brian Mulroney est nommé président du conseil de Québecor et de Québecor Média.
› Vente des 74 hebdomadaires du Québec à Transcontinental Interactif inc.

JUILLET

› Benoît Robert est nommé président et chef de la direction de Groupe Sports et divertissement.
› Création de Groupe Média, le nouveau secteur dédié aux médias de divertissement et d'information au sein de Québecor Média, qui regroupe les activités de Groupe TVA, de Corporation Sun Media, du secteur Livres, d'Agence QMI, de Québécor Média Affichage, de Québecor Média Ventes, de Messageries Dynamiques et d'Imprimerie Québecor Média inc. Julie Tremblay est nommée présidente et chef de la direction de ce secteur et présidente et chef de la direction de Groupe TVA.

AOÛT

› Vidéotron lance le nouvel enregistreur numérique HD multitélé X8.
› La Société de transport de Laval confie à Québecor Média l'installation, l'entretien, la gestion et l'exploitation publicitaire des abribus de son réseau d'autobus pour les 20 prochaines années.

SEPTEMBRE

› Vente de la filiale Nurun inc. à l'entreprise française Publicis Groupe.
› Quatre ans jour pour jour après le lancement de son réseau mobile, Vidéotron franchit une nouvelle étape importante en lançant 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.
› Messageries Dynamiques conclut de nombreuses ententes de distribution avec des éditeurs de magazines de langue française, dont Les Éditions Rogers ltée, TC Média, Les Éditions Protégez-vous, Vélo Québec Éditions et Publications BLD.
› TVA Sports lance officiellement sa nouvelle programmation hockey, la première qui résulte de l'entente historique de 12 années signée avec la Ligue nationale de hockey (LNH).

OCTOBRE

› Québecor Média annonce la vente de plus de 170 journaux et publications de langue anglaise de Corporation Sun Media à Postmedia Network Canada Corporation.

NOVEMBRE

› Groupe TVA acquiert 14 magazines de Transcontinental inc., dont *Coup de pouce* et *Elle Québec*.
› Québecor fait l'acquisition des Remparts de Québec.

DÉCEMBRE

› *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* innovent et redéfinissent la façon de présenter les nouvelles avec l'application mobile d'information personnalisable J5 et une nouvelle mouture de leurs sites Web.
› Groupe TVA acquiert la quasi-totalité des actifs de Vision Globale A. R. ltée (Vision Globale) active dans le secteur du cinéma et de la télévision.
› Le nombre d'abonnés à TVA Sports s'élève à 2,0 millions.

L'équipe de TVA Sports

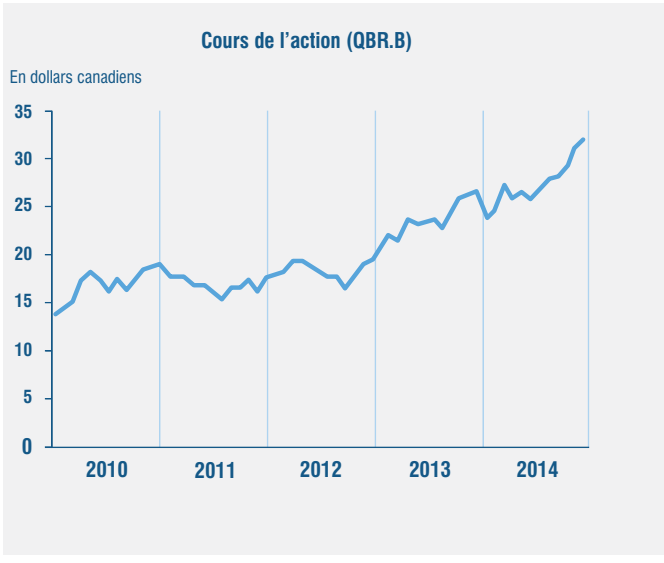
Lancement de la campagne de financement de l'Institut universitaire de cardiologie et de pneumologie de Québec

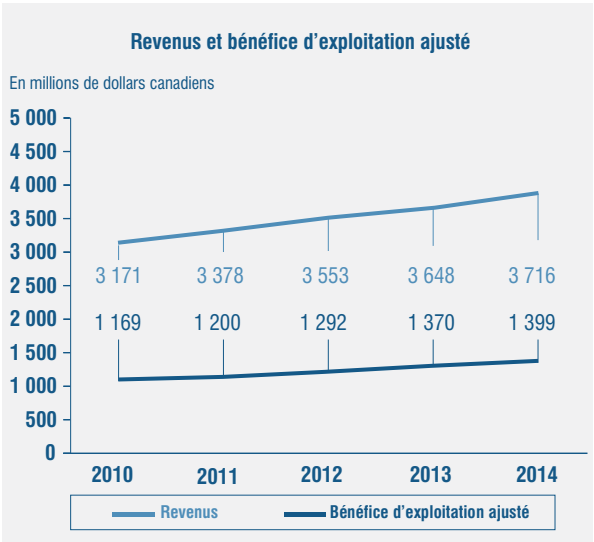
FAITS SAILLANTS

FAITS SAILLANTS
Exercices terminés les 31 décembre 2014, 2013 et 2012
(en millions de dollars canadiens, sauf pour les montants relatifs aux données par action)

	2014	2013	2012
EXPLOITATION			
Revenus	**3 716,1 $**	3 647,5 $	3 553,3 $
Bénéfice d'exploitation ajusté[1]	**1 398,9**	1 370,1	1 291,7
Contribution (à la perte nette) au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies	**202,3**	177,3	153,2
(Perte) gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	**(95,3)**	(279,3)	50,9
Éléments inhabituels	**(87,8)**	(40,5)	21,0
Activités abandonnées	**(49,3)**	(146,1)	(66,0)
(Perte nette) bénéfice net attribuable aux actionnaires	**(30,1)**	(288,6)	159,1
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation poursuivies	**959,6**	891,7	1 037,5
DONNÉES DE BASE PAR ACTION			
Contribution (à la perte nette) au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies	**1,64 $**	1,43 $	1,21 $
(Perte) gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	**(0,77)**	(2,25)	0,40
Éléments inhabituels	**(0,71)**	(0,33)	0,17
Activités abandonnées	**(0,40)**	(1,18)	(0,52)
(Perte nette) bénéfice net attribuable aux actionnaires	**(0,24)**	(2,33)	1,26
Dividendes	**0,10**	0,10	0,10
Capitaux propres atribuables aux actionnaires	**4,10**	4,83	7,20
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en millions)	**123,0**	124,0	126,4
SITUATION FINANCIÈRE			
Dette à long terme	**5 048,2 $**	4 975,3 $	4 507,8 $
Capitaux propres	**1 063,3**	1 195,4	1 541,0
Total de l'actif	**9 078,5**	9 016,4	9 007,8
EMPLOYÉS	**13 835**	15 110	16 865

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





MESSAGE AUX ACTIONNAIRES

Riche en initiatives et en transactions stratégiques, 2014 est une année qui a permis de faire, une fois de plus, la démonstration éloquente de l'agilité, de l'audace et de la force d'innovation qui caractérisent Québecor et qui ont mené l'entreprise vers les succès que l'on connaît. Dans un esprit de continuité et grâce au concours d'une équipe de gestionnaires stable et aguerrie, l'entreprise a ainsi continué à repousser les frontières et à innover, au bénéfice de ses clientèles et partenaires.

Notre vision du développement de l'entreprise est claire et dynamique et repose sur les axes éminemment porteurs que sont la mobilité et l'accès Internet, le numérique, les contenus et la création d'un nouveau modèle publicitaire pour nos partenaires annonceurs. Aujourd'hui, c'est cette vision qui guide nos trois principaux secteurs : Télécommunications, Média et culture, et Sports et divertissement.

VIDÉOTRON : UN SUCCÈS DURABLE

Si notre plan d'affaires fait ses preuves année après année, la matérialité de notre environnement connaît toujours des transformations importantes, qui exigent une capacité d'adaptation et d'innovation hors du commun.

À cet égard, la capacité à anticiper l'avenir et la performance de Vidéotron doivent être mise en lumière. En effet, en 2010, Vidéotron investissait quelque 2 G$ dans le lancement de son premier réseau mobile. Quatre ans plus tard, tous sont à même de constater l'énorme succès de cette incursion audacieuse de l'entreprise dans le domaine de la mobilité.

Plus que jamais convaincue du bien-fondé de sa stratégie, Vidéotron lançait cette année son nouveau réseau mobile LTE. Couvrant près de 90 % de la population québécoise et permettant d'atteindre des vitesses allant jusqu'à 150 Mbit/s, ce nouveau réseau offre déjà aux consommateurs et aux gens d'affaires québécois la possibilité de tirer le meilleur parti possible des technologies numériques.

Grâce à cet investissement misant sur des technologies de pointe et destiné à optimiser l'expérience offerte à ses clients, Vidéotron a confirmé une fois de plus la place centrale que continuera à occuper la téléphonie mobile dans sa stratégie de croissance. Et cette stratégie reçoit, à l'évidence, un accueil des plus favorables sur le marché, 128 500 nouveaux abonnés s'étant ajoutés en 2014 à la clientèle de l'entreprise, qui dessert maintenant 632 800 abonnés.

On nous permettra d'ailleurs de profiter de l'occasion pour souhaiter tout le succès voulu à madame Manon Brouillette, qui a accédé, en mai 2014, au poste de présidente et chef de la direction de Vidéotron. Rappelons que madame Brouillette a été, au cours des 10 dernières années, une des grandes architectes de la croissance de l'entreprise, notamment en pilotant son entrée dans le domaine de la mobilité. Sa vision, ses compétences et sa connaissance approfondie de Vidéotron paveront assurément la voie à de nouvelles réussites.

DES TRANSACTIONS PORTEUSES

Les mutations de notre environnement concurrentiel nous ont aussi encouragés à recadrer certaines de nos activités en posant des gestes inspirés par notre volonté de demeurer le chef de file incontesté dans nos secteurs d'activité, d'assurer la pérennité de l'entreprise et de protéger des milliers d'emplois.

L'année 2014 a ainsi donné lieu à six transactions d'importance, dont la valeur a totalisé 700,0 M$. Signalons, d'une part, l'acquisition de la quasi-totalité des actifs de Vision Globale, l'achat de 14 magazines de Transcontinental par Groupe TVA et l'acquisition des Remparts de Québec par Québecor.

Nous avons aussi procédé, d'autre part, à la disposition d'actifs moins stratégiques. Nous avons cédé nos 74 hebdomadaires du Québec à Transcontinental Interactif et plus de 170 journaux et publications de langue anglaise de Corporation Sun Media à Postmedia Network Canada Corporation. Enfin, l'entreprise française Publicis Groupe s'est portée acquéreur de notre filiale Nurun.

GROUPE MÉDIA : DES SYNERGIES ACCRUES

Le raffinement de notre modèle d'affaires s'est aussi concrétisé dans la création de Groupe Média, une initiative visant le regroupement de nos activités dans les secteurs de l'information, du divertissement et de la culture. Destinée à optimiser les synergies pouvant résulter d'une plus grande proximité entre des secteurs aux activités complémentaires, cette initiative a permis de réunir sous une même bannière Groupe TVA, Corporation Sun Media, Agence QMI, Québecor Média Affichage, Québecor Média Ventes, Messageries Dynamiques, Imprimerie Québecor Média et le secteur Livres.

En outre, ce regroupement renforce notre stratégie visant à tirer le meilleur de l'exploitation de divers types de contenus mis à la disposition des consommateurs sur les plateformes de leur choix. Et parmi ces contenus, qui rallient les faveurs du plus grand nombre, nous devons placer à coup sûr le sport, susceptible de créer un rendez-vous direct avec les consommateurs. À cet effet, nous nous réjouissons de la popularité croissante de TVA Sports. Propulsée par la conclusion d'une entente qui a fait de la chaîne le diffuseur francophone officiel de la LNH pour une période de 12 années, TVA Sports comptait déjà, au moment d'écrire ces lignes, quelque 2,0 millions d'abonnés, un chiffre en hausse constante.

Or, nous sommes très fiers de pouvoir compter sur le leadership de madame Julie Tremblay qui, après avoir dirigé Corporation Sun Media, a été nommée présidente et chef de la direction de Groupe Média et présidente et chef de la direction de Groupe TVA en juillet dernier. Il est d'ores et déjà acquis que Groupe Média pourra bénéficier de l'expérience de gestion acquise par madame Tremblay au sein de la grande famille de Québecor tout au long d'un parcours de 25 années couronnées de succès.

SPORTS ET DIVERTISSEMENT

Québecor a aussi regroupé ses activités de deux secteurs stratégiques sous une nouvelle bannière, soit Groupe Sports et divertissement, qui produit, distribue, diffuse et fait la promotion de contenus culturels et de divertissement qui font rayonner les talents québécois et internationaux.

Groupe Sports et Divertissement réunit l'amphithéâtre de Québec — le Centre Vidéotron —, l'Armada de Blainville-Boisbriand, les Remparts de Québec, Gestev et les maisons Musicor et Distribution Select, qui se distinguent par une offre variée de contenus, de spectacles et d'événements sportifs et culturels de qualité, multiplateforme et convergente.

C'est à un gestionnaire de calibre, monsieur Benoît Robert, qu'a été confié le mandat de diriger Groupe Sports et divertissement à titre de président et chef de la direction.

DAVANTAGE DE VALEUR POUR LES ACTIONNAIRES

En 2014, Québecor a généré un chiffre d'affaires de 3,72 G$, en hausse de 68,6 M$ (1,9 %) comparativement à l'exercice 2013. Le secteur Télécommunications a affiché une croissance de ses revenus de 104,5 M$ (3,7 %) et de son bénéfice d'exploitation ajusté de 60,7 M$ (4,7 %). Deux services de Vidéotron ont enregistré une forte progression de leurs revenus en 2014, soit la téléphonie mobile (67,0 M$ ou 30,4 %) et l'accès Internet (49,9 M$ ou 6,1 %).

Par ailleurs, le bénéfice d'exploitation ajusté s'est élevé à 1,40 G$, en hausse de 28,8 M$ (2,1 %). La perte nette attribuable aux actionnaires s'est établie à 30,1 M$ (0,24 $ par action de base) en 2014, contre 288,6 M$ (2,33 $ par action de base) en 2013, soit un écart favorable de 258,5 M$ (2,09 $ par action de base), dû notamment à un écart favorable de 289,7 M$ relativement aux gains et pertes sur évaluation et conversion des instruments financiers.

On nous permettra de souligner ici la capacité de notre plan d'affaires à livrer des résultats tangibles pour nos actionnaires, la valeur de l'action de Québecor s'étant appréciée de 20 % cette année.

TOUJOURS ENGAGÉE ENVERS LA COMMUNAUTÉ

Tout au long de l'année, Québecor est demeurée fidèle à la ligne tracée par son fondateur en matière de participation à la vie citoyenne. Que ce soit dans les domaines de la culture, de l'entraide communautaire, de la santé, du soutien à la jeunesse ou de l'entrepreneuriat, Québecor a marché aux côtés de plus de 400 organismes déterminés à faire du Québec une société meilleure. Nous les remercions de nous accorder le privilège de les accompagner dans leurs projets.

UN TRAVAIL D'ÉQUIPE

Derrière les réseaux, les plateformes, les produits et les services, il y a, d'abord et avant tout, des milliers de femmes et d'hommes qui contribuent chaque jour à réinventer et à animer Québecor, ses entreprises et ses unités d'affaires, de même qu'à faire vivre la culture d'entrepreneuriat que lui a léguée son fondateur, monsieur Pierre Péladeau. Nous sommes particulièrement choyés à cet égard puisque leur engagement envers l'entreprise et ses clients n'est rien de moins qu'exceptionnel.

Chacun à leur façon, nos actionnaires, administrateurs, clients, différents partenaires et précieux employés investissent leur énergie, leur créativité et leur constant souci pour l'excellence dans les innombrables gestes qu'ils posent au quotidien pour permettre à Québecor de continuer à grandir. Nous les en remercions très chaleureusement.

Enfin, nous ne pouvons passer sous silence la démission, en 2014, de monsieur Pierre Karl Péladeau des postes de vice-président du conseil et de membre du conseil d'administration de Québecor et de président du conseil et de membre des conseils d'administration de Québecor Média et de Groupe TVA. Nous ne pourrons jamais exprimer toute notre reconnaissance pour le travail accompli par monsieur Péladeau et nous tenons à ce qu'il soit assuré de toute notre gratitude. Si Québecor est aujourd'hui en aussi bonne position pour relever les défis évolutifs des secteurs dans lesquels l'entreprise est active, c'est grâce à sa vision d'affaires, à sa compréhension des attentes de nos clientèles et à sa capacité à fédérer des équipes compétentes, créatives et engagées. Il nous a légué une entreprise des plus modernes résolument tournée vers l'avenir.

Le président du conseil,

Le très honorable Brian Mulroney

Le président et chef de la direction,

Pierre Dion

GROUPE TÉLÉCOM

TÉLÉCOMMUNICATIONS

VIDÉOTRON LTÉE

Alors que Vidéotron célébrait ses 50 ans en 2014, l'entreprise a continué de se démarquer en tant que chef de file de l'industrie des télécommunications au Québec : pour une 9e année consécutive, elle a obtenu le prestigieux titre d'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois (source : sondage annuel Léger). En outre, elle occupe le rang des 100 entreprises les plus influentes au Québec selon l'indice Ipsos-Infopresse sur les marques les plus influentes. Vidéotron est aussi le fournisseur de services de télévision et d'Internet le plus apprécié des consommateurs dans l'est du pays, selon J.D. Power and Associates, une entreprise américaine d'information marketing. Enfin, elle s'est vue décerner le titre de meilleur détaillant en télécommunications au Québec pour une quatrième fois, selon l'indice WOW 2014 en matière d'expérience client, publié dans le journal *Les Affaires*, en collaboration avec Léger.

L'année 2014 a aussi marqué un autre moment historique pour Vidéotron alors que l'entreprise a lancé son nouveau réseau mobile LTE, le 10 septembre, soit quatre ans, jour pour jour, après son arrivée en mobilité. Selon RootMetrics, une firme indépendante spécialisée dans les tests de performance des réseaux mobiles, le réseau LTE de Vidéotron est « aussi performant ou plus performant que ceux des entreprises de télécommunications nationales, dans presque toutes les catégories testées », dans la grande région de Montréal.

Sur le plan de la portée, Vidéotron a collaboré au déploiement et à l'activation du réseau mobile dans certaines stations du métro de Montréal. Enfin, Vidéotron était aussi heureuse d'élargir son offre de produits mobiles avec la gamme d'appareils iPhone.

Du côté des nouveautés technologiques et numériques, l'année 2014 a été, entre autres, marquée par le lancement de la nouvelle application illico pour iPad et du terminal illico X8.

Lancé au début de 2013, Club illico a vu son nombre d'abonnés tripler, passant de quelque 60 000 à la fin de 2013, à près de 180 000 à la fin de 2014. Un succès sans aucun doute lié aux nombreuses séries originales et prestigieuses offertes durant l'année, dont, notamment, les productions québécoises *Mensonges* — récipiendaire du prix de la meilleure série dramatique lors du Gala des prix Gémeaux 2014 —, *Les beaux malaises* et *Lance et compte*.

Enfin, grâce à une technologie à la fine pointe jumelée à une programmation diversifiée et adaptée aux goûts de sa clientèle, le service de vidéo sur demande de Vidéotron a enregistré plus de 150 millions de commandes. Selon l'entreprise, près de un million de foyers québécois possèdent un terminal illico télé nouvelle génération.

Du côté du service aux entreprises, Vidéotron Service Affaires a annoncé au cours de l'année qu'elle déploierait son réseau de télécommunications à la fine pointe de la technologie dans le secteur de Val-d'Or pour répondre aux besoins de la communauté d'affaires de la région y compris, à terme, certains services sur fibres optiques. Cette expansion du réseau de Vidéotron permet à plus d'entreprises que jamais de pouvoir compter sur l'une des meilleures expériences technologiques qui soient, en plus de contribuer au développement économique régional.

Grâce à son réseau de plus de 30 000 kilomètres de fibre optique et au routeur WiFi nouvelle génération combiné à son service WiFi Optimum, Vidéotron a encore confirmé en 2014 sa détermination à enrichir l'expérience des clients en leur faisant profiter du plein potentiel de la technologie. Les améliorations se sont poursuivies avec des accès Internet plus rapides et de nouveaux accès Fibre hybride, rendant les très hautes vitesses encore plus accessibles.

Laboratoire MAtv

MATV

Fidèle à sa mission de service à la collectivité, MAtv a proposé, tout au long de 2014, une programmation axée sur la proximité et la connectivité. Forte de ses racines participatives et communautaires, la chaîne a présenté des émissions qui se différencient par la profondeur des contenus et la participation des citoyens.

MAtv a proposé près de 5 500 heures de programmation locale et les différentes MAtv régionales ont consacré plus de 60 % de leur grille à des contenus locaux. En nomination quatre fois aux Gala des Gémeaux 2014, la chaîne a continué à offrir un tremplin de choix aux jeunes idéateurs, créateurs, artistes et artisans d'ici.

Un des moments forts de l'année a été le lancement du projet *Laboratoire MAtv*, une plateforme webtélévisuelle qui invitait les Québécois à contribuer à une réflexion collective sur quatre enjeux de société : l'environnement, l'éducation, le multiculturalisme et la famille.

Au chapitre des émissions locales, MAtv a proposé, entre autres, l'émission *Montréalité* pour donner la parole aux organismes et aux citoyens des arrondissements et de la région. Quant à *Catherine et Laurent*, la quotidienne culturelle a permis à plus d'une vingtaine de bénévoles de découvrir les métiers de la télévision.

Benoît Chevalier, *Code régional*

Alain Laforest, *Caucus*

Katerine-Lune Rollet, *Montréalité*

Alice Tran, *Couleurs d'ici*

La chaîne a aussi produit l'émission *Fantasia*, couvrant l'ensemble des activités et des œuvres présentées lors de la 18e édition du Festival de films, en y favorisant les talents locaux et le court métrage québécois. La série *Couleurs d'ici*, pour sa part, a mis en lumière des enjeux auxquels font face les créatifs immigrants nouvellement arrivés au pays ainsi que la capacité d'adaptation dont ils font preuve pour continuer à vivre de leur art.

Durant l'été, *Jeudredi* a offert au public montréalais de nombreuses performances musicales et artistiques de talents émergents ainsi que des entrevues inédites avec des personnalités.

De son côté, *Code régional* a dressé le portrait des enjeux économiques et sociaux des régions du Québec et dépeint les réalités spécifiques de chacune. Produite par MAtv Québec, l'émission *Caucus*, pour sa part, démystifiait les enjeux de la vie parlementaire.

Quant au magazine *Mise À Jour*, il a permis aux citoyens de neuf régions du Québec de demeurer au fait de l'actualité locale, alors que l'émission *LeZarts*, offrait aux téléspectateurs de MAtv un captivant panorama de toute la richesse culturelle et artistique de leur coin de pays.

Orientée vers l'interaction et l'échange avec le public et profitant des médias sociaux, la chaîne a favorisé, dans certaines émissions, la conversation bidirectionnelle entre le public et ses artisans. Dans cet esprit, l'émission *OPEN télé* était de retour en 2014 pour analyser différentes thématiques d'intérêt public.

Sur le plan culturel, les téléspectateurs ont été conviés à découvrir les talents musicaux émergents avec la télédiffusion exclusive de la 20e édition de *Ma première Place des Arts*, mais aussi *Premières vues*, une émission vouée au court métrage, à la télésérie et au cinéma québécois.

DÉTAIL

LE SUPERCLUB VIDÉOTRON LTÉE

Dans un marché en mutation profonde depuis plusieurs années et malgré la venue de nouveaux joueurs très déterminés sur la scène du divertissement, Le SuperClub Vidéotron a réussi à maintenir son leadership dans le secteur de la location de films et de séries télé en format physique. D'ailleurs, les grands studios de production internationaux n'ont pas manqué d'être impressionnés par l'évolution de son modèle d'affaires, destiné à assurer la pérennité de son réseau.

Le SuperClub Vidéotron – y compris les établissements franchisés – a réussi à soutenir la croissance des ventes de produits Vidéotron, ce qui a permis de réduire l'impact de la modification des habitudes des consommateurs en matière de location de films.

Dès la fin de 2010, Le SuperClub Vidéotron a amorcé la transformation de son réseau de boutiques avec un nouveau concept d'aménagement à l'allure épurée, surmontée de la bannière Vidéotron le superclub. Dans la plupart des magasins ayant subi cette cure de jouvence – 64 magasins rénovés au 31 décembre 2014 – on trouve une boutique Microplay™, spécialisée en jeux vidéo, et une boutique Vidéotron, qui répond à tous les besoins de la clientèle dans les domaines de la téléphonie (mobile et par câble), des services Internet et de la télédistribution.

Des investissements de près de 15 M$, effectués de concert avec les franchisés, ont été nécessaires à cette transformation. À l'échelle du territoire, le réseau comptait, au 31 décembre 2014, 144 magasins Le SuperClub Vidéotron, dont 73 possèdent une boutique Vidéotron offrant les quatre produits (illico, Internet, téléphonie mobile et résidentielle).

ARCHAMBAULT

Pour une 12e année consécutive, Archambault s'est démarquée en 2014 comme la librairie préférée des Québécois, en plus de figurer en 5e position des entreprises québécoises les plus admirées de la population québécoise (source : sondage annuel Léger). Toujours selon Léger, Archambault affiche un taux d'appréciation de 86 % dans son secteur.

Véritable carrefour du divertissement culturel, Archambault est aujourd'hui le plus important disquaire et détaillant d'instruments de musique et de partitions au Québec, en plus d'être l'un des principaux acteurs dans le domaine de la vente au détail de livres, de films et de séries télé, de jeux et de jouets, de consoles et de jeux vidéo et d'idées-cadeaux.

À ce jour, Archambault compte 14 magasins dans plusieurs régions du Québec, une boutique en ligne, une application de lecture numérique et la librairie anglophone Paragraphe, située au centre-ville de Montréal.

Malgré la décroissance du marché physique de la musique au Québec, Archambault a réussi à accroître ses parts de marché dans cette catégorie en 2014. En effet, l'entreprise émerge du lot avec un gain de 0,71 % de part de marché des disquaires au Québec. Ceci s'explique par une augmentation de 55 % des ventes de vinyles en magasin et sur le Web et par le fait qu'Archambault ait été confirmée comme la chaîne de magasins de disques de l'année lors du Gala ADISQ 2014.

Sur le plan du commerce électronique, *archambault.ca* a enregistré 15,2 millions de visites, soit une augmentation de 6,34 % par rapport à 2013. Du côté des ventes de produits physiques et numériques, mentionnons une croissance de 17,4 % par rapport à 2013. Soulignons à ce chapitre que les produits physiques constituent 79 % des ventes du site *archambault.ca*, contre 21 % pour les produits numériques (livres numériques, MP3), dont 19 % des ventes est attribuable au livre numérique. L'offre de livres numériques connaît d'ailleurs une croissance appréciable, présentant ainsi plus de 160 000 titres en français et 100 000 titres en anglais. L'application Archambault Lecture pour iOS et Android affiche plus de 73 000 téléchargements.

Le site *archambault.ca* apporte, en outre, une réponse moderne et dynamique à sa clientèle en ce qui a trait aux instruments de musique. Ainsi, au cours de la dernière année, Archambault a enregistré une augmentation globale des ventes sur le site de 9,1 % par rapport à 2013. Quant à la vente en ligne de jeux et de jouets, c'est dans une proportion de 48,6 % que les ventes ont progressé.

GROUPE MÉDIA

TÉLÉDIFFUSION

GROUPE TVA INC.

En 2014, Groupe TVA est non seulement demeurée un chef de file du divertissement, de l'information, de l'édition de magazines et de la production audiovisuelle au Québec, mais elle a aussi été le seul groupe médiatique à connaître une croissance dans ce marché, affichant une part de marché de 31.9 % en 2014 (source : Numeris 2014).

RÉSEAU TVA

Le Réseau TVA est demeuré le plus regardé au Québec, 7 jours sur 7. Il a conservé, du matin au soir, son statut de chef de file au Québec avec 22,7 % de parts de marché, soit plus que les parts de marchés de ses deux principaux concurrents réunis.

Sur le plan de l'information, le Réseau TVA est demeuré le choix privilégié des téléspectateurs. Sondage à l'appui, les bulletins du *TVA Nouvelles* se maintiennent au premier rang dans leur créneau respectif du lundi au vendredi.

La crédibilité du service de l'information du Réseau TVA s'est aussi affirmée lors des élections québécoises par la présentation de la série *Face à face Québec 2014*, qui a attiré une moyenne de 1 120 000 téléspectateurs.

Au cours de 2014, les émissions *La Voix*, *L'été indien*, *Gala Artis*, *Les beaux malaises* et *Le Banquier* ont atteint les plus hauts sommets. Les séries et téléromans comme *Yamaska*, *Toute la vérité*, *O'*, *Au secours de Béatrice*, *Complexe G*, *Destinées*, *Les Jeunes loups* et *Le Dôme* se sont classées au palmarès des émissions préférées des Québécois.

En 2014, le Réseau TVA s'est démarqué avec 17 émissions au palmarès des 30 émissions les plus regardées.

Enfin, comme les sondages le confirment, *Salut, Bonjour !* demeure l'émission d'information numéro un du matin.

Les beaux malaises

DES ÉMISSIONS QUI SE DÉMARQUENT

- **L'émission *L'été indien*, animée par Julie Snyder et Michel Drucker, a rejoint 200 millions de foyers à l'échelle mondiale grâce à sa diffusion sur les chaînes TVA, France 2 et TV5 Monde. Il s'agit de la première émission de variété québécoise à être diffusée à aussi grande échelle.**

- **À l'hiver 2014, le phénomène rassembleur *La Voix* s'est classé en tête du Palmarès des émissions les plus regardées avec une moyenne de 2 641 500 téléspectateurs et une part de marché de 57 %.**
  (Source : Numeris, Québec franco, 6 janvier au 27 avril 2014, T2+)

- **La comédie *Les beaux malaises* a marqué le grand retour à la télé de Martin Matte comme acteur, concepteur et coauteur. Les 10 épisodes de la première saison diffusée en 2014 ont remporté un succès au-delà de toutes les attentes, attirant près de 2 millions de téléspectateurs chaque semaine et de nombreuses critiques élogieuses. Gage d'appréciation du public québécois, les performances des deux acteurs principaux, Martin Matte et Julie Le Breton, ont également remporté les faveurs lors du Gala Artis 2015, dans les catégories rôle masculin et rôle féminin dans une comédie.**

Mensonges

TVA Nouvelles

Dave Morissette en direct

CHAÎNES SPÉCIALISÉES

Les chaînes spécialisées de Groupe TVA ont connu une remarquable progression, tant sur le plan du nombre d'abonnés que des parts de marché. Elles ont d'ailleurs franchi la barre des 10 millions d'abonnés à l'automne 2014 et leur part de marché combinée est passée de 8,1 % à 9,2 %, ce qui confirme la justesse de la stratégie d'investissement dans ce secteur.

addik^{TV}, qui a diffusé la série québécoise à succès *Mensonges*, sa première production originale, a obtenu 1,6 % de part de marché en 2014, contre 1,2 % en 2013, et enregistré une croissance de 12 % de son abonnement par rapport à 2013.

MOI&cie a vu ses abonnements croître de 29 % par rapport à la même période de 2013. Elle a proposé quatre nouvelles productions originales à l'automne : *281 : Les dieux de la scène*, *Le sexe selon les sexes*, *Dis-moi* et *Vive*.

L'Académie Secrète, une production originale, a fait son entrée sur les ondes de Yoopa avec succès. L'émission a même sa propre application tablette, qui permet aux jeunes de jouer, en simultané, aux mêmes enquêtes que celles proposées dans l'émission.

Deux productions originales ont été diffusées en 2014 : *Dans la bulle de Prise 2* et *La petite histoire*. Prise 2 a connu une croissance de son abonnement de 8 % par rapport à 2013.

CASA est fière d'avoir présenté quatre productions originales en 2014 : *Animal cherche compagnie*, *Deck possible*, *À couteaux tirés*, une adaptation de *Knife Fight*, ainsi que *Inspiration Design*. CASA a connu une croissance de 16 % de son auditoire par rapport à 2013.

De son côté, la chaîne de nouvelles en continu LCN a terminé 2014 avec une part de marché de 3,2 %, affichant ainsi un écart grandissant avec son principal concurrent. La présence de son équipe en direct lors d'événements importants contribue indiscutablement à son succès.

TVA Sports s'est démarquée en 2014 en devenant la destination hockey numéro un au Québec. En tant que diffuseur francophone officiel de la LNH au Canada pour les 12 prochaines années, TVA Sports diffusera plus de 275 matchs de la saison 2014-2015, dont tous les matchs du samedi soir des Canadiens de Montréal et tous les matchs des séries éliminatoires, y compris les matchs des Canadiens, la finale de la Coupe Stanley et les événements spéciaux de la LNH.

L'été indien

Notons que les auditoires couplés du Réseau TVA et de TVA Sports les samedis soirs représentent jusqu'à 65 % des parts de marché pour ce créneau horaire. La tendance à la hausse est particulièrement marquée du côté des parts de marché de TVA Sports qui, grâce à l'arrivée des matchs de la LNH, dont ceux des Canadiens de Montréal le samedi soir, sont passées de 0,4 % au 31 décembre 2013 à 1,1 % au 31 décembre 2014 et de 0,5 % à 2,5 % en heure de pointe.

Le premier trio

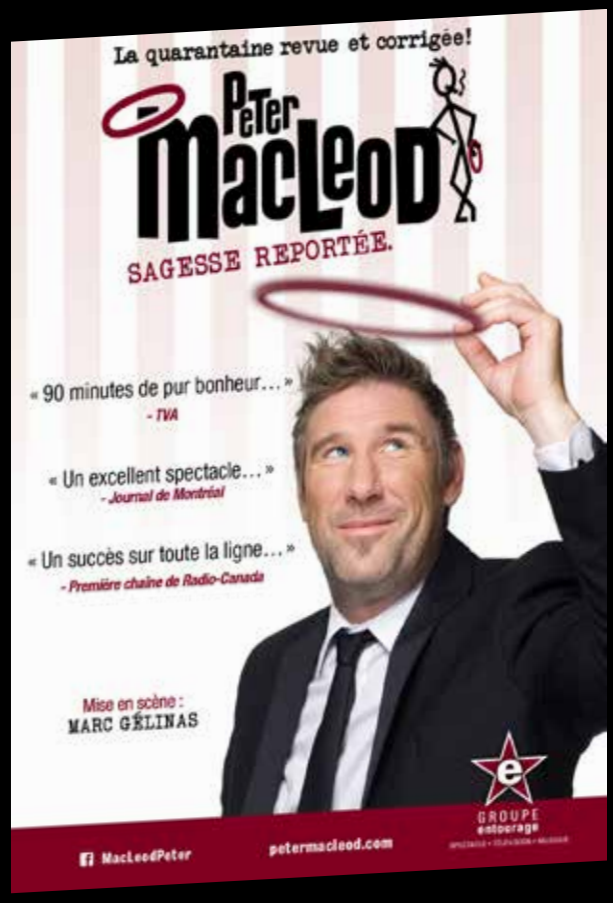
TVA Sports s'affirme comme la chaîne francophone incontournable pour les amateurs de sports. Son offre propose désormais une couverture sportive d'envergure, allant du baseball de la Ligue de baseball majeur au soccer de l'Impact de Montréal, en passant par le tennis de la Women's Tennis Association et de l'Association of Tennis Professionnals et les sports extrêmes. Pour soutenir sa programmation et analyser les événements, TVA Sports offre trois émissions axées sur le hockey et sur les sports préférés des Québécois : *Le Premier Trio*, *Dave Morissette en direct* et *Le Fanatik*.

Rappelons, par ailleurs, que du 8 au 23 février 2014, TVA Sports a présenté plus de 300 heures de programmation olympique. L'offre de la chaîne se caractérisait par trois éléments majeurs : la présentation de la totalité des 46 matchs de hockey disputés dans le cadre des Jeux, la présentation intégrale des disciplines dans lesquelles les Québécois se démarquaient et la mise à contribution de trois chefs d'antenne reconnus pour leur expertise.

La présentation des Jeux olympiques d'hiver de Sotchi s'est avérée très positive pour TVA Sports. Les heures d'écoute hebdomadaire de la chaîne ont plus que doublé, passant d'une moyenne de 987 000 téléspectateurs au printemps 2013 à 2 375 000 au printemps 2014. La chaîne a atteint 3,7 parts, ce qui est neuf fois plus élevé qu'au printemps 2013, atteignant même un sommet de 17,4 parts lors d'un match de hockey masculin. En moyenne, TVA Sports a rejoint 2,3 millions de téléspectateurs pour chaque semaine olympique.

En 2014, TVA Sports s'est aussi distinguée sur le plan technologique en offrant une expérience multiplateforme novatrice grâce aux applications TVA Sports hockey et TVA Sports. Très populaires, elles ont été téléchargées à près de 160 000 reprises.

Sur le Web, la chaîne s'est démarquée en réalisant une refonte complète de son site. Offrant aux amateurs une foule de nouvelles et de statistiques sur les sports et les vedettes qui les passionnent, en plus de la télé en direct, *tvasports.ca* a enregistré près de 12 fois plus de visionnements vidéo, près de 8 fois plus d'utilisateurs uniques et plus du double de pages vues de plus durant la période du 8 au 26 octobre, comparativement à la même période de 2013.



TVA FILMS

TVA Films a mis en marché plus de 60 nouveautés en 2014, dont 28 titres québécois. Parmi ceux-ci, on retrouvait plusieurs productions populaires, comme les premières saisons de *Les beaux malaises* et de *Mensonges*, *La fille du Martin*, premier long métrage du jeune acteur et réalisateur Samuel Thivierge et la comédie sentimentale *Le triangle amoureux* mettant en vedette, en autres, Anne-Marie Cadieux et Aliocha Schneider.

Dans la catégorie humour, TVA Films a lancé le DVD des mésaventures de Jean-Marc Parent, *Torture*, ainsi que les DVD des spectacles *Sagesse reportée*, de Peter MacLeod et *Paquet voit le jour*, de Dominic Paquet. En outre, TVA Films a lancé le DVD du quatrième spectacle de Marie-Lise Pilote, *Réconfortante*.

Par ailleurs, mentionnons une hausse de 10 % des productions québécoises (films, séries télévisées, etc.) en DVD et en disques Blu-ray comparativement à 2013. Le catalogue de TVA Films compte désormais 2 700 titres en format DVD et disques Blu-ray grâce à l'ajout de 134 productions québécoises en 2014.

Enfin, TVA Films a aussi distribué le film *Marie-Mai live au Centre Bell* dans plus de 50 salles au Québec au cours de l'été.

VISION GLOBALE

2014 a été marquée par d'importantes transactions, dont l'acquisition de la quasi-totalité des actifs de Vision Globale, un chef de file du secteur du cinéma et de la télévision qui offre des services de location de studios et d'équipements, ainsi que des services de postproduction et dont les actifs comprennent, notamment, Mel's La Cité du cinéma à Montréal et Studio Melrose à Saint-Hubert, qui accueillent des productions cinématographiques et télévisuelles autant locales qu'étrangères, dont des superproductions américaines. Cette transaction a été approuvée en décembre 2014 par le Bureau de la concurrence.

JOURNAUX

CORPORATION SUN MEDIA

Le 15 juin 2014, le secteur Journaux a célébré comme il se doit les 50 ans du *Journal de Montréal*. Pour souligner cet anniversaire, les lecteurs ont pu profiter de quatre cahiers souvenirs sur les thèmes de l'actualité, des sports, du spectacle et un dernier dédié à la riche histoire du *Journal*.

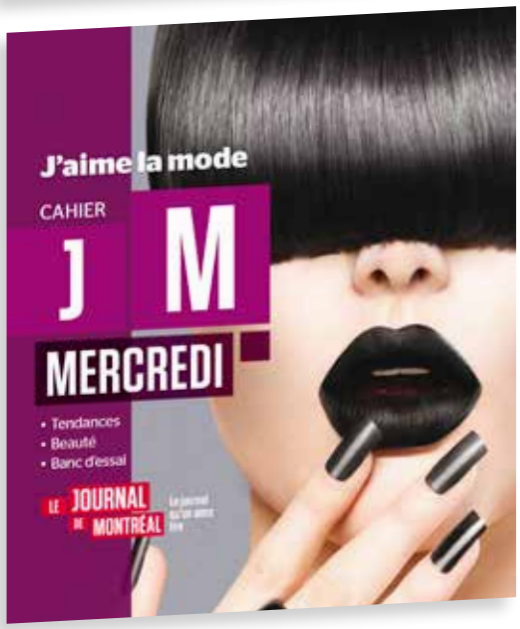
Cette année encore, le secteur Journaux a été stimulé par la transformation dans le secteur de l'information grâce à l'évolution constante des technologies numériques et la popularité des plateformes mobiles. La refonte numérique des sites Web du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*, dont le design s'adapte à la plateforme utilisée par le lecteur, a permis d'améliorer de façon importante l'offre de contenu en ligne et en continu. Le lancement de l'application personnalisable J5 pour mobile a aussi contribué au vent de changement. Quelques semaines seulement après son lancement au début du mois de décembre, J5 avait été téléchargée 100 000 fois.

Le partenariat de trois ans conclu avec le Comité olympique canadien s'est traduit en 2014 par une couverture bonifiée des Jeux olympiques d'hiver de Sotchi, tant dans les médias

imprimés que numériques. Les quotidiens ont aussi cherché à bonifier leurs contenus en offrant des suppléments originaux proposant, entre autres, des recettes de stars, de la cuisine du monde et un cahier sur les matchs des Canadiens de Montréal. Pour sa part, l'incontournable cahier *JM* est demeuré la référence pour tout savoir sur le monde des spectacles, la mode, la santé, les saveurs, la psychologie, les vacances, les livres, les photos, les sorties et les nouvelles technologies.

De son côté, le journal gratuit *24 heures* a connu la plus forte croissance de son lectorat dans le marché de Montréal atteignant un nouveau sommet de 742 900 lecteurs, soit une hausse de 14 800 lecteurs hebdomadaires depuis 2012. Quant au *Journal de Québec*, il compte 355 300 lecteurs et se positionne comme le quotidien préféré des Québécois dans la région de la Capitale, et ce, 7 jours sur 7 (source : sondage NADbank 2013/14). Dans la région de Montréal, *Le Journal de Montréal* a poursuivi sa domination pour une 28e année consécutive grâce à ses 1 157 100 lecteurs (source : sondage NADbank 2013/14). Au Québec, plus de 1,8 million de lecteurs choisissent *Le Journal de Montréal* chaque semaine (source : sondage PMB Printemps 2014).

Par ailleurs, compte tenu du besoin de la presse écrite canadienne de se consolider afin de concurrencer les médias numériques, Québecor a annoncé, en octobre 2014, la vente de plus de 170 journaux et publications de langue anglaise à Postmedia Network Canada Corporation. De plus, au mois de juin, l'entreprise avait finalisé la vente de ses 74 hebdomadaires du Québec à Transcontinental Interactif.



MESSAGERIES DYNAMIQUES

Depuis plus de 50 ans, Messageries Dynamiques offre un service inégalé de distribution partout sur le territoire québécois, 361 jours par année. Avec plus de 22 000 kilomètres parcourus chaque jour, l'entreprise s'est hissée au premier rang de la distribution de publications au Québec.

Messageries Dynamiques a conclu quatre importants contrats de distribution en 2014 avec *The Globe and Mail*, *Montreal Gazette*, Les Éditions Rogers et TC Média. L'entreprise a aussi acquis les droits de distribution de 27 titres québécois de Hachette Distribution Services (Canada) Inc.

AGENCE QMI

Devenue une référence médiatique incontournable, l'agence de presse a poursuivi sa croissance, tant par la qualité que le volume de sujets traités. Grâce à ses nombreux médias présents à Montréal, à Québec et à Ottawa, elle assure une couverture de qualité et complète de l'actualité en textes, en photos, en vidéos et autres contenus interactifs. Ces contenus sont offerts en temps réel à ses propriétés ainsi qu'à ses partenaires d'affaires, qui les diffusent sur une multitude de plateformes.

À pied d'œuvre au quotidien, ses 5 chefs de nouvelles (général, arts et spectacles, sports, faits divers, Web), 47 employés et une centaine de collaborateurs pigistes produisent chaque jour plus de 175 textes de nouvelles et 60 vidéos. En 2014, un nouveau réseau de photographes pigistes travaillant dans presque toutes les régions du Québec est venu bonifier l'équipe. De plus, Agence QMI a créé deux pupitres spéciaux pour couvrir les Jeux olympiques d'hiver de Sotchi et Élections Québec 2014.

De son côté, le Bureau d'enquête, lancé en 2013, a poursuivi sa mission avec brio, menant des enquêtes qui ont généré 300 textes. Il s'agit d'une hausse importante de la couverture qui s'explique notamment par la qualité du travail des journalistes, mais aussi par l'ajout de nouvelles cibles d'enquête comme l'espionnage, les industries informatique et pharmaceutique, les Forces armées canadiennes et les placements extraterritoriaux.

AFFICHAGE

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

Les technologies de reconnaissance gestuelle permettant l'interaction et l'accès à l'actualité en direct via LCN seront au rendez-vous dans ces nouveaux marchés. Québecor Média Affichage pourra ainsi consolider sa position de chef de file canadien de l'affichage numérique sur mobilier urbain.

Par ailleurs, Québecor Média Affichage a décidé de célébrer les succès de l'affichage sur le réseau d'abribus montréalais en lançant le concours Expo-Plus, destiné aux professionnels de la publicité et aux citoyens. Les finalistes verront ainsi leurs œuvres affichées sur l'ensemble du réseau, ce qui contribuera à l'embellissement de l'espace urbain.

MAGAZINES

Dans un contexte où le secteur de la presse magazine, au même titre que celui des journaux, doit se consolider pour assurer sa pérennité et réussir à rivaliser avec les médias numériques, Groupe TVA a procédé à plusieurs acquisitions clés en 2014.

Une des plus importantes transactions de Groupe TVA a été sans aucun doute l'acquisition de 14 magazines de Transcontinental, dont *Coup de pouce* et *Décormag*, au coût de 55,5 M$. Groupe TVA détient également une participation de 51 % dans Les Publications Groupe TVA-Hearst inc., qui exploite les magazines *Elle Canada* et *Elle Québec*. Enfin, Groupe TVA et Groupe Bayard se sont aussi entendus afin de détenir respectivement 50 % des parts des Publications Senior inc., qui publient les magazines *Le Bel Âge* et *Good Times*.

En 2014, le secteur Magazines est demeuré l'éditeur francophone numéro un au Canada en publiant plus de 50 titres et en ralliant plus de 3,1 millions de lecteurs par mois (source : sondage PMB Automne 2014, Canada, T12+).

L'année 2014 a aussi été soulignée par le lancement de *Femmes etc.*, un magazine dédié à la réalité quotidienne des femmes, et par celui du magazine gourmand *Tellement bon !*, un véritable guide pour l'organisation optimale des repas à la maison.

Du côté des valeurs sûres, les magazines hebdomadaires du secteur Magazines, dont le *7 Jours* et *La Semaine*, ont continué de rejoindre chaque mois 2,4 millions de lecteurs uniques. *Échos Vedettes* a réussi à gagner la faveur d'encore plus de lecteurs, son lectorat ayant progressé de 7 %.

Chez les magazines spécialisés, *Chez Soi* et *Les idées de ma maison* (qui célébrait son 30e anniversaire en 2014) ont affiché des résultats enviables, en inspirant conjointement plus de 830 000 amateurs de décoration chaque mois. Affichant une hausse de 8 % de son lectorat, *Les idées de ma maison* demeure la référence francophone en décoration au Canada.

Yoopa est le magazine qui séduit le plus de nouveaux lecteurs canadiens francophones en plus de s'imposer comme référence auprès des parents, comme le confirme l'augmentation spectaculaire de 22 % de son lectorat.

Les magazines du secteur se sont aussi démarqués dans les médias sociaux et sur le plan numérique par un total de près de 870 000 fans Facebook, quelque 59 000 abonnés Twitter et près de 187 000 téléchargements de leurs applications.

Enfin, le secteur de l'édition de magazine a obtenu 86 % des parts de marché des magazines francophones vendus en kiosque et 49 % des ventes totales en kiosque et par abonnement pour les magazines francophones.

LIVRES

Pour les 16 maisons d'édition de Québecor, 2014 a été une année marquée par plusieurs distinctions dans le monde littéraire.

GROUPE LIBREX INC.

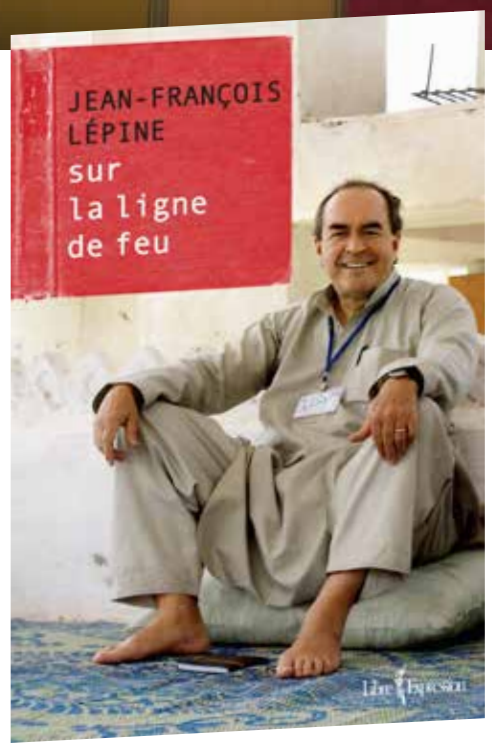
Groupe Librex s'est illustré avec plusieurs succès, dont la biographie la plus vendue de l'année, *Sur la ligne de feu* (Éditions Libre Expression), de Jean-François Lépine (source : Gaspard[MC], Société de gestion de la banque de titres de langue française). Le roman policier *Jack – Une enquête de Joseph Laflamme*, d'Hervé Gagnon, sous la marque Expression noire, a obtenu le Prix Saint-Pacôme du premier roman policier 2014. Le premier livre de Richard Béliveau et Denis Gingras, *Les Aliments contre le cancer* (Éditions du Trécarré), paru en 2005, s'est quant à lui vendu à plus d'un million d'exemplaires dans une trentaine de pays. Depuis, ses auteurs ont publié quatre autres titres, dont le dernier, *Prévenir le cancer*, paru en octobre 2014.

L'auteure Kim Thúy, qui est déjà publiée dans 19 langues à l'échelle mondiale, a reçu le Prix littéraire des Ambassadeurs des pays ayant le français en partage 2014, sous le Haut Patronage et en présence de Son Altesse Royale la Princesse Marie du Danemark pour son roman *Ru* (Éditions Libre Expression).

GROUPE HOMME

Groupe Homme s'est aussi distingué, notamment avec la parution en feuilleton numérique du roman *Louise est de retour*, de l'auteure à succès Chrystine Brouillet (Les Éditions de l'Homme). Ce roman a ensuite été publié en format papier et s'est rapidement hissé au rang des succès de librairie.

En matière de bandes dessinées, mentionnons la parution du tome 2 de *La Célibataire*, *Survivante*, d'India Desjardins. À la suite de cette collaboration fructueuse,



Les Éditions de l'Homme a d'ailleurs acquis les droits de la série de romans jeunesse de cette auteure adorée des jeunes lectrices, *Le Journal d'Aurélie Laflamme*.

Au printemps, Les Éditions de l'Homme a eu l'honneur de recevoir le prix Coup de cœur du jury jeunesse du prix IMAGE/in 2014 de l'organisme ÉquiLibre pour *De quoi j'ai l'air ?*, un roman jeunesse coécrit par l'écrivaine et journaliste Aline Apostolska et la psychologue Marie-Josée Mercier et qui présente très justement la réalité que vivent plusieurs adolescentes et adolescents face à leur image.

Pour leur part, plusieurs biographies publiées ont fait l'actualité, dont *Déjoué par le cancer*, du journaliste du *Journal de Québec* Albert Ladouceur, *Jacques Languirand – Le cinquième chemin*, signée par Aline Apostolska, et *Édith Butler, la fille de Paquetville*, de Lise Aubut.

La Beatlemania a de nouveau soufflé sur la province avec la parution du parcours discographique des Beatles au Canada, *C'est fou mais c'est tout*, un beau livre de plus de 700 pages en couleur, signé par l'auteur-compositeur-interprète Gilles Valiquette.

Du côté de la maison Les Éditions Petit Homme, la collection *Lance et compte jeunesse* a continué à remporter un succès durable auprès des jeunes, tout comme la série *La bande à Smikee*, dont les auteurs, Fred et Makina, sont de plus en plus en demande dans les tournées scolaires.

Par ailleurs, les livres de cuisine ne sont pas en reste. *Boulange et boustifaille – 75 recettes pour faire la fête autour du pain* d'Albert Ebilia (avec la collaboration de Stelio Perombelon et Éric Dupuis) a remporté les honneurs dans la catégorie Best Bread Cookbook du Gourmand World Cookbook Awards 2015. Fier représentant du Canada français, l'ouvrage s'est qualifié pour la remise du prix The Best in the World, qui opposera les gagnants de tous les pays en juin 2015.

LE GROUPE VILLE-MARIE LITTÉRATURE INC.

Plusieurs distinctions reçues en cours d'année ont mis en lumière le travail de grande qualité réalisé par Les Éditions de La Bagnole depuis 10 ans, dont la sélection de l'adaptation de *Maria Chapdelaine*, par Jennifer Tremblay, dans les 200 meilleurs titres au monde du catalogue *The White Raven 2014*. Ont suivi l'inscription de la version anglaise de *Haïti mon pays*, de Rogé, au nombre des 10 meilleurs albums jeunesse illustrés du *New York Times* et *Ma petite boule d'amour*, de Jasmine Dubé, finaliste pour le Prix TD de la littérature canadienne pour l'enfance et la jeunesse et le Prix des libraires du Québec, catégorie jeunesse 0-5 ans.

Soulignons que VLB éditeur et Les Éditions de l'Hexagone se sont aussi démarquées avec plusieurs distinctions et prix d'excellence, dont le Prix Robert-Cliche du premier roman à Martin Clavet pour *Ma belle blessure*, le Prix Athanase-David à Jean Royer pour l'ensemble de son œuvre et le Prix littéraire des collégiens 2014 à Louis Carmain pour *Guano*.

LES ÉDITIONS CEC INC.

Les Éditions CEC ont continué d'assurer un leadership important dans l'édition scolaire en 2014, particulièrement dans le monde numérique, avec le lancement des collections *Classe branchée* au primaire et au secondaire. Ces neuf collections se distinguent surtout par l'ajout d'exercices interactifs disponibles en ligne sur *MaZoneCEC.com*, site Web multiplateforme disponible depuis 2012.

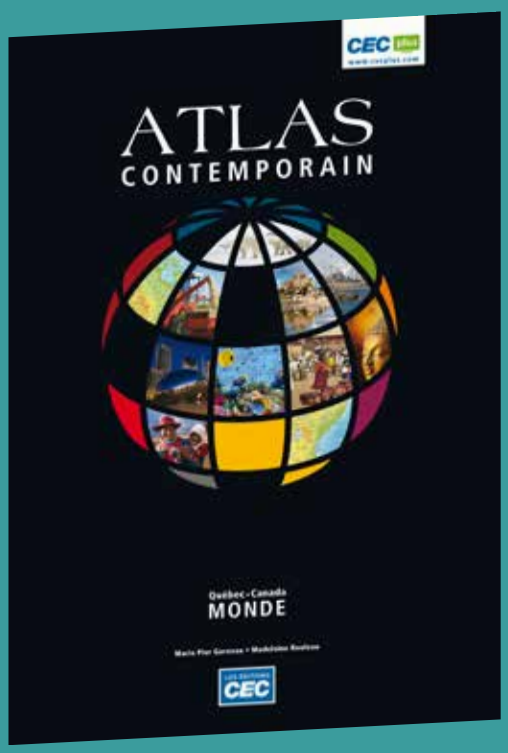
Au total, Les Éditions CEC offrent maintenant plus de 17 000 exercices interactifs aux élèves du primaire et du secondaire, en mathématiques, en français, en anglais et en histoire afin de les accompagner, de même que leurs enseignants, dans le virage numérique amorcé dans les écoles du Québec et de l'Ontario.

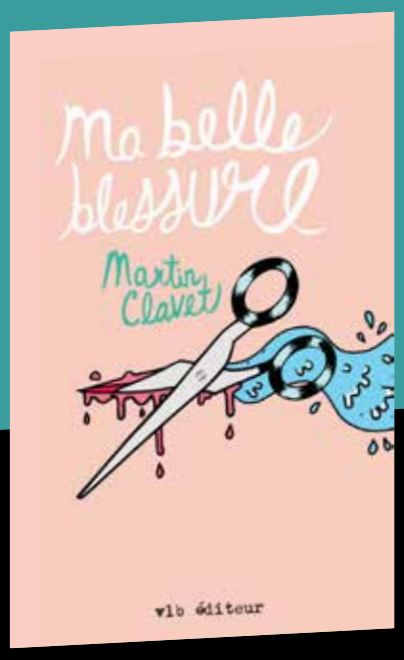
Les Éditions CEC sont fiers de la parution de *Atlas contemporain*, le seul atlas entièrement conçu par des enseignants de géographie du Québec pour les cours de niveau collégial et universitaire. Notons qu'une version numérique de l'ouvrage est offerte gratuitement avec la version imprimée.

Enfin, 2014 a marqué la parution complète de *C'est parti!* et des premiers éléments d'*Odyssée*, les collections de base de la maison conformes au nouveau programme de français langue seconde d'Ontario. Les Éditions CEC est le seul éditeur québécois à avoir publié des ouvrages dans ce créneau.

MESSAGERIES A.D.P. INC.

Soutenue par la croissance des ventes de titres à succès et par son dynamisme commercial, Messageries A.D.P. a fait des gains de parts de marché importants en 2014. Grâce à des ventes 6,5 millions d'exemplaires tirés de plus de 53 000 différents titres (romans, livres de recettes, bandes dessinées, manuels scolaires), un catalogue numérique contenant plus de 14 000 titres et l'ajout des maisons d'édition La Semaine et Recto-Verso Éditeur à son catalogue, Messageries A.D.P. a réaffirmé sa position de plus grand diffuseur et distributeur de livres francophones au Canada.





CONTENU

CONTENU QMI

Deux ans après sa création, Contenu QMI s'affiche déjà comme un chef de file et un visionnaire de premier plan dans l'industrie audiovisuelle québécoise. En 2014, l'équipe de Contenu QMI a signé plusieurs réalisations qui s'inscrivent dans la mission qu'elle s'est donnée soit de créer, de développer, d'acquérir, de diffuser et d'exporter des contenus audiovisuels de qualité en plus de s'engager à faire rayonner le talent des créateurs d'ici, tant au Québec que sur la scène internationale.

Contenu QMI est dévouée à trouver les meilleurs contenus, peu importe le genre, et fière de compter sur la collaboration de plus de 20 maisons de production chevronnées pour y arriver.

Les investissements engagés dans les productions d'ici ont eu plusieurs répercussions favorables. En plus de dynamiser l'industrie, des stratégies de diffusion novatrices, notamment pour les téléséries, ont répondu aux passionnés du genre qui privilégient l'écoute des épisodes d'une série en rafale. À cet égard, la série *Mensonges* aura été la première série québécoise à être offerte sur une plateforme de vidéo par abonnement, Club illico, avant d'être diffusée sur la chaîne addik^{TV}.

Soucieuse d'offrir les meilleurs contenus sur l'ensemble des plateformes et souhaitant répondre à l'intérêt des consommateurs pour des contenus d'ailleurs mais présentés en français, Contenu QMI a sécurisé l'acquisition de contenus auprès de fournisseurs reconnus et prestigieux. Des ententes multi-années ont été conclues notamment avec Les Films Séville, MGM, NBCUniversal, Paramount Pictures, Sony Pictures, Viacom Inc. et Warner.

Fait à souligner, l'entente multiplateforme conclue avec Viacom permettra aux enfants d'ici d'avoir accès aux plus grandes marques de Nickelodeon (nommément Dora, Go Diego et Les Tortues Ninja) disponibles sur Club illico et sur la chaîne Yoopa. L'entente a d'ailleurs déjà porté ses fruits, enregistrant une augmentation de 52 % des commandes chez les 6-9 ans sur Club illico grâce au succès instantané de la série *Les Tortues Ninja*.

Contenu QMI a conclu deux ententes d'importance de codéveloppement avec TF1 Production, filiale de Groupe TF1, et Armoza Formats. Ces ententes permettront d'investir dans le développement de nouveaux formats détenus en copropriété et destinés à une diffusion nationale de même qu'à une distribution internationale.

Grâce à ces ententes conclues avec des joueurs majeurs de l'industrie de la production, Contenu QMI devient la première entreprise au Québec à prendre pied de façon innovante et importante sur le marché international des formats, une initiative qui devrait apporter une réelle contribution au rayonnement de la création et des talents d'ici sur la scène internationale.

En outre, Contenu QMI confie la distribution de son catalogue de formats à Armoza Formats qui, fondée en 2005, est considérée comme l'une des entreprises phares dans ce domaine. Le partenariat avec Armoza Formats aura déjà permis d'exposer plusieurs titres aux acheteurs du monde entier, soit *La Marraine*, *Le Tricheur*, *Mensonges*, *Sur invitation seulement*, *Un sur 2* et *Vol 920*, et de conclure des ventes.

Sur invitation seulement

Un sur 2

DES VENTES INTERNATIONALES À SIGNALER

Un sur 2 : Adaptée en Pologne par Akson Studios pour la chaîne privée TVN

Mensonges : Option cédée à la société française Made in PM en vue d'une adaptation en France
Option cédée à Ace Entertainment en vue de la diffusion de la série originale québécoise pour la chaîne France 2

Vol 920 : Option cédée à Fremantle France en vue d'une adaptation en France
Option cédée à Magnolia Italie en vue d'une adaptation en Italie

Sur invitation seulement : Option cédée à Magnolia Espagne en vue d'une adaptation en Espagne
Option cédée à Lagardère en vue d'une adaptation en France

STUDIOS BLOOBUZZ INC.

Membre de la grande famille de Québecor depuis 2012, l'entreprise de développement de jeux vidéo Studios BlooBuzz compte plus de 40 employés à Saguenay, ce qui la positionne comme la plus grande entreprise de ce type à l'extérieur des régions métropolitaines de Québec et de Montréal. Parmi eux, on retrouve une vingtaine d'artistes et d'animateurs 2D et 3D, de concepteurs de jeux et de scénaristes interactifs qui développent des jeux distribués sur les plateformes mobiles dans plus de 150 pays, offrant ainsi une vitrine mondiale à leurs talents créatifs.

Au cours de l'année 2014, Studios BlooBuzz a lancé le jeu *Origins: Elders of Time*. Disponible sur les plateformes Windows, Mac, iPhone, iPod Touch, iPad et Android — comme tous les jeux développés par l'entreprise —, le jeu a été encensé par la critique.

Par ailleurs, le jeu *The Timebuilders: Pyramid Rising II*, deuxième volet d'une saga qui transporte le joueur aussi loin que dans l'Égypte des pharaons, a été finaliste pour un prix Numix, dans la catégorie Jeu mobile.

En plus de permettre aux talents d'ici de s'illustrer dans une industrie des plus concurrentielles, Studios BlooBuzz soutient le développement de la relève de l'industrie du jeu vidéo au moyen de bourses d'études offertes aux étudiants du baccalauréat avec majeure en conception de jeux vidéo et du baccalauréat en animation 3D et design numérique de l'Université du Québec à Chicoutimi.

GROUPE SPORTS ET DIVERTISSEMENT

MUSIQUE

MUSICOR

Une fois de plus, Musicor s'est illustrée comme l'un des plus gros joueurs au Québec en 2014. L'entreprise a mis sur le marché près d'une dizaine d'albums musicaux, dont ceux du duo Marie-Eve Janvier et Jean-François Breau (*Libre*), de Brigitte Boisjoli (*Sans regret*), d'Étienne Drapeau (*T'es toute ma vie*) ainsi que le projet de Bruno Pelletier et de Guy St-Onge (*Musique & Cinéma*).

Ste-4 Musique, qui a entamé sa deuxième année d'existence en tant qu'étiquette d'artistes émergents, a bénéficié d'une belle notoriété grâce à la sortie de l'album de Joseph Edgar (*Gazebo*). Son premier extrait, *Espionne Russe*, a été couronné de succès avec 800 000 vues du vidéoclip sur YouTube, 19 000 ventes du *single* et une première position au palmarès francophone des ventes iTunes pendant plus de deux mois. L'entreprise a aussi mis en marché le premier album du groupe rock Caravane (*Chien noir*) à l'automne. Les deux premiers extraits se sont hissés rapidement dans le top 20 du palmarès francophone et l'album s'est mérité une place parmi les très convoités palmarès des meilleurs disques 2014 de divers médias.

Par ailleurs, Musicor Spectacles a pris un virage en 2014 qui lui a permis d'aller chercher un tout nouveau public. L'année a commencé en force avec la production du gala *Célébration 2014* de Loto-Québec, un franc succès, suivi d'une tournée unique avec Dick Rivers et Nanette Workman. L'entreprise est aussi devenue le promoteur de la tournée québécoise de Véronic DiCaire, *La voix des autres*, qui a affiché complet dans toutes les salles, dont un total de plus de 80 000 billets ont été vendus.

Marie-Mai

De plus, les tournées d'Étienne Drapeau et du duo Marie-Eve Janvier et Jean-François Breau vont bon train. Musicor Spectacles est fière d'avoir présenté 14 productions, dont 5 nouvelles, pour un total de 124 représentations cette année, comprenant des spectacles en salle, des festivals et des événements qui, ensemble, ont rejoint plus de 10 000 spectateurs. Soulignons que l'entreprise est très fière de compter dans ses rangs de nouveaux artistes et groupes, tels que Les Chercheurs d'Or et Joseph Edgar. Musicor Spectacles s'est aussi entendue avec Julie Lamontagne et Mentana pour faire le placement de leurs spectacles.

Marc Dupré

Gala *Célébration 2014*

Joseph Edgar

Marie-Eve Janvier et
Jean-François Breau

DISTRIBUTION SELECT

Distribution Select a terminé 2014 en confirmant sa position de distributeur indépendant numéro un au Canada, affichant une part de marché de 54,2 % sur les produits francophones et une part de 21,1 % sur l'ensemble des produits vendus au Québec – tous genres et langues confondus –, et proposant un catalogue de plus de 7 800 titres audio et 1 500 produits vidéo.

L'entreprise a aussi profité des derniers mois pour conclure des ententes de distribution avec 43 nouveaux collaborateurs et mettre en marché pas moins de 732 nouvelles parutions en CD et 240 en DVD et disques Blu-ray.

Plusieurs artistes dont l'entreprise assure la distribution ont été récompensés sous différentes formes. Marie-Mai s'est vue remettre une certification triple platine pour son DVD *Traverser le miroir*, un mois seulement après sa parution. Son album *M* a aussi été honoré d'une certification or peu de temps après sa sortie. Les albums de Karkwa et de *La Voix* ont aussi reçu une certification or. Quant à Arthur L'aventurier, son DVD a été certifié platine. De plus, 19 trophées ont été remis à des artistes, producteurs et collaborateurs de Distribution Select lors du Gala ADISQ 2014.

Distribution Select a une fois de plus élargi son réseau en devenant le distributeur officiel de produits musicaux et de DVD pour la chaîne de magasins HART, laquelle a ajouté 60 nouveaux points de vente répartis au Québec et en Ontario.

De son côté, le centre de distribution a complété avec succès un programme d'amélioration de la performance, échelonné sur une période de six mois, dont l'objectif était de réduire les frais d'exploitation de l'entreprise.

Soulignons enfin qu'en distribution numérique Distribution Select a conclu des ententes avec toutes les plateformes de musique en continu ainsi qu'avec iTunes, Google Play et YouTube, afin d'y positionner les œuvres de ses artistes québécois.

Véronic DiCaire

GESTION D'ÉVÉNEMENTS

GESTEV

Chef de file de l'organisation d'événements sportifs et culturels d'envergure, Gestev a mis sur pied de nombreux événements au cours de 2014. Parmi les plus marquants, on compte la Coupe du monde FIS de snowboard, le Red Bull Crashed Ice, la Coupe du monde UCI de vélo de montagne et la Fête de la Famille à la Baie de Beauport. L'entreprise a aussi organisé la 13e Coupe du monde FINA de nage synchronisée qui a accueilli 107 nageuses provenant de 17 pays. De plus, Gestev a assuré la gestion complète du site de villégiature de la Baie de Beauport et du site de l'anneau de glace des plaines d'Abraham. À cela s'ajoutent les mandats d'exploitation de commandites, de relations de presse, de marketing expérientiel qu'elle réalise ainsi que les événements privés organisés à la Baie de Beauport.

Ce fut une année faste pour l'entreprise de Québec, puisque, en plus d'avoir mené à terme de nombreux projets avec succès, elle a remporté plusieurs prix récompensant ses différents événements. Le Snowboard Jamboree, qui accueille notamment la Coupe du monde FIS de snowboard, a été primé à trois reprises en 2014. Le Festival de surf des neiges a ainsi été nommé Événement de l'année lors du Gala Reconnaissance de la Jacques-Cartier, en plus de recevoir le prix Événement international du Gala Sports Québec et le prix Événement du Gala Triomphe. En cette année olympique, l'événement a une fois de plus connu un grand succès auprès du public en présentant une formule *100 % freestyle* pour la toute première fois.

Aussi organisatrice du spectaculaire Red Bull Crashed Ice, événement emblématique du circuit du Championnat du monde de Ice Cross Downhill, Gestev a de nouveau su rassembler les amateurs de course de patin extrême. Plus de 110 000 spectateurs ont assisté à l'édition 2014 de la course qui a mis en vedette 64 patineurs. Pour cette 9e édition de l'événement à Québec, l'équipe de Gestev a conçu une piste d'une longueur de 480 mètres, la plus longue du circuit, qui, comme chaque année, met en valeur les paysages de la Vieille Capitale.

Fête de la Famille à la Baie de Beauport

Championnat du monde de Ice Cross Downhill

Photo : Sven Martin

Photo : Lyra

Coupe du monde FIS de snowboard

Photo : Lyra

Coupe du monde UCI de vélo de montagne

HOCKEY

L'Armada de Blainville-Boisbriand

C'est un fait établi : le hockey fait partie de notre identité nationale. Il fait aussi partie de celle de Québecor et, encore davantage, de son secteur Sports et divertissement. À telle enseigne qu'aujourd'hui l'entreprise est la fière copropriétaire de l'Armada de Blainville-Boisbriand et, depuis novembre 2014, propriétaire des Remparts de Québec, deux équipes de la Ligue de hockey junior majeur du Québec (LHJMQ).

Les Remparts de Québec ont rapidement conquis le cœur des amateurs de hockey de la région de la Vieille Capitale depuis leur relance en 1997, sous la houlette de deux philanthropes et grands amateurs de hockey, Michel Cadrin et Jacques Tanguay, de même que de Patrick Roy, un des meilleurs gardiens de l'histoire des Canadiens de Montréal et de la LNH. La moyenne d'assistance pour la saison 2013-2014 a été de près de 10 000 spectateurs, soit environ deux tiers de la capacité du Colisée Pepsi. Le 7 février 2014, alors que l'équipe a invité ses partisans à venir démontrer leur appui à la candidature de la Ville de Québec pour la tenue de la Coupe Memorial, ils ont été 13 518 à s'y être donné rendez-vous. Il y a fort à parier que la cote d'amour des Remparts continuera de grimper lors de la prochaine saison, alors que l'équipe élira domicile au nouveau Centre Vidéotron.

Du côté des résultats sur la glace, les Remparts sont arrivés troisième de la division Est de la LHJMQ. L'ailier gauche Anthony Duclair a fait honneur à son équipe et à ses partisans puisqu'il a été sacré deuxième meilleur buteur de la LHJMQ, avec 50 buts marqués en saison régulière.

Quant à l'Armada, une équipe fondée en 2011, elle est arrivée deuxième de la division Ouest et cinquième à l'échelle de la LHJMQ pour la saison 2013-2014. Ces excellents résultats suivent ceux des années précédentes alors que l'équipe est arrivée première de sa division lors de ses deux premières années d'existence.

Faisant leur la mission de la LHJMQ, l'Armada et les Remparts participent non seulement au développement de joueurs pour le hockey professionnel, mais veillent à soutenir la réussite scolaire de leurs joueurs. Pour faire partie de l'Armada et des Remparts, les joueurs doivent être étudiants dans un établissement d'enseignement. Afin de favoriser leur réussite scolaire, l'Armada défraie tous les coûts liés aux études, que ce soit les frais de scolarité, l'achat de livres et de fournitures scolaires et les frais de déplacement, tandis que les Remparts ont mis sur pied un fonds d'étude afin de soutenir financièrement les joueurs pendant leurs études. En outre, des tuteurs sont à la disposition des joueurs.

Par ailleurs, ayant à cœur la cause de la persévérance scolaire, l'Armada s'est associée avec les Partenaires pour la réussite éducative dans les Laurentides. Tout au long de l'année scolaire, les joueurs font la tournée des écoles de la région. En allant à la rencontre des élèves, ils agissent comme ambassadeurs et comme modèles afin de parler de l'importance de persévérer à l'école. Il en va de même pour les joueurs des Remparts qui font aussi la tournée des écoles de la région de Québec. Aussi, une fois par année, les joueurs rendent visite aux enfants malades hospitalisés au Centre hospitalier de l'Université Laval.

Les Remparts de Québec

ENGAGEMENT SOCIAL

NOS EMPLOYÉS

La convergence est une stratégie avantageuse sur plusieurs plans, notamment en ce qui a trait aux ressources humaines. En effet, elle joue un rôle clé dans l'acquisition et la rétention de talents. C'est ainsi que Québecor a pu constituer un effectif qui se démarque par sa connaissance de la culture organisationnelle de l'entreprise et sa compréhension de l'ensemble des composantes de son écosystème. Son approche – soutenir le développement de ses employés avant de recruter à l'extérieur – fait de la mobilité interne un atout de gestion incontestable.

Dans la foulée de cette dynamique, le développement des ressources à fort potentiel a continué de progresser en 2014. Grâce à la création de nouveaux champs d'activités, où la collaboration des différents secteurs est essentielle au succès, les meilleurs candidats se sont vus offrir de nouvelles occasions de croissance.

Québecor a donc continué à mettre l'accent sur la qualité de la formation de ses gestionnaires. Mentionnons, à cet égard, que Vidéotron compte désormais 500 gestionnaires ayant participé à l'un des parcours de formation disponible chez Québecor. Quant au Campus Québecor, il a entamé une série de formations pour les gestionnaires, tous secteurs confondus.

Soulignons enfin que le processus d'amélioration continue lancé chez Vidéotron il y a quelques années a donné lieu cette année à un 100e projet d'amélioration.

NOS VALEURS

- Être performant
- Se différencier
- Être agile et rapide dans l'exécution
- Traiter le client comme nous aimerions être traités
- Faire preuve d'innovation
- Travailler en équipe

ENVIRONNEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

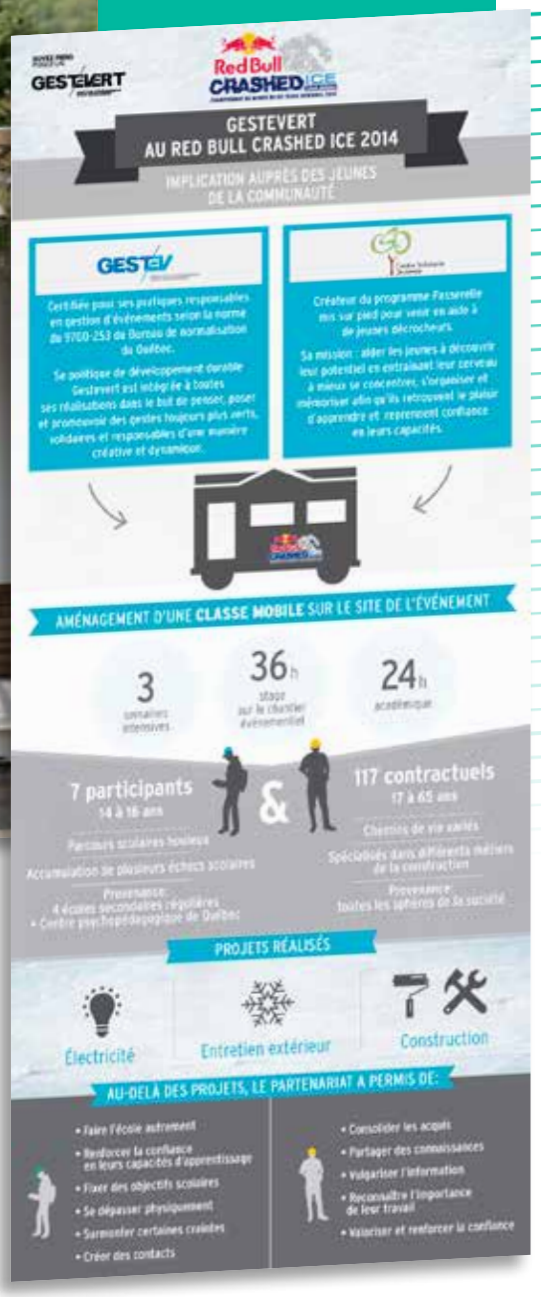
Au cours des dernières années, Québecor a déployé une stratégie structurée visant à réduire son empreinte environnementale. Ainsi, depuis 2009, elle soumet systématiquement son bilan carbone à l'examen du Carbon Disclosure Project (CDP). En 2014, des mesures supplémentaires ont été mises en œuvre afin de mesurer sa progression avec impartialité. C'est dans cette optique que Québecor a sollicité Enviro-accès inc., une tierce partie indépendante, afin de procéder à une vérification de la méthodologie conforme à la norme ISO 14064-3: 2006.

Cette vérification, combinée à diverses améliorations apportées au bilan, a permis encore une fois d'augmenter de façon marquée le pointage CDP de Québecor par rapport à 2012, une performance dont l'entreprise tire une grande fierté.

Le plus récent bilan carbone de Québecor démontre d'ailleurs que l'entreprise a réduit ses émissions de gaz à effet de serre de 22 % depuis 2009.

De plus, afin de mieux évaluer en amont l'empreinte environnementale associée aux processus d'approvisionnement, Québecor a développé et lancé un système rendant possible l'évaluation systématique de la performance environnementale et sociale de ses fournisseurs. Ce système s'ajoute ainsi à des mesures qui permettent de réduire à la source le nombre de déchets produits et d'améliorer le taux de réemploi des déchets qui ne peuvent être éliminés.

Espaces verts — Parcs éoliens



ÉVOLUTION DE LA PERFORMANCE DU PROGRAMME DE RÉCUPÉRATION ET DE VALORISATION DES PRODUITS ÉLECTRONIQUES

Année	Unités récupérées	Unités réemployées	Unités recyclées
2014	1 003 880	663 475	196 560
2013	680 250	597 750	82 500
2012	52 470	44 500	7 970
TOTAL	**1 736 600**	**1 305 725**	**287 030**

Prix Coup d'Éclat ! remis à Gestev

Du côté de Vidéotron, le partenariat avec l'un des plus importants organismes communautaires de la Mauricie, Service d'intégration au travail, a donné naissance au projet Désuétude. Ce partenariat permet de remettre en fonction des équipements qui peuvent, à première vue, sembler désuets. Lorsque la remise en fonction n'est plus possible, ces équipements sont recyclés par des entreprises spécialisées et reconnues pour leur gestion environnementale et sociale. À ce jour, ce projet a permis à Vidéotron de générer des économies de plus de 3,0 M$.

Cette année encore, Québecor a mis en œuvre diverses mesures pour assurer l'amélioration continue du programme de récupération et de valorisation des produits électroniques liés à ses activités commerciales. L'entreprise a notamment initié un programme de recherche et développement visant une meilleure compréhension du marché des appareils électroniques, qui tient compte de leur cycle de vie environnementale et sociale. À cet effet, elle a initié le premier *RecycLab*, un événement qui a donné l'occasion à des acteurs de divers horizons d'échanger à propos de la dynamique du marché des appareils électroniques dans le but de trouver des pistes de réemploi non conventionnelles pour ces appareils et leurs composantes.

Québecor accorde beaucoup d'importance à son rôle de bon citoyen corporatif, qui se concrétise dans de nombreuses initiatives à caractère social, environnemental ou entrepreneurial.

C'est ce qui motive, par exemple, l'appui de Vidéotron à la Maison Notman, qui travaille au développement de solutions numériques pour répondre à des problèmes environnementaux et sociaux, ou encore la collaboration de Québecor avec L'Esplanade, un incubateur d'entreprises à vocation sociale, et son appui à la parade des jouets au profit de la Fondation Réno-Jouets, de même qu'à deux activités « électrisantes », soit *Ma ville, c'est électrique* et le cocktail bénéfice annuel d'Équiterre, auquel elle participe à titre de gouverneur.

Québecor soutient aussi la recherche scientifique et la préservation de la biodiversité et du patrimoine naturel québécois. Cette année, l'entreprise a participé à une table ronde animée par des représentants de

l'organisme environnemental Canopée pour générer des pistes de solution harmonieuses conciliant les intérêts commerciaux du Québec et l'équilibre écologique de la Vallée de la Broadback, une des forêts anciennes les plus importantes du Québec.

Québecor est fière de souligner que l'équipe de Gestev a poursuivi son parcours vers l'excellence en matière de gestion événementielle écoresponsable. En effet, l'équipe a mérité le prix Coup d'Éclat de la Société des Attractions touristiques du Québec et de Festivals et Événements Québec dans la catégorie développement durable pour l'édition 2014 du Vélirium.

Fait à noter, un rapport mesurant le succès des initiatives de développement durable est publié à la suite de chacun des événements réalisés par Gestev. Ces rapports démontrent qu'en plus d'améliorer constamment et de certifier la performance de ses événements en matière de responsabilité sociale et environnementale, Gestev encourage activement la participation citoyenne. Un exemple probant : au terme du Vélirium, une somme de 10 000 $ a été remise à différents groupes bénévoles afin qu'ils puissent faire avancer une cause communautaire ou sportive qui leur tient à cœur.

PARTENAIRE DE LA COMMUNAUTÉ

Le fondateur de Québecor, le regretté Pierre Péladeau, estimait qu'une entreprise a le devoir de redonner à la communauté qui lui a permis de grandir.

Son entreprise s'assure aujourd'hui de maintenir bien vivant ce précieux héritage philanthropique en demeurant près de la communauté. Dans les moments de gloire comme dans les moments dramatiques qui ont touché le Québec au cours des dernières décennies, les Québécois ont pu compter sur Québecor, tant pour faire rayonner leur culture que pour les accompagner dans l'adversité.

L'entreprise est donc très fière de soutenir de nombreux organismes actifs dans les domaines de la culture, de l'action communautaire, de l'éducation, de l'aide à la jeunesse, de la santé, du développement durable, de l'entrepreneuriat et du sport. En 2014, la valeur de la contribution de Québecor a ainsi totalisé près de 35,7 M$ et a touché plus de 400 organismes.

PRÉSERVER ET CÉLÉBRER LA MÉMOIRE

Cette année encore, *Éléphant : mémoire du cinéma québécois* (*Éléphant*) a poursuivi avec patience et minutie son œuvre de restauration et de mise en valeur du patrimoine cinématographique québécois. La réputation du programme, né de la volonté de Québecor de rendre accessible et de sauvegarder un pan important de notre mémoire collective, a d'ailleurs commencé à transcender nos frontières. En font foi les différentes invitations à participer à divers événements de prestige consacrés aux œuvres restaurées ou au cinéma de patrimoine, invitations qui, du même coup, ont confirmé la crédibilité acquise par *Éléphant* depuis sa création.

Ainsi, pour la première fois, un film restauré par *Éléphant* était sélectionné au mythique Festival de Cannes et présenté dans le cadre de la section Cannes Classics de l'événement, soit *Léolo*, du regretté cinéaste Jean-Claude Lauzon.

Quelques mois plus tard, c'était au tour de la version restaurée par *Éléphant* du film *Les bons débarras*, de Francis Mankiewicz, d'être inscrite à la section Splendeurs des restaurations du festival Lumière de Lyon, un événement voué au cinéma de patrimoine. L'honneur était d'autant plus estimable que seuls 10 films appartenant au patrimoine cinématographique mondial faisaient partie de cette section consacrée au meilleur travail de restauration filmique.

Éléphant a aussi accru le rayonnement de son imposant catalogue outre-mer, en le lançant sur iTunes Store Europe et Afrique. Cette initiative permet aux citoyens des pays de ces deux continents dont l'une des langues officielles est le français ou l'anglais de visionner des œuvres de notre patrimoine cinématographique. Rappelons qu'*Éléphant* était déjà disponible depuis l'automne 2013 sur iTunes au Canada et aux États-Unis.

Au Québec, 2014 passera aussi à l'histoire comme l'année qui aura vu naître Éléphant ClassiQ, le premier festival de cinéma canadien et nord-américain voué aux films restaurés du patrimoine cinématographique mondial. Inspiré par la rencontre cannoise, Éléphant ClassiQ compte devenir non seulement une vitrine pour ce cinéma, mais aussi un rendez-vous d'intérêt pour les cinéphiles.

Louis Boudreault : *Voix d'ici*

Cette mémoire collective, Québecor l'a aussi célébrée en proposant un regard touchant sur l'enfance de 22 géants d'ici avec l'exposition *Voix d'ici*, du peintre québécois de réputation internationale Louis Boudreault. Installée dans le vaste hall du siège social de Québecor à Montréal, l'impressionnante exposition comprenait 22 portraits de personnalités qui ont marqué le Québec du XX^{e} siècle. Ce sont ainsi des milliers de visiteurs qui ont pu contempler ces œuvres en forme d'hommage à certains de nos plus brillants écrivains, musiciens, chanteurs, peintres, entrepreneurs et, bien sûr, hockeyeurs. Rappelons que l'espace musée qui occupe une partie du hall du siège social de Québecor se veut une vitrine pour les artistes québécois en arts visuels.

UN PARTI PRIS POUR LA SANTÉ

Tout au long de l'année, Québecor est aussi demeurée fidèle à son engagement en matière de santé et de recherche, en soutenant ou en prenant diverses initiatives destinées à apporter une contribution importante à la qualité de vie d'enfants, de femmes et d'hommes d'ici et d'ailleurs.

Ainsi, c'est avec fierté que l'entreprise acceptait de présider la première campagne majeure de financement de la Fondation de l'Institut universitaire de cardiologie et de pneumologie de Québec. En plus de recueillir 33,5 M$, soit plus de 10 % de plus que l'objectif, la campagne a reçu un élan appréciable grâce à une contribution d'une valeur de plus de 3,0 M$ de Québecor. L'ensemble des fonds recueillis permettra à l'Institut, qui dessert quelque deux millions de citoyens, de poursuivre son développement et de maintenir son niveau d'expertise. Spécialisé dans la santé des personnes atteintes de maladies cardiaques, respiratoires et dans le traitement des maladies liées à l'obésité, l'Institut est un chef de file d'envergure internationale qui se distingue notamment par la qualité des soins et des services qu'il prodigue à la population et ses activités de recherche et d'enseignement.

Touchée par la mission de l'organisme, Québecor s'est engagée aux côtés de la Fondation Sourdine. La fondation à but non lucratif de Québec récolte des fonds afin de soutenir l'École oraliste de Québec pour enfants sourds. Seule école francophone à vocation purement oraliste en Amérique du Nord, elle a pour mission d'aider les enfants qui vivent avec cette condition à réussir leur intégration au sein de classes régulières et de la société en général.

De plus, Québecor a été heureuse d'annoncer la concrétisation de son engagement en Haïti. Rappelons qu'au moment du tremblement de terre qui a dévasté le pays en 2010, l'entreprise et ses filiales s'étaient mobilisées pour aider la population éprouvée. En plus d'organiser un téléthon qui avait permis d'amasser 6,7 M$, Québecor avait dépêché des techniciens de Vidéotron et de l'équipement pour rétablir les communications locales et outre-mer grâce à la mise sur pied d'un centre de médias et de télécommunication.

Par ailleurs, Québecor s'était engagée à remettre une somme de 500 000 $, à être partagée à parts égales, à la division du Québec de la Croix-Rouge canadienne et au Centre d'étude et de coopération internationale (CECI) afin de soutenir leurs efforts en Haïti. Grâce à ce geste, la Croix-Rouge a pu reconstruire et agrandir un centre de santé à Marbial, dans le sud-est d'Haïti, dans le but de faciliter l'accès aux soins de santé à cette communauté éloignée. Ouvert au début de 2014, le centre dessert maintenant une population de 40 000 personnes.

Pendant ce temps, le CECI investissait les 250 000 $ reçus pour financer les activités de deux centres pour femmes et filles victimes de violence, le Centre Magalie pour la vie à Jacmel et le Centre Reviv à Port-au-Prince. La violence faite aux femmes, déjà une problématique sévère en Haïti, s'est accrue après le tremblement de terre en raison notamment des conditions de vie précaires dans les camps. Les projets humanitaires que Québecor a ainsi accepté de soutenir ont été réalisés en collaboration avec des associations de femmes bien implantées en Haïti. Les deux centres offrent des solutions d'hébergement temporaires, sécuritaires et décentes aux femmes et aux filles victimes de sévices, en plus d'offrir des services juridiques et des interventions psychosociales.

Centre de santé de la Croix-Rouge à Marbial (Haïti)

D'ÉTUDES ET DE SPORTS

La persévérance scolaire reste l'un des plus importants défis de la société québécoise. C'est pourquoi, parmi les nombreux organismes communautaires dédiés aux jeunes que Québecor encourage chaque année, on retrouve L'Ancre des Jeunes. Situé dans Verdun, un secteur de Montréal où le taux de décrochage est d'environ 50 %, L'Ancre des Jeunes favorise la persévérance scolaire chez les jeunes de la 5e année du primaire jusqu'à la 4e du secondaire. Originale, l'approche de l'organisme est fondée sur la prise en considération de toutes les problématiques – sociale, affective, éducative et de santé – de chacun des jeunes, ainsi que de leur rythme d'apprentissage, de leurs forces et difficultés. L'Ancre n'accueille, en outre, que des jeunes qui désirent fréquenter la ressource et s'investir pleinement dans leurs apprentissages.

Enfin, sur le plan sportif, Québecor est toujours fière de soutenir les jeunes athlètes qui, en s'illustrant à l'échelle locale et internationale, sont une réelle source de fierté et d'inspiration pour l'ensemble des Québécois. Parmi ces héros, mentionnons le skieur Alex Harvey, qui a connu une excellente année 2014 en obtenant quatre podiums. En cyclisme, les membres de l'équipe Garneau-Québecor ont continué à gravir les échelons des classements toute la saison en montant aussi régulièrement sur le podium. Fait à souligner, tant les membres de l'équipe que le skieur Alex Harvey poursuivent activement leurs études, un choix qu'encourage vivement Québecor considérant la relative brièveté des carrières sportives et, de ce fait, l'importance, pour les athlètes de préparer leur « seconde carrière ».

LES LAURÉATS 2014 DES BOURSES PIERRE-PÉLADEAU

Depuis 1999, Québecor remet chaque année les Bourses Pierre-Péladeau, d'une valeur totale de 100 000 $. L'objectif : reconnaître et soutenir activement le talent et la créativité de la relève entrepreneuriale québécoise. Destinées aux étudiants de toutes les universités québécoises, les Bourses Pierre-Péladeau visent à aider les futurs entrepreneurs à lancer leur entreprise, à réaliser leur plan d'affaires et à développer leurs produits et leurs marchés.

PREMIER PRIX
Rami Jarjour et **Philippe Beauchamp,**
INGENIARTS TECHNOLOGIES INC.,
en compagnie de **Pierre Dion** et **Pierre Laurin**, président du jury

DEUXIÈME PRIX
Pascal Nataf, David Duguay et Kim Berthiaume,
AFFORDANCE STUDIO

TROISIÈME PRIX
Caroline Mathieu et Mikaël Trottier,
CASAMIVI

CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR INC.*

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Jean La Couture, FCPA, FCA [1]
Président,
Huis Clos ltée

Sylvie Lalande [2, 3]
Présidente du conseil,
Groupe TVA inc., et
administratrice de sociétés

Pierre Laurin [2, 3]
Vice-président du conseil et
administrateur en chef,
Québecor inc. et Québecor Média inc.

A. Michel Lavigne, FCPA, FCA [1, 2]
Administrateur de sociétés

Geneviève Marcon [3]
Présidente,
GM Développement inc.

Le très honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL.D.
Président du conseil,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et
associé principal,
Norton Rose Fulbright Canada, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

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

Normand Provost [1]
Conseiller au président,
Caisse de dépôt et placement du Québec

DIRIGEANTS

Le très honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL.D.
Président du conseil

Pierre Laurin
Vice-président du conseil et
administrateur en chef

Pierre Dion
Président et chef de la direction

Jean-François Pruneau
Vice-président principal et
chef de la direction financière

Chloé Poirier
Vice-présidente et trésorier

Denis Sabourin
Vice-président et contrôleur corporatif

Marc M. Tremblay
Vice-président principal,
chef des affaires juridiques et
affaires publiques, et
secrétaire

Dominique Poulin-Gouin
Secrétaire adjointe

1 Membre du comité d'audit
2 Membre du comité des ressources humaines et de la rémunération
3 Membre du comité de régie d'entreprise et de mise en candidature

* En date du 7 mai 2015

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

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Jean La Couture, FCPA, FCA [1, 3]
Président,
Huis Clos ltée

Sylvie Lalande [2]
Présidente du conseil,
Groupe TVA inc., et
administratrice de sociétés

Pierre Laurin [2]
Vice-président du conseil et
administrateur en chef,
Québecor inc. et Québecor Média inc.

A. Michel Lavigne, FCPA, FCA [1, 2, 3]
Administrateur de sociétés

Geneviève Marcon
Présidente,
GM Développement inc.

Le très honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL.D.
Président du conseil,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et
associé principal,
Norton Rose Fulbright Canada, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Robert Paré [3]
Associé principal,
Fasken Martineau DuMoulin, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Normand Provost [1]
Conseiller au président,
Caisse de dépôt et placement du Québec

COMITÉ DE DIRECTION

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

Manon Brouillette
Présidente et chef de la direction,
Vidéotron ltée

Julie Tremblay
Présidente et chef de la direction,
Groupe Média et Groupe TVA inc.

Benoît Robert
Président et chef de la direction,
Groupe Sports et divertissement

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

France Lauzière
Vice-présidente principale,
Contenu QMI

J. Serge Sasseville
Vice-président principal,
Affaires corporatives et institutionnelles

Marc M. Tremblay
Vice-président principal,
chef des affaires juridiques et
affaires publiques, et
secrétaire

Isabelle Leclerc
Vice-présidente,
Ressources humaines

Caroline Roy
Vice-présidente,
Recherche et développement numérique,
QMI Numérique

1 Membre du comité d'audit
2 Membre du comité des ressources humaines et de la rémunération
3 Membre du comité exécutif

* En date du 7 mai 2015