



NOTICE ANNUELLE

EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2013

LE 31 MARS 2014

TABLE DES MATIÈRES

RUBRIQUE 1 — LA SOCIÉTÉ	1
1.1 LES FILIALES	1
RUBRIQUE 2 — ACTIVITÉS	2
2.1 TÉLÉCOMMUNICATIONS	3
2.1.1 Survol des activités	3
2.1.2 Produits et services	3
2.1.3 Statistiques sur la clientèle de Vidéotron	6
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	8
2.1.7 Marketing et service à la clientèle	10
2.1.8 Programmation	11
2.1.9 Concurrence	11
2.1.10 Propriété	13
2.2 MÉDIAS D'INFORMATION	13
2.2.1 Survol des activités	13
2.2.2 Survol du secteur de l'édition de journaux au Canada	14
2.2.3 Publicité et tirage	15
2.2.4 Activités de presse	16
2.2.5 Autres activités	20
2.2.6 Caractère saisonnier et périodicité	22
2.2.7 Matières premières	22
2.2.8 Propriété	22
2.3 TÉLÉDIFFUSION	22
2.3.1 Propriété	23
2.4 LOISIR ET DIVERTISSEMENT	23
2.4.1 Survol des activités	23
2.4.2 Production, distribution et vente au détail de produits culturels	23
2.4.3 Édition et distribution de livres	24
2.4.4 Concurrence	24
2.4.5 Propriété	25
2.5 TECHNOLOGIES ET COMMUNICATIONS INTERACTIVES	25
2.5.1 Survol des activités	25
2.5.2 Concurrence	25
2.5.3 Propriété	25
2.6 PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	25
2.7 ASSURANCES	26
2.8 EMPLOYÉS	26
2.9 ENVIRONNEMENT	27
RUBRIQUE 3 — FAITS SAILLANTS	28
3.1 DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS	28
3.2 FAITS SAILLANTS 2013	29
3.2.1 Québecor	29
3.2.2 Québecor Média	29
3.2.3 Télécommunications	30
3.2.4 Médias d'information	30
3.2.5 Loisir et divertissement	30
3.2.6 Technologies et communications interactives	31
3.3 FAITS SAILLANTS 2012	31
3.3.1 Québecor	31
3.3.2 Québecor Média	31
3.3.3 Télécommunications	31

3.3.4	Médias d'information	32
3.3.5	Loisir et divertissement.....	32
3.3.6	Technologies et communications interactives	32
3.4	FAITS SAILLANTS 2011	32
3.4.1	Québecor.....	32
3.4.2	Québecor Média.....	32
3.4.3	Télécommunications	33
3.4.4	Médias d'information	33
3.4.5	Loisir et divertissement.....	33
3.4.6	Technologies et communications interactives	33
RUBRIQUE 4 —	ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS	33
4.1	ADMINISTRATEURS	33
4.2	DIRIGEANTS.....	35
RUBRIQUE 5 —	COMITÉ D'AUDIT	36
5.1	MANDAT DU COMITÉ D'AUDIT	36
5.2	COMPOSITION DU COMITÉ D'AUDIT	36
5.3	FORMATION ET EXPÉRIENCE PERTINENTES.....	36
5.4	UTILISATION DE CERTAINES DISPENSES	37
5.5	POLITIQUE D'APPROBATION PRÉALABLE.....	37
5.6	HONORAIRES DE L'AUDITEUR EXTERNE	38
RUBRIQUE 6 —	LITIGES.....	38
RUBRIQUE 7 —	FACTEURS DE RISQUE	38
RUBRIQUE 8 —	DESCRIPTION DE LA STRUCTURE DU CAPITAL	39
8.1	STRUCTURE DU CAPITAL	39
8.2	CAPITAL-ACTIONS AUTORISÉ	39
8.3	CAPITAL-ACTIONS ÉMIS ET EN CIRCULATION	40
8.4	DIVIDENDES.....	40
8.5	MARCHÉ POUR LA NÉGOCIATION DES TITRES	40
RUBRIQUE 9 —	MEMBRES DE LA DIRECTION ET AUTRES PERSONNES INTÉRESSÉES DANS DES OPÉRATIONS IMPORTANTES	41
RUBRIQUE 10 —	CONTRATS IMPORTANTS.....	42
10.1	CONVENTION ENTRE ACTIONNAIRES	42
10.2	AUTRES CONTRATS IMPORTANTS	43
10.2.1	Contrats importants de Québecor	43
10.2.2	Contrats importants de Québecor Média	44
10.2.3	Contrats importants de Vidéotron	48
RUBRIQUE 11 —	INTÉRÊTS DES EXPERTS.....	51
RUBRIQUE 12 —	AGENT DES TRANSFERTS ET AGENT CHARGÉ DE LA TENUE DES REGISTRES	51
RUBRIQUE 13 —	ÉNONCÉS PROSPECTIFS	51
RUBRIQUE 14 —	RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES	53
ANNEXE A —	INFORMATION SUR LE SECTEUR TÉLÉDIFFUSION CONTENUE DANS LA NOTICE ANNUELLE DE GROUPE TVA INC. DATÉE DU 28 FÉVRIER 2014	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 2013. 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 »
Nurun inc.	« Nurun »
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).

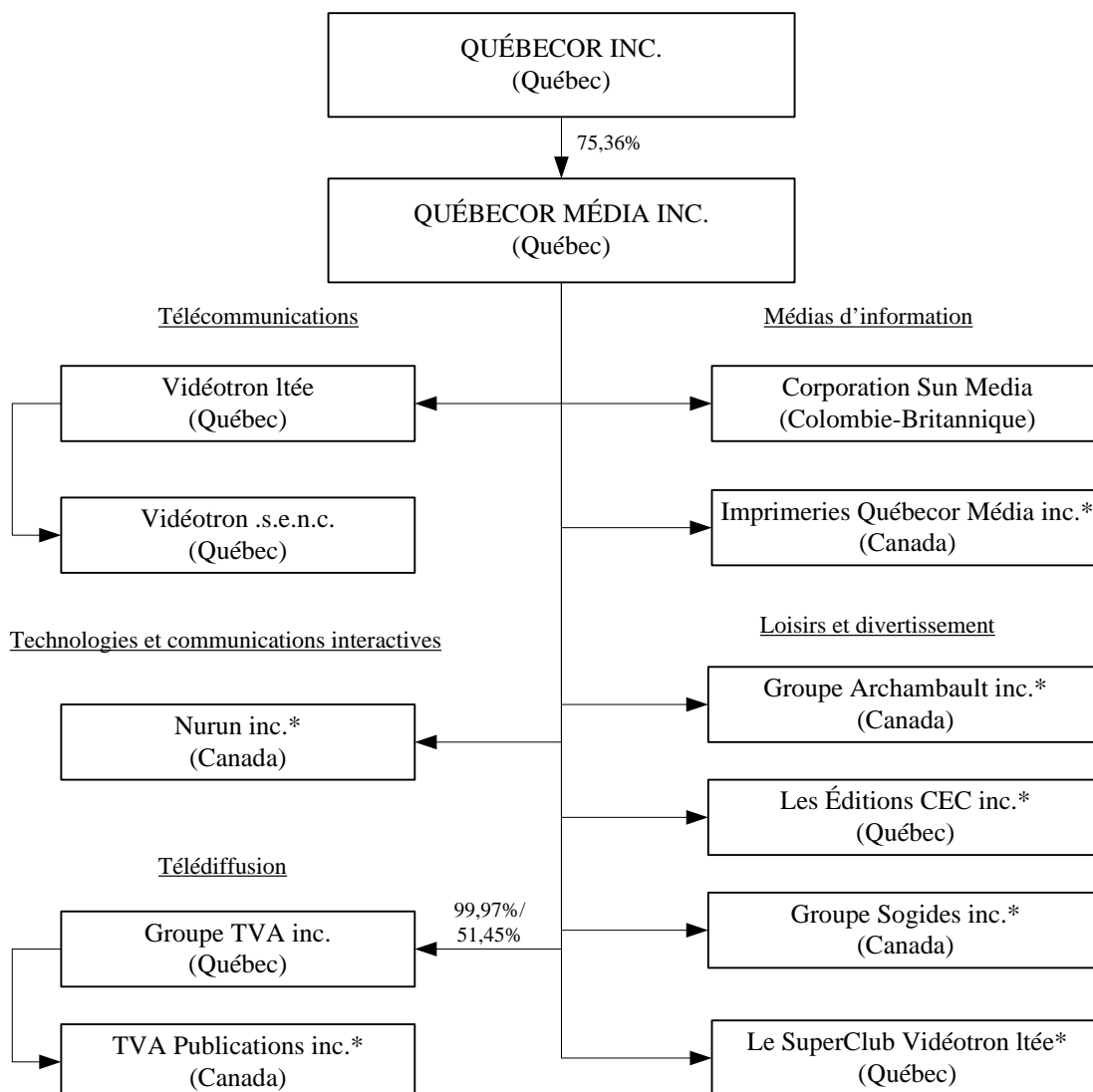
La Société exerce ses activités dans les secteurs suivants par l'entremise de sa filiale Québecor Média : Télécommunications, Médias d'information, Télédiffusion, Loisir et divertissement, et Technologies et communications interactives. La Société est présente en Amérique du Nord, en Europe et en Asie.

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 31 décembre 2013 par secteur d'activité, leur territoire de constitution ou de prorogation, ainsi que le pourcentage des droits 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 2013 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 2013. 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 2013. 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 de journaux, de la production et de la distribution de produits imprimés, de la télédiffusion, de la vente au détail, de la publication et de la distribution de livres, de magazines, de DVD, de disques Blu-ray et de jeux vidéo, de l'enregistrement, de la production et de la distribution de musique, de l'offre d'un service de musique en continu, de production de spectacles et d'événements, des services de nouveaux médias, de développement de jeux vidéo, de l'affichage extérieur, du hockey de la Ligue de hockey junior majeur du Québec (« LHJMQ ») et de la gestion d'événements sportifs et culturels. Par l'intermédiaire de ses filiales,

Québecor Média est un chef de file dans la création, la promotion et la distribution de nouvelles et de divertissement, et de services reliés à Internet conçus pour plaire à des auditoires au sein de chaque catégorie démographique. Québecor Média poursuit sa stratégie de convergence en regroupant les synergies dans l'ensemble de ses propriétés médias.

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

	Exercices terminés les 31 décembre	
	2013	2012
	(en millions de dollars)	
<u>Revenus par secteur d'exploitation</u>		
Télécommunications	2 711,8 \$	2 597,8 \$
Médias d'information	784,2	875,5
Télédiffusion	458,9	457,6
Loisir et divertissement	298,9	311,6
Technologies et communications interactives	139,2	145,5
Siège social et intersectoriels	(115,8)	(139,1)
	4 277,2 \$	4 248,9 \$

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 4G 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.

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 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, la télévision numérique, la téléphonie par câble 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

novatrices. 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 certaines sections du réseau, jusqu'à 200 Mb/s. Au 31 décembre 2013, Vidéotron comptait 1 418 388 clients au service Internet par câble, soit 77,7 % de ses abonnés au service de base et 51,7 % 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 55,5 % au 31 décembre 2013.
- *Télévision numérique.* Vidéotron a installé des équipements de tête de ligne par le biais d'un réseau de fibre optique 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 ses forfaits de télévision incluent 52 canaux de télévision de base, des canaux audio fournissant de la musique de qualité CD, 21 chaînes radio AM/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 2013, Vidéotron comptait 1 531 361 clients abonnés à son service de télévision numérique, soit 83,9 % de la totalité de ses clients abonnés au service de base et 55,8 % 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 2013, Vidéotron avait 1 286 070 abonnés à son service de téléphonie par câble, ce qui représente un taux de pénétration de 70,5 % de ses abonnés au service de base du câble et de 46,9 % 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 l'accès Internet ou de leur téléphone mobile respectivement via illico web 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 flexibilité 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 web ou sur illico mobile. 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 *illico Club à volonté*, un nouveau 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. 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 293 720 clients aux services traditionnels de câblodistribution au 31 décembre 2013, représentant 16,1 % 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+ (4G) (le « **Réseau HSPA+** »). En date du 31 décembre 2013, la majorité des foyers et commerces du territoire desservi a accès à ce service. Avant le lancement de son Réseau HSPA+, Vidéotron offrait des services de téléphonie mobile à titre d'exploitant de réseau mobile virtuel (« **ERMV** »), depuis 2006. Au 31 décembre 2013, 503 331 lignes étaient activées sur ses services de téléphonie mobile, représentant une croissance annuelle de 100 695 lignes (25,0 %).

En décembre 2011, dans le cadre d'une entente avec Industrie Canada, Vidéotron a lancé un service d'accès Internet sans fil fixe dans certaines régions du Québec. Ce service, grâce au Réseau HSPA+, 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.

De plus, à la suite d'une entente de coopération et de collaboration intervenue avec Rogers Communications S.E.N.C. (« **Rogers** ») relativement au déploiement et à l'exploitation d'un réseau sans fil partagé de technologie LTE dans la province de Québec et la région d'Ottawa, Vidéotron a signé une entente d'une durée de 20 ans avec Rogers 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** »). Cette entente permettra à Vidéotron de déployer et d'exploiter un réseau sans fil partagé de technologie LTE qui offrira aux consommateurs et aux entreprises une expérience client optimale. Ce réseau partagé générera également des économies en capital et en investissement que Vidéotron pourra réinvestir dans ses réseaux et ses services aux clients. Vidéotron et Rogers conserveront leur indépendance commerciale, notamment en ce qui a trait à leurs portefeuilles de produits et de services, à leurs systèmes de facturation et aux données de leurs clients, pendant toute la durée de cette entente.

Lors des enchères de fréquences pour services mobiles dans la bande de 700 MHz (les « **enchères de 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 de 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.

2.1.2.3 Services de télécommunication d'affaires

Vidéotron service affaires est un chef de file dans l'offre de services complets de télécommunication pour les entreprises, incluant des services mobiles. Elle dessert les petites et moyennes entreprises, les grandes entreprises ainsi que les entreprises de télécommunication. Au cours des dernières années, elle a élargi de manière significative sa clientèle et est devenue un joueur de premier plan sur le marché des services de télécommunication d'affaires au Québec. 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. Les produits et services destinés aux petites et moyennes entreprises reposent sur sa technologie coaxiale et son réseau 4G. Son expertise solide en matière de services d'affaires et de solutions personnalisées conçues pour répondre aux besoins de plus grandes entreprises et entreprises de télécommunication est également offerte. Une grande variété de produits est disponible, incluant l'Internet haute vitesse, la connectivité WIFI, la télévision, les services de téléphonie, les services et solutions de téléphonie mobile, la connectivité à un réseau privé et la transmission de données audio et vidéo.

2.1.3 Statistiques sur la clientèle de Vidéotron

Le tableau suivant résume les statistiques sur la clientèle abonnée aux services de câblodistribution analogiques et numériques de Vidéotron et à ses produits et services évolués :

	<u>Au 31 décembre</u>				
	<u>2013</u>	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>
Foyers desservis ⁽¹⁾	2 742 476	2 701 242	2 657 315	2 612 406	2 575 315
Câblodistribution					
Abonnés au service de base ⁽²⁾	1 825 081	1 854 981	1 861 477	1 811 570	1 777 025
Pénétration ⁽³⁾	66,5 %	68,7 %	70,1 %	69,3 %	69,0 %
Abonnés au service numérique.....	1 531 361	1 484 589	1 400 814	1 219 599	1 084 100
Pénétration ⁽⁴⁾	83,9 %	80,0 %	75,3 %	67,3 %	61,0 %
Accès Internet sans fil					
Abonnés à l'accès Internet sans fil	7 192	7 129	5 644	2 319	—
Accès Internet par câble					
Abonnés au modem câble.....	1 418 338	1 387 657	1 332 551	1 252 104	1 170 570
Pénétration ⁽³⁾	51,7 %	51,4 %	50,1 %	47,9 %	45,5 %
Services de téléphonie					
Abonnés à la téléphonie par câble.	1 286 070	1 264 862	1 205 272	1 114 294	1 014 038
Pénétration ⁽³⁾	46,9 %	46,8 %	45,4 %	42,7 %	39,4 %
Lignes téléphoniques mobiles.....	503 331	402 636	290 578	136 111	82 813

(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 le 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 2012, date la plus récente pour laquelle des données sont disponibles, on comptait environ 8,7 millions d'abonnés de la câblodistribution au Canada. Pour l'exercice terminé le 31 août 2012 (données les plus récentes), le revenu total de ce secteur était évalué à plus de 11,5 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 et aux États-Unis :

Exercice terminé le 31 août						
	2012	2011	2010	2009	2008	TCAC⁽¹⁾
	(nombre de foyers desservis et abonnés au service de base en millions, montant en milliards\$)					
Canada						
Revenus du secteur ⁽²⁾	11,5 \$	10,9 \$	10,1 \$	9,2 \$	8,2 \$	7,0 %
Abonnés au service de base ⁽²⁾	8,7	8,5	8,3	8,1	7,9	1,95 %
	2012	2011	2010	2009	2008	TCAC⁽³⁾
	(nombre de foyers desservis et abonnés au service de base en millions, montant en milliards\$)					
États-Unis						
Revenus du secteur	n/a	97,6 \$US	93,7 \$US	90,2 \$US	86,3 \$US	n/a
Foyers desservis ⁽⁴⁾	131,2	130,3	129,3	125,7	124,2	1,10 %
Abonnés au service de base	56,8	58,0	59,8	62,6	63,7	-2,27 %
Taux de pénétration du service de base	43,7 %	44,4 %	45,5 %	49,8 %	51,3 %	—

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

Source des données aux États-Unis : NCTA, A.C. Nielsen Media Research et SNL Kagan.

(1) Taux de croissance annuel composé canadien de 2008 à 2012.

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

(3) Taux de croissance annuel composé U.S. de 2008 à 2012.

(4) « 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 le réseau de distribution par câble dans une région donnée desservie dans laquelle les services de programmation sont offerts.

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 (66,8 % versus 78,8 % selon le CRTC).

Au 30 septembre 2013, les titulaires traditionnels ont conservé, selon le CRTC, leur domination dans l'industrie au Canada avec une part d'environ 90 % 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 2013, il y avait plus de 27 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 2013, la facture mensuelle moyenne sur les frais de souscription récurrents par client était de 102,95 \$ et approximativement 80 % 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. Des frais mensuels pour l'équipement loué, tels que les terminaux, 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 2013, le réseau de câblodistribution de Vidéotron englobait 31 088 kilomètres de câbles à fibre optique et 45 956 kilomètres de câbles coaxiaux, desservant environ 2,7 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 liaisons hertziennes, des liaisons coaxiales ou 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 des caractéristiques de fréquence sur large bande, une immunité au bruit et une durabilité physique excellentes 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. Son service TGV200 est jusqu'à présent inégalée.

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 2017.

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 99,7 % 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 le réseau.

2.1.6.2 Téléphonie mobile

Au cours de l'année 2013, Vidéotron a continué l'extension de son Réseau HSPA+ et son plan de densification à travers le Québec et dans la région du Grand Ottawa. En date du 31 décembre 2013, son réseau desservait environ 89 % de la population du Québec, donnant ainsi accès à la vaste majorité de ses clients potentiels à des services de téléphonie évolués de Vidéotron. La majorité de ses tours et de ses antennes de télécommunication sont reliées par son réseau de fibre optique utilisant la commutation multiprotocole par étiquette (« **MPLS** »). Le réseau de Vidéotron a été construit et conçu pour soutenir une croissance accrue de la clientèle au cours des prochaines années.

Suite à l'introduction en août 2011 de la nouvelle technologie HSPA+ à deux canaux, le Réseau HSPA+ de Vidéotron permet la transmission de données à des vitesses pouvant atteindre 42 Mb/s.

Au cours des prochaines années, la stratégie de Vidéotron consiste à conserver sa position de chef de file en télécommunications avec ses services mobiles 4G 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 *Long Term Evolution-Advanced* (« **LTE A** ») font leur apparition. L'Entente LTE Rogers prévoit et permet le déploiement autonome d'équipement de réseau radio par Rogers et Vidéotron tout en leur offrant la possibilité de tirer parti d'un réseau commun. L'entente de partage de spectre entre Rogers et Vidéotron leur permettra d'exploiter la technologie LTE et de fournir à leurs abonnés des services de transmission de données à haut débit. Vidéotron entend continuer d'élargir sa gamme d'appareils offerts en 2014.

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, à développer de nouveaux services, et à augmenter de manière continue le revenu 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;
- déployer rapidement et de façon continue des produits évolués sur 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 donneront de meilleures opportunités 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;
- 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, la publicité-média, le cybermarketing et le publipostage direct.

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.

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, sa capacité 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 Groupe TVA.

Ses contrats de programmation 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.

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 4G, 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 *illico Club à volonté*, un service 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 fixe 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 vidéo sur demande.
- *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 commencé à déployer des réseaux qui utilisent la technologie LTE, et cette technologie est réputée devenir une norme de l'industrie. Tel que prévu à l'Entente LTE Rogers, Vidéotron est actuellement à déployer son réseau LTE et prévoit lancer son réseau LTE en 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 divisée, les complexes d'habitations collectives 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 SDM. 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 SRD 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 compagnies de téléphone, y compris le fournisseur de service téléphonique titulaire au Québec, qui contrôlait une partie importante du marché de la téléphonie pour le 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 Propriété

Par l'intermédiaire de Québecor Média, Québecor était, au 31 décembre 2013, propriétaire de la totalité des titres de participation et des titres comportant droits de vote de Vidéotron.

2.2 MÉDIAS D'INFORMATION

2.2.1 Survol des activités

La Société, par l'intermédiaire de Sun Media, une filiale de Québecor Média, est, selon l'évaluation de la direction, le deuxième plus grand éditeur de journaux au Canada, en combinant le tirage payant et non

payant total. De plus, avec une part de marché moyenne de 28,8 %, Sun Media est le plus grand éditeur de journaux au Canada quant au tirage payé moyen des quotidiens canadiens, selon les statistiques publiées par l'organisme Journaux Canadiens dans son rapport sur les données de tirage des quotidiens 2012 (les « **données de tirage payé dans les quotidiens de Journaux Canadiens** »). Au 31 décembre 2013, le secteur Médias d'information publiait 36 quotidiens payants, trois quotidiens gratuits et 141 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. Au 31 décembre 2013, le tirage hebdomadaire combiné des journaux payants et non payants du secteur Médias d'information s'élevait, selon des statistiques internes, à environ 10,5 millions d'exemplaires.

Le 5 décembre 2013, Québecor Média a annoncé la vente de 74 hebdomadaires publiés au Québec par Sun Media à Transcontinental Interactif inc., filiale de Transcontinental inc., pour une contrepartie au comptant de 75 000 000 \$ (la « **Transaction TC** »). La Transaction TC est conditionnelle à l'approbation du Bureau de la concurrence, l'autorité réglementaire applicable. Sun Media continuera de publier les hebdomadaires pendant que la Transaction TC est sous examen et en attente d'approbation des autorités réglementaires. Bien que le Bureau de la concurrence ne l'ait pas encore approuvée, les chiffres et les pourcentages présentés dans la présente notice annuelle relativement aux activités de Sun Media au 31 décembre 2013 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 2013 et les années comparatives.

Au deuxième trimestre de 2011, tous les portails initialement possédés par Canoë inc. ont été transférés à Sun Media (à l'exception de Réseau Contact et Jobboom qui ont été transférés à Vidéotron et subséquemment vendus à un tiers), incluant le *Réseau Canoë*, qui attire plus de 9,6 millions de visiteurs uniques par mois au Canada, dont plus de 5,1 millions au Québec, se classant ainsi destination numéro un pour l'information générale au Canada (selon les données du système *Media Metrix* de ComScore pour le mois de décembre 2013).

Le secteur Médias d'information fait également la distribution de journaux, de magazines, d'encarts, d'impression commerciale et des services connexes à des tiers par le truchement de son réseau national d'ateliers d'impression et de production.

Québecor Média poursuit le développement de son plan d'investissement dans le secteur Médias d'information afin d'élargir ses sources de revenus. À cet égard, l'Agence QMI a mis sur pied deux salles des nouvelles à Montréal et à Toronto, créant par le fait même des équipes multiplateformes pour couvrir les événements et centraliser la couverture photographique du Canada en entier. Depuis le 1^{er} juillet 2010, l'Agence QMI a été le principal fournisseur de contenu général d'actualités canadiennes de ses propriétés médias.

2.2.2 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 2013, le tirage hebdomadaire moyen combiné (payant et gratuit) du secteur Médias d'information de Québecor Média était, selon des statistiques internes, d'environ 10,5 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 28,8 % 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 95 quotidiens payants, un grand nombre de journaux non quotidiens payants et des publications

quotidiennes et non quotidiennes gratuites. De ces 95 quotidiens payants, 23 ont un tirage quotidien moyen de plus de 50 000 exemplaires, dont 17 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, 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. Compte tenu de ces changements sur le marché, la concurrence dans le secteur des journaux provient désormais non seulement des autres journaux (y compris les autres journaux nationaux, urbains, tant payants que gratuits, et de banlieues), 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 large éventail de plateformes de diffusion médiatiques (notamment, mais surtout, Internet et la diffusion sur les appareils sans fil). 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.

2.2.3 Publicité et tirage

Les revenus publicitaires sont la plus importante source de revenus des activités de presse du secteur Médias d'information de Québec Média et représentaient 61,1 % du total des revenus tirés de ses activités de presse en 2013. 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 Québec 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 les petites annonces et la publicité au détail et nationale. Les petites annonces sont réparties entre quatre secteurs principaux : l'automobile, les particuliers, le recrutement et l'immobilier, qui apparaissent dans la section Petites annonces de ses journaux. La publicité au détail est une publicité par grande annonce surtout commandée par des entreprises et des organismes locaux. La plupart des annonceurs au détail de Québec 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 ventes nationales.

Dans le cas de ses journaux communautaires de moindre envergure, la quasi-totalité des revenus publicitaires provient des détaillants et des acheteurs de petites annonces locaux. Ces journaux publient des suppléments publicitaires portant sur des thèmes spécialisés comme l'agriculture, le tourisme, la rénovation résidentielle et le jardinage pour encourager des annonceurs à acheter de l'espace additionnel dans ces numéros spéciaux.

Québecor Média estime que ses revenus publicitaires sont diversifiés non seulement par catégories (petites annonces, publicité au détail et publicité nationale), mais aussi par clients et par secteurs géographiques. Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2013, ses dix principaux annonceurs nationaux dans les journaux ont compté pour environ 13,4 % du total des revenus publicitaires et pour environ 8,2 % du total des revenus de son secteur Médias d'information. En outre, compte tenu que Québecor Média vend de la publicité dans de nombreux marchés régionaux au Canada, l'incidence d'une baisse dans un marché peut être compensée par une plus grande force dans d'autres marchés.

Les ventes provenant du tirage sont la deuxième source de revenus en importance de ses activités de presse et ont compté pour 20,0 % du total des revenus de son secteur Médias d'information en 2013. 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. Sa stratégie consiste à augmenter les revenus provenant du tirage par l'ajout de distributeurs automatiques de journaux et de points de vente, de même que par l'augmentation du service de livraison à domicile. Afin d'accroître le lectorat, Québecor Média cible un contenu rédactionnel adapté à des groupes identifiés au moyen du lancement de produits spécialisés et, depuis quelques années, plusieurs de ses journaux ont été lancés en version électronique.

Les revenus tirés des produits numériques représentaient 4,8 % du total des revenus de son secteur Médias d'information en 2013. 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. Son secteur Médias d'information 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 Médias d'information. À cette fin, en 2012, le secteur Médias d'information a relancé les sites Web de ses quotidiens urbains et de ses publications communautaires payants après avoir terminé leur mise à niveau afin d'en améliorer l'aspect et la convivialité tout en standardisant leur format et leur conception. Sa stratégie consiste à accroître ses revenus tirés des produits numériques en améliorant l'expérience générale de l'utilisateur grâce à une offre de contenu riche et visuellement attrayant, notamment des galeries de photos et des vidéoclips, de même qu'à des outils de navigation et à des fonctionnalités améliorées, qui devraient accroître la fréquentation de ses sites Web et procurer aux annonceurs des plateformes médias convaincantes leur permettant de joindre leur public cible.

Au cours de 2013, 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.

2.2.4 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.

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, situées à Islington, Ontario et à Mirabel, au Québec. Le *24 Hours* à Toronto, le *Toronto Sun* et un certain nombre de ses 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.

2.2.4.1 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.

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 2013, 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 5,0 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 2012 (« 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 2012, ainsi que leur positionnement sur le marché comparée 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>	Lectorat moyen en 2012			Position sur le marché selon le lectorat hebdomadaire⁽¹⁾
	<u>Samedi</u>	<u>Dimanche</u>	<u>Lun-ven</u>	
<i>Le Journal de Montréal</i>	513 000	373 000	532 000	1 ^{er}
<i>Le Journal de Québec</i>	174 000	119 000	162 000	1 ^{er}
<i>Toronto Sun</i>	511 000	608 000	574 000	2 ^e
<i>London Free Press</i>	142 000	n/a	153 000	1 ^{er}
<i>Ottawa Sun</i>	107 000	89 000	123 000	2 ^e
<i>Winnipeg Sun</i>	83 000	70 000	108 000	2 ^e
<i>Edmonton Sun</i>	108 000	124 000	137 000	2 ^e
<i>Calgary Sun</i>	116 000	120 000	141 000	2 ^e
Total du lectorat moyen	1 754 000	1 503 000	1 930 000	

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

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 :

<u>Quotidiens gratuits</u>	Exercice financier terminé le 31 décembre		
	2013	2012	2011
24 Hours - Toronto	237 100	247 100	238 600
24 Heures - Montréal.....	160 500	159 100	153 200
24 Hours - Vancouver	115 000	118 100	123 100

Source: Statistiques internes.

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).

Le rythme auquel se présentent les nouvelles occasions d'affaires dans le secteur des services de médias numériques, y compris celles qui sont liées à l'Internet, de même que la concurrence au sein de ce secteur, ne cesse de s'accélérer. À l'aide de programmes de développement internes, d'initiatives conjointes entre Québecor Média et ses filiales et d'acquisitions, les efforts de la Société pour saisir de nouvelles occasions d'affaires dans les domaines des nouvelles, de l'information et des communications se sont intensifiés et se poursuivront. Par exemple, afin de miser sur la synergie et la convergence entre ses filiales, Québecor Média a lancé les versions électroniques de bon nombre de journaux de Sun Media, elle a transféré l'impression de plusieurs de ses publications à deux ateliers d'impression à la fine pointe de la technologie appartenant à Imprimerie Québecor Média (filiale en propriété exclusive de Québecor Média) et elle partage le contenu éditorial de son secteur Médias d'information avec l'Agence QMI. De plus, avec la création de Québecor Média Ventes, Québecor Média a intégré ses actifs publicitaires pour offrir des solutions de publicité et de marketing globales, intégrées et multiplateformes. En 2012, la Société a terminé la mise à niveau et le nouveau lancement des sites Web de ses quotidiens urbains et de ses publications communautaires afin d'en améliorer l'aspect et la convivialité tout en standardisant leur format et leur conception.

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

2.2.4.2 Le groupe des journaux communautaires

Le groupe des journaux communautaires de Sun Media est composé de 28 quotidiens communautaires payants, de 107 hebdomadaires communautaires et guides d'achats et de 33 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 2013 s'est établi, selon des statistiques internes, à environ 1,5 million d'exemplaires gratuits et à environ 1,4 million d'exemplaires payants. Le 5 décembre 2013, Québecor Média a annoncé la clôture de la Transaction TC. Cette transaction est conditionnelle à l'approbation du Bureau de la concurrence, l'autorité réglementaire ayant juridiction en cette matière. Sun Media continuera de publier ces journaux communautaires tant que la Transaction TC sera sous examen et en attente de l'approbation des autorités réglementaires.

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 2013 :

<u>Journal⁽¹⁾</u>	<u>Emplacement</u>	<u>Tirage payant quotidien moyen</u>
<i>The Standard</i>	St. Catharines, Ontario	24 300
<i>The Kingston Whig-Standard</i>	Kingston, Ontario	18 300
<i>Niagara Falls Review</i>	Niagara Falls, Ontario	14 300
<i>The Expositor</i>	Brantford, Ontario	14 200
<i>The Tribune</i>	Welland, Ontario	12 000
<i>The Sault Star</i>	Sault Ste Marie, Ontario	11 500
<i>The Sudbury Star</i>	Sudbury, Ontario	11 200
<i>The Peterborough Examiner</i>	Peterborough, Ontario	11 200
<i>The Sun Times</i>	Owen Sound, Ontario	10 900
<i>The Observer</i>	Sarnia, Ontario	10 800
<i>North Bay Nugget</i>	North Bay, Ontario	9 700
<i>Cornwall Standard Freeholder</i>	Cornwall, Ontario	8 700
<i>The Intelligencer</i>	Belleville, Ontario	7 900
<i>The Recorder & Times</i>	Brockville, Ontario	6 900
<i>Beacon Herald</i>	Stratford, Ontario	6 600
<i>The Chatham Daily News</i>	Chatham, Ontario	6 300
<i>The Daily Press</i>	Timmins, Ontario	5 800
<i>Packet & Times</i>	Orillia, Ontario	4 200
<i>Simcoe Reformer</i>	Simcoe, Ontario	4 100
<i>The Barrie Examiner</i>	Barrie, Ontario	4 000
<i>Sentinel-Review</i>	Woodstock, Ontario	3 700
<i>The Daily Observer</i>	Pembroke, Ontario	3 600
<i>Daily Herald Tribune</i>	Grande Prairie, Alberta	3 600
<i>St. Thomas Time-Journal</i>	St. Thomas, Ontario	3 400
<i>Northumberland Today</i>	Northumberland, Ontario	3 300
<i>Kenora Daily Miner & News</i>	Kenora, Ontario	1 800
<i>Fort McMurray Today</i>	Fort McMurray, Alberta	1 600
<i>Portage Daily Graphic</i>	Portage La Prairie, Manitoba	800
Total du tirage payant quotidien moyen		224 700

Source : Statistiques internes.

- (1) Ces journaux sont publiés au moins cinq jours par semaine, à l'exception de *Kenora Daily Miner & News*, *Portage Daily Graphic* et du *North Bay Nugget* qui sont publiés quatre jours par semaine.

Le nombre de journaux communautaires est présenté selon la répartition régionale ci-après :

Province⁽¹⁾	<u>Nombre de publications</u>
Ontario	118
Alberta	37
Manitoba	10
Saskatchewan	3
Total des publications	168

Source : Statistiques internes.

- (1) Le nombre de journaux communautaires présenté dans ce tableau ne prend en considération aucune publication du Québec, reflétant ainsi la vente des 74 hebdomadaires du Québec suite à la Transaction TC, et ce, malgré le fait que l'approbation de cette transaction est actuellement en attente de l'approbation par le Bureau de la concurrence.

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. La Société estime que ces journaux fidélisent leurs lecteurs et créent un sentiment d'appartenance en privilégiant l'actualité locale, ce qui les différencie des journaux nationaux.

Concurrence

De nombreuses publications communautaires du groupe conservent la première position dans les marchés qu'elles desservent. 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. Historiquement, les publications communautaires ont été une source continue de revenus, découlant surtout des revenus publicitaires.

2.2.5 Autres activités

2.2.5.1 Impression commerciale

Le réseau national de production et d'ateliers d'impression de Québecor Média lui permet d'offrir des services d'impression sur presses en continu (sans sécheur et avec sécheur), sur presses à feuilles, ainsi que des services de graphisme pour des médiums imprimés ou électroniques. Les presses en continu utilisent des bobines de papier journal, tandis que les presses à feuilles utilisent des feuilles de papier individuelles. Les presses en continu avec sécheur, qui exigent un processus plus complexe que les presses en continu sans sécheur, sont généralement utilisées pour l'impression sur papier glacé. Ces ateliers fournissent des services d'impression commerciale à la fois pour les besoins d'impression de Sun Media et pour des tiers. Les installations de Sun Media comprennent neuf ateliers d'impression pour les quotidiens urbains et journaux communautaires et six autres ateliers d'impression exploitées par son groupe des journaux communautaires dans quatre provinces. Par l'entremise d'Imprimerie Québecor Média, Québecor Média opère deux ateliers d'impression à la fine pointe de la technologie situées à Islington, Ontario et à Mirabel, Québec.

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, elle 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.

2.2.5.2 Réseau de distribution

Réseau Québecor Média distribue des quotidiens, des hebdomadaires, des magazines et d'autres médias imprimés et joint environ 200 000 foyers et 13 000 points de vente au détail par le truchement de ses entreprises au Québec.

2.2.5.3 Station de télévision

SUN News a été lancé en avril 2011 et offre une couverture complète des événements qui ont des répercussions sur la société canadienne ainsi que sur la vie politique et économique du pays. Société en nom collectif *SUN News* est une société détenue par Sun Media (51 %) et Groupe TVA (49 %).

2.2.5.4 Internet – Portails

Le *Réseau Canoe* 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 Canoe*.

Actifs médias

Le secteur Médias d'information opère les portails et les sites de destination suivants :

- *Réseau Canoe* (*canoe.ca*), un portail bilingue, comptant, selon les statistiques internes, plus de 260 millions de visualisations de pages en décembre 2013;
- 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
- *Canoe.tv*, le premier diffuseur Web canadien présentant du contenu exclusif commandité par *Canoe.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 *Réseau Canoe* :

- *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, dans lesquels les visiteurs peuvent consulter plus de 125 000 petites annonces et qui atteignent des acheteurs potentiels dans tout le pays en intégrant plus de 170 quotidiens et journaux communautaires;
- *YourLifeMoments.ca* est le premier site de Sun Media annonçant, célébrant et partageant tous les moments spéciaux de la vie. *YourLifeMoments.ca* publie en moyenne 2 000 annonces chaque semaine provenant de plus de 170 quotidiens et journaux communautaires et est l'un des premiers sites au Canada dans cette niche de marché; 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.

Au deuxième trimestre 2011, tous les portails qui étaient la propriété de Canoe inc. (à l'exception de *Réseau Contact* et *Jobboom* qui ont été transférés à Vidéotron et subséquemment vendus à un tiers) ont été transférés à Sun Media, incluant le *Réseau Canoe*, qui attire plus de 9,6 millions de visiteurs uniques

par mois au Canada, y compris plus de 5,1 millions de visiteurs uniques au Québec, faisant de lui la destination numéro un pour l'information générale au Canada (selon les données du système *Media Metrix* de *ComScore* pour le mois de décembre 2013).

2.2.6 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.

2.2.7 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 continuera probablement d'en subir. En 2013, la consommation totale de papier journal des ateliers d'impression de journaux de Québecor Média a atteint environ 123 900 tonnes métriques. Le papier journal représente sa plus grosse dépense au chapitre des matières premières et un des éléments les plus importants de ses charges d'exploitation. Les dépenses reliées au papier journal ont représenté environ 8,7 % (59 800 000 \$) des dépenses d'exploitation du secteur Médias d'information pour l'exercice terminé le 31 décembre 2013. 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.

2.2.8 Propriété

Par l'intermédiaire de Québecor Média, la Société était, au 31 décembre 2013, propriétaire de la totalité des titres de participation et des titres comportant droits de vote de Sun Media.

2.3 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, de même que huit services spécialisés. Par l'intermédiaire de Groupe TVA, la Société détient un intérêt minoritaire dans la chaîne spécialisée

Évasion. De même, Groupe TVA détient un intérêt de 49 % dans la chaîne spécialisée de nouvelles et d'opinions de langue anglaise *SUN News*, par l'intermédiaire de Société en nom collectif *SUN News*, dont Sun Media détient 51 %. *SUN News* est intégrée au secteur Télédiffusion de l'entreprise. Selon des données publiées par Sondages BBM Audimétrie, qui sont fondées sur une méthodologie d'évaluation faisant appel à l'audimétrie, sa part du marché des téléspectateurs francophones au Québec était de 31,6 % pour la période du 1^{er} janvier 2013 au 31 décembre 2013 et, selon le Canadian TVB Report pour la période du 1^{er} janvier 2013 au 31 décembre 2013, Groupe TVA estime qu'elle détenait également 40,1 % du marché publicitaire de la télédiffusion en langue française au Québec.

Une description du secteur Télédiffusion tel qu'il est exploité par Groupe TVA est présentée dans la notice annuelle de Groupe TVA datée du 28 février 2014; des extraits pertinents de cette description sont reproduits à l'annexe A de la présente notice annuelle.

2.3.1 Propriété

Par l'intermédiaire de Québecor Média, la Société était, au 31 décembre 2013, propriétaire de 51,45 % des actions en circulation et 99,97 % des droits de vote de Groupe TVA.

2.4 LOISIR ET DIVERTISSEMENT

2.4.1 Survol des activités

Les activités de la Société dans le secteur Loisir et divertissement comprennent principalement la vente au détail de CD, de livres, de DVD et de disques Blu-ray, d'instruments de musique, de jeux et de jouets, de jeux vidéo, d'idées cadeaux et de magazines par l'intermédiaire du réseau de magasins de Groupe Archambault et du site de commerce électronique *archambault.ca*. Elles comprennent également la vente de musique et de livres en ligne par téléchargement, la distribution de disques et de vidéos (Distribution Select), le service ZIK de musique en continu, la distribution de musique destinée aux boutiques de téléchargement (Select Digital), la production de disques et de vidéos (Musicor), la captation de concerts en direct, la production de vidéos de spectacles et de publicités télévisuelles (Les Productions Select TV inc.), ainsi que la production de spectacles (Musicor Spectacles). Groupe Archambault s'impose comme une entreprise pleinement intégrée de l'industrie de la musique au Canada, un producteur offrant un éventail complet de solutions médias et un joueur de plus en plus actif dans l'industrie du spectacle et des événements culturels.

De plus, le secteur Loisir et divertissement est présent dans l'édition scolaire avec Les Éditions CEC inc., dans la littérature générale par l'intermédiaire de 18 maisons d'édition, ainsi que dans la distribution physique et numérique de livres par l'intermédiaire de Messageries A.D.P. inc. (« **Messageries A.D.P.** ») qui distribue en exclusivité quelque 200 éditeurs québécois et européens francophones. Les maisons d'édition générale et Messageries A.D.P. sont réunis sous Sogides.

Le secteur Loisir et divertissement est également présent dans la location et la vente au détail de DVD, de disques Blu-ray et de jeux vidéo par l'intermédiaire de la filiale Le SuperClub Vidéotron et de son réseau de franchisés. Le secteur regroupe les activités de L'Armada de Blainville-Boisbriand, une équipe de hockey de la LHJMQ, celles de Studios BlooBuzz inc., une entreprise québécoise de jeux vidéo créée en février 2012, de même que celles de Readbooks S.A.S., active dans le domaine du livre numérique. Enfin, depuis mai 2013, il regroupe aussi les activités de Gestion d'événements Gestev inc. (« **Gestev** »), une entreprise de gestion d'événements sportifs et culturels active dans la région de Québec.

2.4.2 Production, distribution et vente au détail de produits culturels

Groupe Archambault est l'un des plus importants disquaires et libraires au Québec avec 16 points de vente, répartis entre 15 magasins Archambault de grande surface 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 et offre un service de musique en lecture en continu (« streaming ») par le biais de *zik.ca*.

Groupe Archambault, par le biais de Select, est aussi l'un des distributeurs indépendants de musique les plus importants du Canada avec 21 % du marché québécois et 61 % du marché francophone québécois. Select possède un catalogue comptant plus de 7 400 titres différents sur disques compacts, disques vinyles ou autre format audio, 1 627 titres sur DVD, VHS ou autre format vidéo, dont un grand nombre proviennent d'artistes de langue française. De plus, Groupe Archambault, par l'intermédiaire de Select Digital, est un courtier-fournisseur en mode numérique de produits vendus par téléchargement comprenant un choix de quelque 135 000 chansons disponibles auprès de 196 détaillants à l'échelle mondiale.

De plus, par l'intermédiaire de Le SuperClub Vidéotron, la Société 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 180 établissements de détail au 31 décembre 2013. Puisque la plupart de ces établissements de détail offrent l'ensemble des services de télécommunication et des produits de Vidéotron, 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.

2.4.3 Édition et distribution de livres

Par l'intermédiaire de Sogides (constituée de 18 maisons d'édition, soit six au sein de Groupe Librex inc., nommément les *Éditions Libre Expression*, les *Éditions Internationales Alain Stanké*, les *Éditions Logiques*, les *Éditions du Trécaré*, les *Éditions Publistar* et *Les Éditions Québec-Livres*, six au sein du Groupe Homme, soit *Les Éditions de l'Homme*, *Le Jour Éditeur*, *Utilis*, *Les Presses Libres*, *Petit Homme* et *La Griffes*, quatre au sein de Le Groupe Ville-Marie Littérature inc., soit *Les Éditions de l'Hexagone*, *VLB Éditeur*, *Typo* et *Les Éditions de la Bagnole* et deux au sein de Charron Éditeur inc., soit *Éditions La Semaine* et *Recto/Verso, éditeur*) et de l'éditeur de livres scolaires Éditions CEC, Québecor Média est active dans l'édition de livres de langue française et forme un des groupes d'éditeurs les plus importants au Québec. En 2013, Sogides et Éditions CEC ont publié ou réédité 728 titres en format papier et 419 titres en format numérique au total.

Par l'entremise des Messageries A.D.P., une société de distribution de livres, Québecor Média est le distributeur exclusif de 200 éditeurs québécois et européens d'ouvrages de langue française. Messageries A.D.P. distribue des ouvrages de langue française à environ 3 000 points de vente au Canada. De plus, Messageries A.D.P. distribue environ 9 000 livres numériques.

2.4.4 Concurrence

Production, distribution et vente au détail de produits culturels

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.

L'industrie de la musique est contrôlée principalement par trois joueurs majeurs (Universal Music, Warner Music et Sony Music) possédant 82 % 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*.

Édition et distribution de livres

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.

2.4.5 Propriété

Par l'intermédiaire de Québecor Média, la Société était, au 31 décembre 2013, propriétaire de la totalité des titres de participation et des titres comportant droits de vote de Groupe Archambault, d'Éditions CEC et de Sogides.

2.5 TECHNOLOGIES ET COMMUNICATIONS INTERACTIVES

2.5.1 Survol des activités

Par l'entremise de Nurun, Québecor Média offre des services reliés aux communications et aux technologies interactives en Amérique du Nord, en Europe et en Chine. Nurun aide des sociétés et d'autres types d'organisations à élaborer des produits interactifs innovateurs, notamment en ce qui concerne le design d'interfaces, le déploiement de plateformes techniques, incluant le commerce électronique (e-commerce), les programmes de marketing en ligne, les relations clients et la stratégie pour les médias sociaux. La clientèle de Nurun comprend des organisations et des sociétés multinationales telles que L'Oréal, le Groupe Danone, le Groupe Jean Coutu, Tag Heuer, Vidéotron, Home Depot, Google, Sony, McDonald's, Walmart Canada, Pirelli, Sky Italy, BBVA et le gouvernement du Québec.

2.5.2 Concurrence

Même si l'industrie des communications et des technologies interactives se caractérise par d'importants mouvements de concentration et de consolidation, il reste un grand nombre d'acteurs sur les marchés internationaux, nationaux et régionaux. Les concurrents de Nurun peuvent être des agences de communications et de marketing ou de publicité qui proposent également des solutions interactives, produits et services, incluant des appareils mobiles et des tablettes, dans le domaine du marketing interactif et des relations clients en ligne, des sociétés de conseil en technologie ou des intégrateurs informatiques traditionnels qui offrent certains services de développement de solutions d'affaires électroniques (commerce électronique, relations clients en ligne et marketing interactif), ou des sociétés de communication graphique qui interviennent parfois dans la création de programmes de communications interactives (sites Internet, campagnes de publicité), et enfin, une nouvelle catégorie de sociétés appelées sociétés *Design Thinking*.

Ces concurrents possèdent des connaissances technologiques, un personnel et des ressources financières d'envergure variable, mais ils sont tous assujettis aux mêmes facteurs du marché lorsqu'ils offrent des services et des solutions en communications et technologies interactives : l'innovation et la créativité, l'efficacité de la méthodologie, la fiabilité et la performance des solutions, les compétences et l'expérience, la disponibilité et la productivité du personnel, de même que les coûts de production. En se fondant sur l'expérience de la Société, celle-ci croit que Nurun dispose d'avantages concurrentiels en ce qui concerne ces facteurs.

2.5.3 Propriété

Par l'intermédiaire de Québecor Média, la Société était, au 31 décembre 2013, propriétaire de la totalité des titres de participation et des titres comportant droits de vote de Nurun.

2.6 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.

2.7 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.

2.8 EMPLOYÉS

Au 31 décembre 2013, la Société comptait, sur une base consolidée, environ 15 110 employés. La Société comptait, aux 31 décembre 2012 et 2011, 16 865 et 16 950 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 2013.

<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	6 350	3 920	5
Médias d'information	4 240	1 445	69
Télédiffusion	1 480	880	13
Loisir et divertissement	1 505	480	9
Technologies et communications interactives	1 075	—	—
Corporatif ⁽¹⁾	460	—	—
Total	15 110	6 725	96

(1) Incluant Québecor Média Ventes, l'Agence QMI, Contenu QMI et QMI Numérique

Au 31 décembre 2013, approximativement 45 % des employés de la Société étaient représentés par des conventions collectives. Par l'intermédiaire de ses filiales, elle est actuellement partie à 96 conventions collectives.

Vidéotron est partie à cinq conventions collectives, représentant environ 3 920 employés syndiqués. Les négociations concernant l'une des plus importantes conventions collectives, couvrant les employés syndiqués de la région de Montréal, sont actuellement en cours. Les trois conventions collectives couvrant les employés syndiqués des régions du Saguenay, de Gatineau et de Québec viennent

respectivement à échéance le 31 décembre 2019, le 31 août 2015 et le 31 décembre 2018. Une dernière convention collective, couvrant approximativement 70 employés de sa filiale SETTE inc., viendra à échéance le 31 décembre 2015.

Sun Media est partie à 67 conventions collectives, couvrant environ 1 275 employés syndiqués. 16 conventions collectives sont venues à échéance, couvrant environ 410 employés syndiqués, ou 32 % de ses employés syndiqués. Les négociations relatives à ces conventions collectives sont en cours ou commenceront en 2014. Des autres conventions collectives, neuf viendront à échéance en 2014, couvrant environ 140 employés syndiqués ou 10 % de ses employés syndiqués et les autres viendront à échéance à diverses dates jusqu'en décembre 2019.

Groupe TVA est partie à 13 conventions collectives, représentant environ 880 employés syndiqués. De ce nombre, trois conventions collectives, couvrant environ 660 employés syndiqués, ou approximativement 75 % de ses employés syndiqués, sont venues à échéance. Le 16 février 2014, Groupe TVA et le syndicat représentant ses employés ont conclu une entente de principe relativement à l'une des conventions collectives qui était venue à échéance le 31 décembre 2013, couvrant 68 % des employés syndiqués permanents de la société. Cette entente de principe a été ratifiée lors d'une assemblée générale tenue le 26 février 2014. Huit conventions collectives, représentant approximativement 180 employés syndiqués, ou moins de 20 % de ses employés syndiqués, viendront à échéance en 2014. Les autres viendront à échéance en 2015.

Des 11 autres conventions collectives, couvrant environ 650 employés syndiqués, une convention collective représentant approximativement 30 employés syndiqués est échue et un groupe représentant approximativement 30 employés a reçu l'approbation pour une nouvelle convention collective en décembre 2013. Les négociations relatives à ces conventions collectives débiteront en 2014. Les autres conventions collectives viendront à échéance entre avril 2015 et décembre 2017.

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

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.

2.9 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 a été mise officiellement 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 2015, des pénalités pourront être imposées à ces entreprises qui ne réussiront pas à atteindre les taux de récupération prévus 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 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. 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 28 février 2014, et les extraits pertinents de cette description sont reproduits à l'annexe A de la présente notice annuelle.

3.1 DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS

Le 14 mars 2014, Vidéotron a annoncé qu'à compter du 28 mars 2014, elle pourra inclure le iPhone 5s et 5c[®] de Apple dans la gamme de produits offerts à ses clients.

Le 12 mars 2014, Françoise Bertrand a été nommée présidente du conseil d'administration de Québecor Média et de Vidéotron en remplacement de Pierre Karl Péladeau, et le très honorable Brian Mulroney a été nommé vice-président du conseil de Québecor Média. De plus, Robert Dépatie, l'actuel président et chef de la direction de Québecor et Québecor Média, a été nommé administrateur de Québecor, de Québecor Média, de Groupe TVA, de Vidéotron et de Sun Media. Enfin, le 10 mars 2014, Sylvie Lalande a été nommée présidente du conseil d'administration de Groupe TVA, en remplacement de Pierre Karl Péladeau.

Le 9 mars 2014, Québecor a annoncé qu'à la suite de la décision de Pierre Karl Péladeau de se lancer en politique active, ce dernier a démissionné de son poste de vice-président du conseil de Québecor, de président du conseil de Québecor Média, de Groupe TVA et de Vidéotron et membre des conseils d'administration de Québecor, de Québecor Média, de Groupe TVA, de Vidéotron et de Sun Media. Si M. Péladeau est élu à l'Assemblée nationale du Québec le 7 avril 2014, date des prochaines élections provinciales, alors, dans la mesure où cela est requis aux termes de la loi et de la réglementation applicables, il est prévu que M. Péladeau transférera ses intérêts financiers dans la Société dans le cadre d'un mandat ou de toute autre structure qui sera requise par la loi et la réglementation applicables. Depuis le 9 mars 2014, M. Péladeau ne participe plus aux décisions concernant la gestion des affaires courantes et stratégiques de l'entreprise.

Le 19 février 2014, Industrie Canada a annoncé que Vidéotron a acquis un ensemble de sept licences de spectre lors des enchères de 2014. Ces licences sont constituées 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 une population totale de plus de 28 millions de personnes ou 80% de la population canadienne. Le coût d'achat de ces sept licences acquises par Vidéotron suivant les enchères de 2014 est de 233 300 000 \$.

3.2 FAITS SAILLANTS 2013

3.2.1 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.

Le 8 mai 2013, Robert Dépatie, président et chef de la direction de Vidéotron depuis 2003, a accédé au poste de président et chef de la direction de Québecor et de Québecor Média, en remplacement de Pierre Karl Péladeau. À compter de cette date, Pierre Karl Péladeau a assumé la présidence du conseil d'administration de Québecor Média et de Groupe TVA, en remplacement de Serge Gouin lors de son départ à la retraite, ainsi que la vice-présidence du conseil d'administration de Québecor. Manon Brouillette a été nommée présidente et chef de l'exploitation de Vidéotron.

3.2.2 Québecor Média

Le 30 août 2013, Québecor Média a remboursé un montant en capital de 265 000 000 \$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 350 000 000 \$US, à un prix de 99,50 % pour un produit net de 358 400 000 \$ (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.

Le 8 juillet 2013, Aldo Giampaolo a été nommé président et chef de la direction du groupe Divertissement et sports de Québecor Média. Monsieur Giampaolo possède une vaste expertise en matière de gestion d'événements majeurs et de mégacomplexes à vocation sportive et culturelle.

En juin 2013, Québecor Média a amendé sa convention de crédit renouvelable de 300 000 000 \$ 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 65 000 000 \$. Les

acquisitions 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.

3.2.3 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 400 000 000 \$, portant intérêt à un taux de 5,625 % et échéant le 15 juin 2025, pour un produit net de 394 800 000 \$ (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 380 000 000 \$ US des billets de premier rang 9 ⅛ % 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 575 000 000 \$ 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 conserveront 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'offriront mutuellement des services sur une période de 10 ans pour lesquels Vidéotron recevra un total de 93 000 000 \$ et Rogers recevra un total de 200 000 000 \$. 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 180 000 000 \$.

3.2.4 Médias d'information

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.

Le 5 décembre 2013, Québecor Média a annoncé la Transaction TC aux termes de laquelle ses 74 hebdomadaires au Québec ont été vendus à Transcontinental Interactif inc., une filiale de Transcontinental inc., pour une contrepartie en espèces de 75 000 000 \$. La Transaction TC est assujettie à l'approbation du Bureau de la concurrence.

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. Les coûts totaux de ces mesures sont estimés à 9 000 000 \$. Les économies totales annuelles attribuables à ces mesures sont évaluées à environ 67 000 000 \$. Sun Media entend poursuivre ses investissements et favoriser l'expansion sur les plateformes de diffusion papier et numérique de contenus à valeur ajoutée.

3.2.5 Loisir et divertissement

En juillet 2013, Groupe Sogides. a acquis Charron Éditeur inc., une maison d'édition de livres fondée le 26 mai 2005, connue principalement sous le nom commercial des Éditions La Semaine.

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 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.

3.2.6 Technologies et communications interactives

Il n'y a aucun fait saillant à signaler dans le secteur Technologies et communications interactives pour l'exercice terminé le 31 décembre 2013.

3.3 FAITS SAILLANTS 2012

3.3.1 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 500 000 000 \$, 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 150 000 000 \$ afin de proroger l'échéance de novembre 2014 à novembre 2015.

3.3.2 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 153 900 000 \$.

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 850 000 000 \$US, portant intérêt à un taux de 5 ¾ % et échéant en 2023 pour un produit net de 820 700 000 \$ (déduction faite des frais de financement), et des billets de premier rang pour un montant en capital global de 500 000 000 \$, portant intérêt à un taux de 6 ¾ % et échéant en 2023 pour un produit net de 493 800 000 \$ (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 320 000 000 \$US de ses billets de premier rang 7 ¾ % 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 aubus du réseau d'autobus de la Société de transport de Montréal (STM) pour les 20 prochaines années.

3.3.3 Télécommunications

Au 31 décembre 2012, le service de téléphonie mobile de Vidéotron était accessible à plus de 7 millions de personnes dans tout le Québec et l'est de l'Ontario. En 2012, Vidéotron a mis en service

112 058 nouvelles lignes nettes sur son nouveau réseau mobile évolué à un rythme d'environ 9 338 nouvelles lignes nettes par mois, portant son nombre total d'abonnés de la téléphonie mobile à 402 636 lignes activées.

Le 14 mars 2012, Vidéotron a émis des billets de premier rang 5 % échéant en 2022 d'un montant en capital global de 800 000 000 \$US, pour un produit net de 787 600 000 \$ (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 7/8 % échéant en 2014 en circulation d'un montant en capital de 395 000 000 \$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.

3.3.4 Médias d'information

Le 3 février 2012, Sun Media a remboursé le solde de 37 600 000 \$ de sa facilité de crédit et mis un terme à sa convention de crédit syndiquée et sa facilité de crédit. Par conséquent, à cette date, le passif de Corporation Sun Media ne comprend plus de dette à long terme

3.3.5 Loisir 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.

3.3.6 Technologies et communications interactives

Nurun a développé de nouvelles applications numériques pour *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec* ainsi que pour 216 journaux communautaires au Canada, propriété de Sun Media. Ces applications ont toutes été lancées en 2012. Aux États-Unis, Sony a confié à une filiale de Nurun le mandat de repenser sa présence mondiale sur les supports numériques.

3.4 FAITS SAILLANTS 2011

3.4.1 Québecor

Les conditions des débentures échangeables série 2001 et série Abitibi ont été modifiées respectivement en février et en juin 2011 afin de réduire le taux d'intérêt de 1,50 % à 0,10 % sur le montant nominal des débentures. Les autres conditions n'ont pas changé et demeurent applicables. En septembre 2011, la Société a racheté des débentures échangeables série 2001 d'un montant nominal de 135 000 000 \$ pour une contrepartie nulle.

En février 2011, Québecor a amendé son acte de fiducie daté du 23 février 2001, régissant les obligations émises par la Société qui sont échangeables contre des actions à droits de vote subalternes de Quebecor World Inc. En conséquence, le taux d'intérêt applicable est passé de 1,5 % à 0,10 % par année. Toutes les autres conditions de l'acte de fiducie demeurent inchangées.

3.4.2 Québecor Média

Le 22 juin 2011, Québecor Média a annoncé l'acquisition d'une franchise de la LHJMQ. Cette franchise a été renommée L'Armada de Blainville-Boisbriand.

En mars 2011, Québecor Média a franchi une nouvelle étape de son plan de développement en concluant une entente avec la ville de Québec en vertu de laquelle elle obtient, pour une période de 25 ans, les droits de gestion et d'identification du nouvel amphithéâtre multifonctionnel à être construit à Québec.

Pour Québecor Média, l'obtention de ces droits est un atout important dans ses initiatives de développement d'opportunités de convergence et de promotion de ses marques, programmes et contenus. En vertu d'une lettre d'intention complétée par des conventions séparées et détaillées conclues avec la ville de Québec en septembre 2011, et suite à l'annonce, en mars 2012, par Québecor Média et la ville de Québec, de la finalisation du programme fonctionnel et technique de l'immeuble en vue de la construction de l'amphithéâtre multifonctions, Québecor Média mettra en place son plan d'affaires pour la gestion du nouvel amphithéâtre multifonctions.

Le 5 janvier 2011, Québecor Média a émis des billets de premier rang d'un montant en capital global de 325 000 000 \$, pour un produit net de 319 900 000 \$ (déduction faite des frais de financement). Ces billets portent intérêt à un taux de 7 % et viennent à échéance en 2021. Québecor Média a utilisé le produit net tiré de ce placement pour faire un apport de 288 000 000 \$ à Sun Media (l'« **apport de Québecor Média** ») et pour des fins corporatives générales. Sun Media a utilisé le produit tiré de l'apport de Québecor Média pour financer le remboursement par anticipation et le retrait, le 15 février 2011, de la totalité de ses billets de premier rang en circulation d'un montant en capital global de 205 000 000 \$US portant intérêt à un taux de 7 % et échéant en 2013, et pour financer le règlement et la révocation des contrats de couverture connexes.

3.4.3 Télécommunications

Le 5 juillet 2011, Vidéotron a émis des billets de premier rang à un taux de 6 ⅞ %, échéant en 2021, d'un montant en capital global de 300 000 000 \$ pour un montant en capital net de 294 800 000 \$ (déduction faite des frais de financement). Le produit de cette émission a été utilisé pour financer le remboursement par anticipation et le retrait d'un montant en capital global de 255 000 000 \$US de ses billets de premier rang 6 ⅞ %, échéant en 2014.

3.4.4 Médias d'information

Le 1er janvier 2011, Osprey Media Publishing Inc. a été liquidée et ses activités ont été intégrées dans Sun Media dans le cadre de la réorganisation corporative du secteur Médias d'information.

3.4.5 Loisir et divertissement

En 2011, Groupe Archambault a déployé des efforts importants afin de tirer avantage de l'ère numérique en améliorant son site transactionnel *archambault.ca*. Suite à l'intégration du site *jelis.ca*, plus de 30 000 titres sont proposés à la clientèle avec une offre francophone prépondérante.

3.4.6 Technologies et communications interactives

Au cours du troisième trimestre 2011, Nurun a complété l'acquisition d'Odopod, une agence de communication numérique située à San Francisco, Californie, qui possède une vaste expertise en promotion de marques et en développement de produits interactifs.

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 gerance 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 gerance 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 9 décembre 2013 et a recommandé au conseil d'approuver des modifications mineures. Les modifications proposées ont été approuvées par le conseil d'administration le 12 mars 2014. 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 neuf 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 21 mars 2014, 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
Françoise Bertrand ^{(2), (3)} Ville Mont-Royal, Québec Canada	Présidente et chef de la direction, Fédération des chambres de commerce du Québec Présidente du conseil, Québecor inc. et Québecor Média inc.	2003
Robert Dépatie Rosemère, Québec, Canada	Président et chef de la direction, Québecor inc. et Québecor Média inc. et chef de la direction, Vidéotron Ltée	2014
Jean La Couture, FCPA, FCA ^{(4), (5)} Montréal, Québec Canada	Président, Huis Clos Ltée (entreprise de facilitation et de médiation)	2003
Sylvie Lalonde ⁽²⁾ Lachute, Québec Canada	Administratrice de sociétés Présidente du conseil, Groupe TVA inc.	2011
Pierre Laurin ^{(2), (3), (4)} Ile-des-Sœurs, Verdun, Québec Canada	Administrateur de sociétés	1991
Le très Honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL.D. ⁽⁵⁾ Westmount, Québec Canada	Associé principal, Norton Rose Fulbright Canada S.E.N.C.R.L., s.r.l. (cabinet d'avocats) Vice-président du conseil, Québecor inc. et Québecor Média inc.	1999

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
Geneviève Marcon Lac-Beauport, Québec, Canada	Présidente, GM Développement inc. (développement immobilier et gestion immobilière)	2012
Normand Provost Brossard, Québec Canada	Premier vice-président, Placements privés, Caisse de dépôt et placement du Québec (gestionnaire de fonds institutionnels)	2013

Entre le 2 avril et le 20 mai 2008, 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.

- (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 de rémunération.
- (4) Membre du comité d'audit.
- (5) Chacun de MM. Jean La Couture et le très honorable Brian Mulroney était administrateur de Québecor 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.

4.2 DIRIGEANTS

Le tableau suivant présente le nom des dirigeants de Québecor, leur lieu de résidence et leur poste au sein de la Société en date du 21 mars 2014.

Nom et lieu de résidence	Poste au sein de la Société
Françoise Bertrand Ville Mont-Royal, Québec, Canada	Présidente du conseil*
Le très Honorable Brian Mulroney Westmount, Québec, Canada	Vice-président du conseil*
Robert Dépatie Rosemère, 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 Ile-des-Sœurs, Verdun, Québec, Canada	Vice-présidente et trésorier
Denis Sabourin Kirkland, Québec, Canada	Vice-président et contrôleur corporatif

Nom et lieu de résidence	Poste au sein de la Société
Claudine Tremblay Montréal, Québec, Canada	Vice-présidente et secrétaire
Dominique Fortin Boucherville, Québec, Canada	Secrétaire adjoint

* Mme Bertrand est présidente du conseil de Québecor. Ce poste étant à temps partiel, elle n'est pas considérée comme un membre de l'équipe de direction. Monsieur Brian Mulroney occupe la fonction de vice-président du conseil 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, à l'exception de Dominique Fortin qui fut, d'octobre 2009 à avril 2012, directrice, Affaires juridiques et secrétaire adjoint de Transat A.T. inc., et avant cette date, pratiquait en droit des affaires en cabinet privé.

Au 21 mars 2014, 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 14 380 de ses actions catégorie B (au sens défini ci-après) (soit 0,017 % 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 12 mars 2014. 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), Pierre Laurin et A. Michel Lavigne.

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.

Membre	Formation et expérience pertinentes
Pierre Laurin	Après une carrière à HEC Montréal (antérieurement l'École des Hautes Études Commerciales) qu'il a dirigée pendant plusieurs années, M. Laurin a été vice-président, planification et administration de la Cie Aluminium du Canada, puis président fondateur de SOCCRENT, société de capital de risque, et enfin président, Québec de Merrill Lynch. M. Laurin a été président du conseil d'administration d'Atrium Innovations inc. depuis ses débuts en 2000 jusqu'à ce qu'elle soit privatisée en 2014.. Il est aussi membre de différents conseils d'administration. Il est titulaire d'un MBA de HEC Montréal et d'un Ph. D. en administration des affaires de la Harvard Business School.
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 a complété, en mars 2013, un terme de huit ans au conseil d'administration de la Caisse de dépôt et placement du Québec.

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 2013, 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 2013 et 2012 :

	2013	2012
Honoraires d'audit ⁽¹⁾	3 589 309 \$	3 189 133 \$
Honoraires reliés à l'audit ⁽²⁾	585 064	245 103
Honoraires reliés à la fiscalité ⁽³⁾	91 913	74 685
Autres honoraires ⁽⁴⁾	817	84 783
Total des honoraires	4 267 103 \$	3 593 704 \$

- (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'acquittement 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 2013, sous la rubrique « Risques et incertitudes », rapport qui a été déposé auprès des autorités canadiennes en valeurs mobilières le 13 mars 2014. 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 21 mars 2014, 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 :

- actions catégorie A (droits de vote multiples), chaque action donnant droit à dix voix, autorisées en nombre illimité, convertibles en tout temps en actions subalternes catégorie B (comportant droit de vote), à raison d'une action contre une action; et
- actions catégorie B (droits de vote subalternes), chaque action donnant droit à une voix, autorisées en nombre illimité, 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

Le 14 août 2013, un fractionnement des actions catégorie A et des actions catégorie B en circulation de la Société a été réalisé, à raison de deux actions contre une action. Par conséquent, toutes les données relatives au nombre d'actions en circulation de la Société et aux montants par action présentées dans la présente notice annuelle ont été retraitées de façon rétrospective afin de refléter l'impact du fractionnement des actions.

En date du 21 mars 2014, un total de 39 003 872 actions catégorie A et 84 042 592 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 2011, 2012 et 2013, Québecor a déclaré et versé des dividendes trimestriels totalisant annuellement 0,10 \$ par action (après avoir donné effet au fractionnement des actions) 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				
2013	Cours de clôture (\$)	Haut (\$)	Bas (\$)	Volume (nombre)
Janvier	21,07	21,37	18,88	25 974
Février	22,05	22,21	21,24	26 666
Mars	21,60	23,02	21,36	35 218
Avril	23,48	23,61	21,53	17 816
Mai	23,40	23,53	22,06	19 042
Juin	24,11	24,11	22,45	20 086
Juillet	23,75	24,42	23,45	9 296
Août	23,00	24,91	22,26	10 921
Septembre	24,48	24,99	23,03	10 238
Octobre	25,62	25,74	24,02	9 766
Novembre	26,80	26,82	25,34	10 224
Décembre	26,50	27,18	25,90	10 903

ACTIONS CATÉGORIE B				
2013	Cours de clôture (\$)	Haut (\$)	Bas (\$)	Volume (nombre)
Janvier	21,02	21,44	18,85	7 300 392
Février	22,11	22,40	21,00	4 866 764
Mars	21,53	23,14	21,39	5 463 950
Avril	23,45	23,75	20,13	5 400 452
Mai	23,14	23,61	21,81	8 087 840
Juin	23,29	23,93	22,39	5 467 412
Juillet	23,58	24,55	23,32	4 542 416
Août	22,57	23,85	22,22	3 751 851
Septembre	24,43	24,75	23,00	2 633 363
Octobre	25,78	25,96	23,96	2 505 504
Novembre	26,40	26,96	25,20	3 334 129
Décembre	26,44	27,40	25,82	4 748 180

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 2013, qui est intégrée par renvoi dans la présente notice annuelle.

Ce rapport de gestion pour l'exercice terminé le 31 décembre 2013 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 \$.

Suite à la diminution de la détention d'actions de CDP découlant la Transaction CDP intervenue en octobre 2012, les actionnaires, agissant par voie de résolution écrite, ont augmenté la taille du conseil d'administration de Québecor Média, l'établissant à neuf administrateurs, et convenu que Québecor aurait le droit de nommer sept 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 38,50 \$ par action (soit un nombre maximal de 12 987 013 actions catégorie B de Québecor correspondant à un ratio de 500 000 000 \$ sur le prix plancher) et d'un prix plafond de 48,125 \$ par action (soit un nombre minimal de 10 389 610 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 ½ % 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 ½ % 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 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 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 alors en circulation représentant au moins 25 % du capital à l'échéance peuvent déclarer que tous les billets sont immédiatement exigibles. Les billets 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 ¾ % 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 ¾ % 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 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 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 alors en circulation représentant au moins 25 % du capital à l'échéance peuvent déclarer que tous les billets 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 ¾ %, 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 ¾ %, 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 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 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 représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets alors en circulation déclarent tous les billets exigibles immédiatement. Les billets 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 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 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. 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. 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 représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets alors en circulation peuvent déclarer tous les billets exigibles immédiatement. Ces billets 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.

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 n'étaient pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 mars 2016. 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. Les intérêts s'y rapportant étaient payables comptant, semestriellement à terme échu les 15 juin et 15 décembre de chaque année. Ces billets 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 représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets alors en circulation peuvent déclarer tous les billets exigibles immédiatement. Ces billets n'étaient pas été émis au titre du même acte que les billets de premier rang à 7 ¼ % de Québecor Média échéant en 2016 en circulation, émis par Québecor Média en 2007, dont il est question dans le paragraphe précédent.

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** ») 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, la marge applicable s'échelonne de 2,25 %, 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 bénéfice 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 ½ % 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 ½ % 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 ½ % d'un montant en capital global de 260 000 000 \$US échéant en 2018. Ces billets, qui font partie d'une série unique de billets, ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 avril 2018. Les intérêts sur ces billets doivent être payés comptant, semestriellement à terme échu le 15 juin et le 15 décembre de chaque année. Ces billets 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 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 représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets en circulation à ce moment peuvent déclarer tous les billets 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 ½ % 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 ½ % 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 ½ % 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 ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 janvier 2020. Les intérêts sur ces billets doivent être payés comptant, semestriellement à terme échu le 15 juin et le 15 décembre de chaque année. Ces billets 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 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 représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets alors en

circulation peuvent déclarer tous les billets exigibles immédiatement. Les billets 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 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 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 ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 juillet 2021. Les intérêts sur ces billets doivent être payés comptant, semestriellement à terme échu le 15 juin et le 15 décembre de chaque année. Ces billets 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 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 représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets alors en circulation peuvent déclarer tous les billets exigibles immédiatement. Les billets 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 ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 juillet 2022. Les intérêts sur ces billets doivent être payés comptant, semestriellement à terme échu le 15 janvier et le 15 juillet de chaque année. Ces billets 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 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 représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets alors en circulation peuvent déclarer tous les billets 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 ne sont pas assortis d'une sûreté et viennent à échéance le 15 juin 2025. Les intérêts sur ces billets doivent être payés comptant, semestriellement à terme échu le 15 avril et le 15 octobre de chaque année. Ces billets 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 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 représentant au moins 25 % du capital à l'échéance des billets alors en circulation peuvent déclarer tous les billets exigibles. Les billets 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.

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.

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 2013. 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 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 13 mars 2014, 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'événements 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 8 mai 2013. La mise à jour de ces renseignements apparaîtra à la circulaire préparée en vue de l'assemblée annuelle de 2014 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 2013.

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 LE SECTEUR TÉLÉDIFFUSION CONTENUE DANS LA NOTICE ANNUELLE DE GROUPE TVA INC. POUR L'EXERCICE FINANCIER TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2013, DATÉE DU 28 FÉVRIER 2014

REMARQUE INTRODUCTIVE

Dans la présente Annexe A, à moins d'incompatibilité avec le contexte, le mot « **Société** » renvoie à Groupe TVA inc., et le terme « **TVA** » renvoie à la Société et ses filiales. Sauf indication contraire, l'information contenue aux présentes est donnée en date du 31 décembre 2013. Dans la présente notice annuelle, 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 2013. 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 »
Québecor inc.	« Québecor »
Québecor Média inc.	« Québecor Média »
TVA Boutiques inc.	« TVA Boutiques »
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.

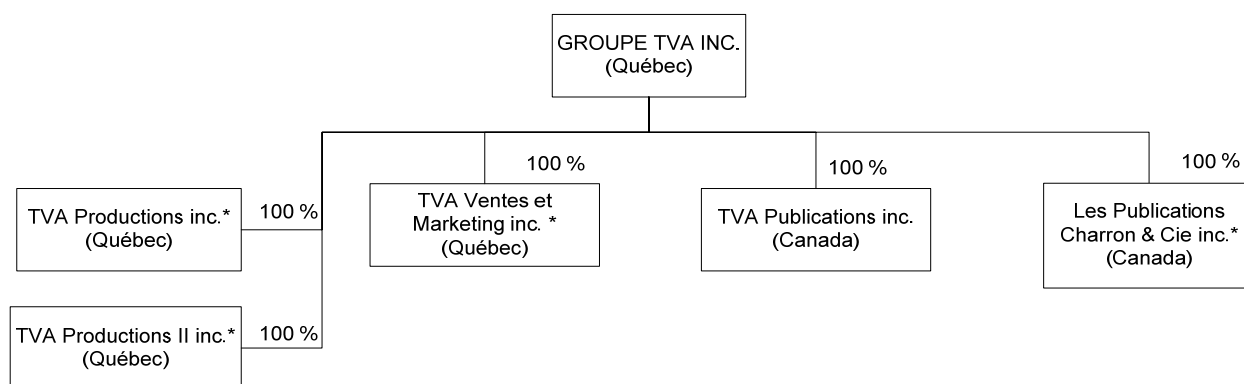
Le 17 février 1998, la dénomination sociale de Télé-Métropole inc. a été changée à Groupe TVA inc. La Société est régie par la *Loi sur les sociétés par actions* (Québec).

Son siège social est situé au 1600, boulevard de Maisonneuve Est, Montréal (Québec), H2L 4P2. L'adresse de son site Internet est <http://groupe TVA.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 2013, 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 2013 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 2013.

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 2013. Elles ont été incluses afin de donner une meilleure compréhension de la structure générale de la Société.



RUBRIQUE 2 ACTIVITÉS

Les activités de la Société sont réparties au sein de deux secteurs d'activités : la Télévision et l'Édition.

La Télévision

Le secteur de la Télévision de la Société réunit toutes les activités de création, production et diffusion d'émissions de divertissement, d'information et d'affaires publiques, 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 huit services spécialisés. Elle possède également une participation minoritaire dans le service spécialisé de langue anglaise SUN News Network (« **SUN News** ») et dans la chaîne spécialisée Évasion.

Le secteur de la Télévision inclut les activités de Réseau TVA (incluant les filiales et divisions TVA Productions inc., TVA Productions II inc., TVA Ventes et Marketing inc., TVA Accès inc., TVA Nouvelles et TVA Interactif), des services spécialisés, de la commercialisation de produits numériques associés aux différentes marques télévisuelles, ainsi que les activités de distribution de produits audiovisuels et films de sa division TVA Films.

L'Édition

Le secteur de l'Édition, 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 11 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 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 58,9 % des parts de marché des lecteurs québécois francophones cumulés par mois, selon les données compilées par le *Print Measurement Bureau* (« **PMB** ») de l'automne 2013. Les activités de la division TVA Studio, qui se spécialise dans les activités de développement de contenus, de productions commerciales imprimées et de services prémédia, ont été transférées vers les activités de TVA Accès inc. du secteur de la Télévision à la fin de l'exercice et sont reflétées dans ce secteur depuis le 1^{er} janvier 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 2013	Exercice terminé le 31 décembre 2012 (redressé)
Télévision	380 064 \$	389 856 \$
Édition	67 909 \$	67 357 \$
Éléments intersectoriels	(3 157) \$	(4 066) \$
TOTAL	444 816 \$	453 147 \$

2.1. TÉLÉVISION

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 CMT-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, YOOPA, TVA Sports et MOI&cie en plus de posséder une participation dans les services SUN News et 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 de 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 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)), venaient à échéance le 31 août 2013. Ces deux ententes ont été renouvelées 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 américaines et canadiennes 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, 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*, *Le Négociateur* et *Franchement Martineau* 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 détiennent, 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. Corporation Sun Media détient 51 % des parts de cette société alors que la Société en détient 49 %. L'adresse du site Internet de ce service est le www.sunnewsnetwork.ca.

TVA SPORTS

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.

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. TÉLÉ ACHAT

Le 1^{er} août 2012, TVA Boutiques a mis fin aux activités de sa chaîne câblée « Télé-achat » qui était diffusée par Vidéotron et Cogeco au Québec, sans toutefois interrompre la diffusion de l'émission « Shopping TVA » sur le Réseau TVA ainsi que ses activités de ventes en ligne qui se sont poursuivies jusqu'au 31 août 2013 (voir la rubrique 2.1.5 TVA Boutiques).

2.1.5. TVA BOUTIQUES

Jusqu'au 31 août 2013, TVA Boutiques a opéré notamment sous la marque de commerce Shopping TVA et a produit l'émission de télé-achat du même nom diffusée sur les ondes du Réseau TVA. Jusqu'au 31 août 2013, TVA Boutiques a exploité tous les segments de vente de produits de consommation diffusés sur ces stations. Le 31 août 2013, TVA Boutiques a cessé la diffusion de l'émission Shopping TVA sur le Réseau TVA ainsi que ses activités de ventes en ligne.

2.1.6. TVA PRODUCTIONS INC.

TVA Productions inc. a produit près de 1 560 heures d'émissions originales au cours de l'exercice financier terminé le 31 décembre 2013, dont, notamment, des émissions de variétés, des magazines, des galas, des jeux télévisés et des télé-réalités. Les productions de TVA Productions sont diffusées par le Réseau TVA, aux services spécialisés de la Société, à ses sites Internet, ainsi qu'à la vidéo sur demande, à l'Internet et à la mobilité.

2.1.7. TVA FILMS

Au cours de l'exercice financier terminé le 31 décembre 2013, 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. TVA Films a réalisé sa dernière sortie de film québécois en cinéma durant l'exercice 2013, soit le film « L'Autre Maison ». 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.

2.1.8. CONTENU QMI

Depuis sa création en février 2013, Contenu QMI, une division de Québecor Média, a pour mandat de créer, développer, acquérir, diffuser et exporter des contenus audiovisuels. Elle agit également à titre d'agent pour le compte de TVA et Vidéotron ltée, une société sous contrôle commun, dans le but de permettre à la Société de solliciter des fournisseurs et acheter des contenus de façon groupée et de développer d'autres marchés pour la commercialisation des contenus existants.

2.1.9. 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 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 65 % des redevances d'abonnement versées par les entreprises de distribution de radiodiffusion et à 35 % de revenus publicitaires.

Les revenus de TVA Boutiques provenaient, jusqu'à la cessation de ses opérations, de la vente de produits de consommation.

Quant à TVA Films, elle acquiert et exploite des droits pour la distribution de films et de productions audiovisuelles au Canada et à l'étranger et des formats d'émissions télévisuelles pour l'exploitation à l'international. 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.

2.1.10. 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*, ainsi qu'aux politiques et décisions du CRTC publiées à l'occasion, et 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 directe, par la propriété de valeurs mobilières, soit indirecte, 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 en radio, télévision, contenu Internet et contenu audio payant sont administrés collectivement par des sociétés de gestion de droit d'auteur selon des tarifs décidés par la Commission du droit d'auteur du Canada (la « **Commission du droit d'auteur** »). Les tarifs fixés par la Commission du droit d'auteur sont généralement applicables jusqu'à ce qu'une audience publique soit tenue et qu'une décision de la Commission du droit d'auteur soit rendue à l'égard de leur renouvellement. Les tarifs renouvelés sont souvent applicables rétroactivement.

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

Les Tarifs 2A et 17 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 et par les services spécialisés 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. Les tarifs représentent un pourcentage des revenus bruts des stations et services. En janvier 1998, la Commission du droit d'auteur a réduit le taux applicable qui est passé de 2,1 % à 1,9 % et a fixé une « licence générale modifiée », permettant aux stations de télévision de « se retirer » de la licence générale traditionnelle à l'égard de certaines émissions.

Pour la période de 2009 à 2013, les redevances versées aux termes des Tarifs 2A et 17 de la SOCAN ont été établies à 1,9 % des revenus bruts des chaînes pertinentes selon les définitions de la réglementation applicable, sous réserve des exceptions et modalités particulières d'application des Tarifs et d'un partage des frais reliés au Tarif 17 avec les distributeurs de radiodiffusion distribuant les chaînes spécialisées.

La diffusion sur Internet du répertoire de la SOCAN est régie par le Tarif 22 D 1, lequel prévoit des redevances de 1,9 % des revenus bruts provenant de cette plateforme, sous réserve des exceptions et modalités particulières d'application de ce Tarif.

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 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. Les titulaires de licences sont tenus 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.

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 2015.

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) d'ici au 31 août 2014. 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 supprimera le FAPL à compter du 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 pour ces services de déposer les ententes d'affiliation, 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 entreront en vigueur le 20 mai 2014.

Avantages tangibles

Le 21 octobre 2013, le CRTC a annoncé qu'il désirait entreprendre une révision du cadre réglementaire régissant les avantages tangibles et la façon de déterminer la valeur d'une transaction. Entre autres, le CRTC sollicite des observations sur son avis préliminaire à l'effet que, dans le cas de services de télévision, au moins 80 % des avantages tangibles devraient être versés à des fonds de tiers précis (80 % au Fonds des médias du Canada et 20 % à un fonds certifié indépendant) et que l'allocation allant jusqu'à 20 % des avantages tangibles devrait être laissée à la discrétion de l'acheteur. Le dépôt des interventions a eu lieu le 13 janvier 2014 et les répliques ont été déposées le 28 janvier 2014. Une décision devrait être rendue par le CRTC en 2014.

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.

Clauses régissant la tenue des 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 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 2015	CRTC 2012-242
CFTM-TV	Montréal	31 août 2015	CRTC 2012-242
CHLT-TV	Sherbrooke	31 août 2015	CRTC 2012-242
CHEM-TV	Trois-Rivières	31 août 2015	CRTC 2012-242
CFCM-TV	Québec	31 août 2015	CRTC 2012-242
CJPM-TV	Saguenay/Lac St-Jean	31 août 2015	CRTC 2012-242
CFER-TV	Rimouski	31 août 2015	CRTC 2012-242
addik ^{TV}	Canada	31 août 2015	CRTC 2012-242
Argent	Canada	31 août 2015	CRTC 2012-242
CASA	Canada	31 août 2015	CRTC 2012-242
Le Canal Nouvelles (LCN)	Canada	31 août 2015	CRTC 2012-242
MOI&cie	Canada	31 août 2017	CRTC 2010-752
prise 2	Canada	31 août 2015	CRTC 2012-242
Star Système	Canada	31 août 2017	CRTC 2010-753
TVA Sports	Canada	31 août 2016	CRTC 2010-116
YOOPA	Canada	31 août 2016	CRTC 2010-103

Note : Les licences pour SUN News et Évasion expirent le 31 août 2015 et le 31 août 2017 respectivement. 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.

2.1.11. CONCURRENCE, AUDITOIRE ET PART DE MARCHÉ EN TÉLÉVISION

Le secteur de la Télévision 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 de la Télévision 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. 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 de la Télévision 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 2013, le Réseau TVA est demeuré en tête avec ses 23,5 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 2013.

2.2. ÉDITION

2.2.1. TVA PUBLICATIONS ET PUBLICATIONS CHARRON

Le secteur de l'Édition, 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 cinq créneaux :

Artistique, culturel, divertissement

- 7 Jours
- DH
- Échos Vedettes
- Le Lundi
- Pool Pro
- Star Système
- TV Hebdo
- La Semaine

Décoration

- Chez soi
- Les Idées de ma maison
- Rénovation Bricolage
- Hors Série Décoration
- Votre Maison

Féminin, mode, beauté

- Clin d'oeil
- Femme d'aujourd'hui (FA)
- MOI&cie
- Star Inc.

Jeunesse

- Cool!

Services

- Magazine Animal
- Tout simplement
- Signé M

Par le biais de sa division TVA Studio, TVA Publications est également active dans le domaine du développement de contenus, de la production commerciale imprimée et des services prémédias. TVA Studio s'est vu confier des mandats de clients prestigieux dont Le Groupe Jean Coutu (PJC) inc., Destination Centre-Ville, Vidéotron ltée et plusieurs autres. Les activités de TVA Studio ont été transférées vers les activités de TVA Accès inc. du secteur de la Télévision depuis le 1^{er} janvier 2014.

Le secteur de l'Édition 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 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 depuis l'automne 2012, 15 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 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 de l'Édition 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 2013. À travers le pays, ses magazines mensuels rejoignent 3,6 millions de lecteurs tous les mois et ses hebdomadaires comptent plus de 2,5 millions de lecteurs chaque semaine, selon les données compilées par le PMB de l'automne 2013. Selon les mêmes données de 2013, 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 1,6 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 2013, TVA, avec l'ensemble de ses titres, détient 86 % de parts de marché des magazines francophones vendus en kiosque. Il totalise également 48,3 % des ventes totales 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 les 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 prévoient généralement des sanctions tant civiles que pénales pour toute utilisation, diffusion ou reproduction non autorisée. 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 2013, TVA comptait 1 170 employés permanents.

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

Télévision :	963
Édition :	207
TOTAL :	<hr/> 1 170

Les relations de travail avec ses employés sont régies par treize conventions collectives. Au 31 décembre 2013, trois conventions étaient échues ou le devenaient à cette date. Les conventions collectives échues au 31 décembre 2013 couvrent approximativement 76 % des employés syndiqués réguliers de la Société.

Le 16 février 2014, une entente de principe a été conclue entre la Société et le syndicat des employés relativement à l'une des conventions échues au 31 décembre 2013 et couvrant 68 % des employés syndiqués permanents de la Société. Cette entente de principe a été entérinée au cours d'une assemblée générale tenue le 26 février 2014.

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 de l'Édition, la direction de la Société et celle de ses filiales sont d'avis que le respect de la réglementation environnementale 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 :

FAITS SAILLANTS 2013

Le 6 février 2013, des forces créatives et de programmation de la Société et de Vidéotron ltée se sont regroupées pour former Contenu QMI, une nouvelle division de Québecor Média, ayant comme mandat de créer, développer, acquérir, diffuser et exporter des contenus audiovisuels.

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 la tenue 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 2 mai 2013, la chaîne TVA Sports a conclu une entente avec CBC/Radio-Canada et devient la chaîne spécialisée francophone officielle des Jeux olympiques d'hiver de Sotchi 2014.

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 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 Ligue nationale de hockey (« LNH ») dès la saison 2014-2015. TVA Sports devient 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 vient ainsi 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 devraient 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.

FAITS SAILLANTS 2011

Le 17 mars 2011, la Société a déposé une offre publique de rachat dans le cours normal des activités dans le but de racheter pour annulation entre le 21 mars 2011 et le 20 mars 2012, un maximum de 972 545 actions de classe B de la Société, représentant approximativement 5 % du nombre d'actions de classe B émises et en circulation. Le 8 août 2011, le conseil d'administration a décidé de suspendre la déclaration de dividendes. La Société a annoncé qu'elle n'entrevoyait pas se prévaloir de l'offre publique de rachat de ses actions dans le cours normal des activités, et ce, pendant toute la période où le dividende sera suspendu. Au cours de l'exercice terminé le 31 décembre 2011, aucune action de classe B n'a été rachetée.

Le 18 avril 2011, la Société et Corporation Sun Media ont procédé au lancement de « SUN News », un service spécialisé numérique de langue anglaise, d'information et d'opinions. Le 31 octobre 2011, la Société a retourné la licence de SUN TV au CRTC.

Le 2 mai 2011, la Société a procédé au lancement du service spécialisé numérique de langue française consacré au style, à la beauté et au mieux-être de la femme québécoise, « Mlle » (renommé « MOI&cie » le 1^{er} février 2013).

Le 12 septembre 2011, la Société a procédé au lancement de la chaîne « TVA Sports », un service spécialisé numérique de langue française consacré à tous les aspects du sport en se concentrant sur les sports professionnels d'intérêt général.

Le 22 décembre 2011, la Société a annoncé une entente en vertu de laquelle elle procéderait à la vente de ses participations dans les chaînes spécialisées « MysteryTV » et « The Cave » à son co-associé dans ces entreprises. Suite à l'approbation du CRTC, la transaction a été finalisée le 31 mai 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 gerance 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 gerance 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 applicables.¹ Le Conseil examine 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. Les administrateurs de la catégorie A comblent les vacances survenant dans cette catégorie et les administrateurs de la catégorie B comblent les vacances survenant dans cette catégorie.

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.

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

RESPONSABILITÉS

Le Conseil a les responsabilités suivantes:

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.

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 ou une président(e) du Conseil.
2. Approuver la nomination des autres membres de la haute direction.
3. S'assurer que le comité de 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 de rémunération, la rémunération de la présidente du conseil, 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. S'assurer qu'un processus de planification de la relève de la direction est en place.
6. Approuver la rémunération des administrateurs.
7. S'assurer que le comité de 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. 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. La présidente du Conseil doit être tenue 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. Réviser 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 de la présidente 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. La présidente 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.

* * * * *

-Révisé par le conseil d'administration le 13 mars 2013
-Révisé par le conseil d'administration le 12 mars 2014

ANNEXE C



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.
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.

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.

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.

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.

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 la présidente 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 8 novembre 2011.
- Révisé par le comité d'audit le 4 novembre 2013 et par le conseil d'administration le 12 mars 2014