

**RAPPORT**  
**D'ACTIVITÉ**  
**2013**

COMMUNIQUER. DIVERTIR. INFORMER.

**QUÉBECOR**



# **TABLE DES MATIÈRES**

<b>2013 EN BREF</b> .....	<b>3</b>
<b>FAITS SAILLANTS</b> .....	<b>5</b>
<b>MESSAGE AUX ACTIONNAIRES</b> .....	<b>6</b>
<b>VIDÉOTRON LTÉE</b> .....	<b>9</b>
<b>LE SUPERCLUB VIDÉOTRON LTÉE</b> .....	<b>12</b>
<b>CORPORATION SUN MEDIA</b> .....	<b>14</b>
<b>AGENCE QMI</b> .....	<b>17</b>
<b>GROUPE TVA INC.</b> .....	<b>18</b>
<b>GROUPE ARCHAMBAULT INC.</b> .....	<b>24</b>
<b>SECTEUR LIVRES</b> .....	<b>27</b>
<b>NURUN INC.</b> .....	<b>30</b>
<b>ENGAGEMENT SOCIAL</b> .....	<b>31</b>
<b>NOS EMPLOYÉS</b> .....	<b>31</b>
<b>QUÉBECOR ET L'ENVIRONNEMENT</b> .....	<b>34</b>
<b>QUÉBECOR, PARTENAIRE DE LA COMMUNAUTÉ</b> .....	<b>37</b>
<b>CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR INC.</b> .....	<b>40</b>
<b>CONSEIL D'ADMINISTRATION ET ÉQUIPE DE DIRECTION DE QUÉBECOR MÉDIA INC.</b> .....	<b>41</b>

# 2013 EN BREF

## JANVIER

› Vidéotron Itée et la Fondation OSMO annoncent la conclusion d'un important partenariat dans le cadre de la réalisation du projet de la Maison Notman, appelée à devenir un incubateur d'entreprises Web à la disposition des jeunes concepteurs et développeurs.

## FÉVRIER

- › Groupe TVA inc. lance la nouvelle chaîne spécialisée MOI&cie (auparavant Mlle).
- › Vidéotron dévoile son nouveau service de vidéo sur demande par abonnement : Club illico.
- › Studios BlooBuzz inc. (BlooBuzz) et l'Université du Québec à Chicoutimi annoncent l'octroi de trois Bourses BlooBuzz, destinées à récompenser l'excellence dans le domaine du jeu vidéo. Au total, BlooBuzz s'est engagée à verser 85 000 \$ en bourses sur une période de cinq ans.

## AVRIL

- › Lancement de l'application illico.tv pour les tablettes Android.
- › Vidéotron et Québecor inc. annoncent la récupération de plus de 16 tonnes de matériel électronique de toutes sortes (ordinateurs, moniteurs, batteries, etc.) lors de la collecte publique organisée dans le cadre du programme *Allo la Terre*.



## MAI

- › TVA Sports devient une des chaînes spécialisées officielles des Jeux olympiques de Sotchi 2014.
- › Robert Dépatie est nommé président et chef de la direction de Québecor inc. et de Québecor Média inc., en remplacement de Pierre Karl Péladeau. Il demeure également chef de la direction de Vidéotron. (NDR : En mai 2014, Pierre Dion, président et chef de la direction de Groupe TVA, a été nommé président et chef de la direction de Québecor et de Québecor Média inc. à la suite du départ de Robert Dépatie qui s'est retiré pour des raisons de santé.) Manon Brouillette est nommée présidente et chef de l'exploitation de Vidéotron.
- › Québecor fait l'acquisition de Gestion d'évènements GesteV inc. (GesteV), une entreprise de gestion d'évènements sportifs et culturels qui jouit d'une importante renommée dans la région de Québec.
- › Vidéotron et Rogers Communications Partnership (Rogers) concluent une entente d'une durée de 20 ans qui permettra d'offrir la technologie LTE à un plus grand nombre de clients au Québec et dans la région d'Ottawa.

## JUIN

- › Québecor Média annonce le lancement d'un aribus numérique à reconnaissance gestuelle. Ces nouveaux aribus à la fine pointe de la technologie, présentés en grande première mondiale par Québecor Média et la Société de transport de Montréal (STM), permettront aux annonceurs d'atteindre encore plus efficacement leurs publics cibles.





# FAITS SAILLANTS

## FAITS SAILLANTS

Exercices terminés les 31 décembre 2013, 2012 et 2011  
(en millions de dollars canadiens, sauf pour les montants relatifs aux données par action)

	2013	2012	2011
<b>EXPLOITATION</b>			
Revenus	<b>4 277,2 \$</b>	4 248,9 \$	4 094,7 \$
Bénéfice d'exploitation ajusté <sup>1</sup>	<b>1 451,8</b>	1 381,0	1 318,8
Contribution (à la perte nette) au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies	<b>214,1</b>	182,3	178,4
(Perte) gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	<b>(134,6)</b>	50,8	19,6
Éléments inhabituels	<b>(227,9)</b>	(70,3)	(9,7)
Activités abandonnées	<b>14,5</b>	(1,7)	8,1
(Perte nette) bénéfice net attribuable aux actionnaires	<b>(133,9)</b>	161,1	196,4
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation poursuivies	<b>914,2</b>	1 103,4	847,6
<b>DONNÉES PAR ACTION DE BASE</b> <sup>2</sup>			
Contribution (à la perte nette) au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies	<b>1,73 \$</b>	1,44 \$	1,39 \$
(Perte) gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	<b>(1,09)</b>	0,40	0,15
Éléments inhabituels	<b>(1,84)</b>	(0,55)	(0,07)
Activités abandonnées	<b>0,12</b>	(0,02)	0,06
(Perte nette) bénéfice net attribuable aux actionnaires	<b>(1,08)</b>	1,27	1,53
Dividendes	<b>0,10</b>	0,10	0,10
Capitaux propres attribuables aux actionnaires	<b>9,31</b>	10,36	11,13
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en millions)	<b>124,0</b>	126,4	128,0
<b>SITUATION FINANCIÈRE</b>			
Dette à long terme	<b>4 975,3 \$</b>	4 507,8 \$	3 688,3 \$
Capitaux propres	<b>1 750,4</b>	1 941,3	2 867,9
Total de l'actif	<b>9 016,4</b>	9 007,8	9 038,8
<b>EMPLOYÉS</b>	<b>15 100</b>	16 865	16 950

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

<sup>2</sup> Les données par action de base ont été ajustées rétroactivement pour refléter le fractionnement des actions de la Société réalisé le 14 août 2013 à raison de deux actions pour une action.

<sup>3</sup> Les données financières pour l'exercice 2009 sont présentées conformément aux Principes comptables généralement reconnus du Canada.

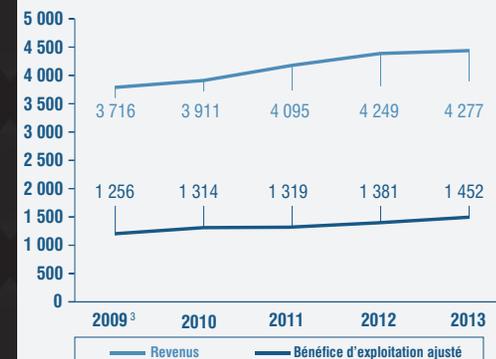
Cours de l'action (QBR.B)

En dollars canadiens



Revenus et bénéfice d'exploitation ajusté

En millions de dollars canadiens



# MESSAGE AUX ACTIONNAIRES

Plus que jamais, le monde des télécommunications, du divertissement et des médias d'information est demeuré l'un des plus intéressants et des plus stimulants qui soient en 2013. Il est fascinant de constater le nombre d'expertises – et la créativité – que concentre ce secteur.

Naturellement, les perspectives de croissance de Québecor sont liées à la capacité de l'entreprise à anticiper et à combler les attentes de ses clients. Or, nos équipes ont encore relevé le défi cette année, comme en font foi les réalisations présentées dans les pages qui suivent.

C'est un chiffre d'affaires de 4,28 G\$ que Québecor a généré en 2013, en hausse de 28,3 M\$ (0,7 %) par rapport à 2012. Ce résultat est de nouveau attribuable en bonne partie à la solide performance de son secteur Télécommunications qui, malgré une forte concurrence, a affiché une croissance de 114,0 M\$ (4,4 %) de ses revenus et de 81,1 M\$ (6,7 %) de son bénéfice d'exploitation ajusté. On nous permettra d'ajouter, à ce sujet, que tous les principaux services de Vidéotron ont enregistré une progression de leurs revenus en 2013.

L'activité globale de l'entreprise a, par ailleurs, produit un bénéfice d'exploitation ajusté de 1,45 G\$, une hausse de 5,1 % par rapport à 2012. La perte nette attribuable aux actionnaires s'est établie à 133,9 M\$ (1,08 \$ par action de base) en 2013, contre un bénéfice net attribuable aux actionnaires de 161,1 M\$ (1,27 \$ par action de base) en 2012, soit un écart défavorable de 295,0 M\$

(2,35 \$ par action de base), dont l'impact non monétaire défavorable total de 299,4 M\$ est dû aux fluctuations des valeurs des écarts d'acquisition, des actifs incorporels et des instruments financiers dérivés.

## DEUX AXES DE DÉVELOPPEMENT FORTS

L'évolution globale de l'industrie et l'analyse attentive des besoins et des attentes de nos clients ont permis de confirmer la justesse de la stratégie d'affaires de Québecor pour les années à venir, une stratégie fondée sur deux axes de développement forts : la conception, la production et la distribution de contenus distinctifs et de qualité destinés aux marchés locaux, nationaux et internationaux, et l'exploitation optimale du formidable potentiel de la technologie numérique au bénéfice de nos différentes clientèles. C'est sans contredit la direction que nous devons emprunter pour réaliser notre mission : être un chef de file canadien dans le domaine des télécommunications, du divertissement culturel et sportif et des médias d'information, tout en étant l'entreprise la plus profitable.

C'est cette prémisse – ainsi que notre détermination à offrir des produits et des services de la plus haute qualité – qui ont dicté les décisions prises tout au long de 2013. Plusieurs d'entre elles ont d'ailleurs déjà apporté une contribution importante à l'essor de Québecor et de ses filiales.

Comme on l'a maintes fois noté par le passé, la demande pour des contenus de qualité dans les trois créneaux de prédilection de Québecor que sont les télécommunications, le divertissement culturel et sportif et les médias d'information a littéralement explosé. En témoigne le fait que, depuis 2009, la valeur des productions audiovisuelles a doublé et représente aujourd'hui un marché global de l'ordre de 30 G\$. Et cette tendance, soutenue notamment par la multiplication et la portabilité des plateformes de visionnement, affiche une croissance continue à l'échelle planétaire.

Forte de son leadership, Québecor a donc décidé de saisir cette occasion d'affaires et de répondre de façon innovante aux attentes de ses clients en regroupant ses compétences créatives en matière de contenus et en créant Contenu QMI. S'appuyant sur une mission claire – être le chef de file québécois en contenu audiovisuel et procurer la meilleure expérience de divertissement sur l'ensemble des plateformes de Québecor Média –, cette nouvelle unité d'affaires se consacre à la conception, à l'acquisition et à la distribution de contenus destinés aux plateformes des filiales de Québecor Média au Québec, de même qu'aux marchés internationaux. On nous permettra, en outre, d'ajouter que cette initiative est d'autant plus heureuse qu'elle aura aussi pour effet d'apporter une contribution importante au rayonnement des artistes et des artisans de la culture d'ici.

Toujours en matière de contenus, c'est avec une grande fierté que nous voulons aussi souligner la conclusion d'ententes historiques avec plusieurs partenaires majeurs et qui ont fait de TVA Sports – l'une des chaînes spécialisées officielles des Jeux olympiques de Sotchi 2014 – le diffuseur francophone officiel de la Ligue nationale de hockey au Canada pour une période de 12 ans, de même que l'un des diffuseurs francophones de la National Football League et le diffuseur officiel de la Major League Baseball pour des périodes respectives de quatre et de huit ans, pour ne donner que ces exemples.

La signature de telles ententes avec certaines des plus prestigieuses propriétés du sport professionnel nord-américain a confirmé que, malgré son jeune âge, TVA Sports a déjà trouvé sa place aux côtés des acteurs incontournables du domaine de l'exploitation multiplateforme du divertissement sportif. La progression du nombre d'abonnés de la chaîne démontre d'ailleurs que les amateurs de sport ont vivement apprécié ces initiatives.

Si elle a été le théâtre d'initiatives marquantes sur le plan des contenus, l'année 2013 s'inscrira aussi comme une année charnière dans l'histoire de Québecor sur le plan technologique.

Ainsi, l'évolution prévisible de l'industrie, marquée notamment par les exigences grandissantes des citoyens et des entreprises en matière de bande passante, a incité Vidéotron et Rogers Communications à conclure une entente de 20 ans en vue de la construction et de l'exploitation d'un réseau sans fil partagé LTE au Québec et dans la région d'Ottawa. Cette entente aura deux avantages de taille. D'une part, elle placera Vidéotron dans la meilleure position possible pour répondre aux attentes du marché. D'autre part, le partage des coûts de déploiement et d'exploitation du réseau générera des économies en capital qui pourront être réinvesties dans d'autres initiatives au profit de nos clients.

Nous sommes également très heureux de souligner ici notre participation – couronnée de succès – aux récentes enchères de spectre d'Industrie Canada. Les licences d'exploitation dans la bande de 700 MHz acquises par Québecor Média par l'entremise de sa filiale Vidéotron en février 2014, qui couvrent la totalité du Québec, de l'Ontario (à l'exception du nord de la province), de l'Alberta et de la Colombie-Britannique, permettent de rejoindre quelque 80 % de la population du pays, soit plus de 28 millions de personnes. Bien qu'aucune décision n'ait été prise quant à l'utilisation future de ces fréquences, on comprendra que Québecor Média ne pouvait rater l'occasion d'investir dans l'acquisition de licences de si grande valeur.

Toujours au chapitre de l'exploitation du potentiel de la technologie numérique, Québecor a aussi profité de 2013 pour créer une autre unité d'affaires : QMI Numérique. Conçue comme un moteur de croissance, QMI Numérique s'est vu confier un triple mandat : développer notre stratégie numérique en veillant à la cohérence du groupe, soutenir les filiales dans leur développement et la diffusion de produits ou de services numériques de qualité et, enfin, maximiser la rentabilité de ces produits et services.

En plus de permettre à Québecor de tirer le meilleur profit de ses infrastructures technologiques, cette initiative s'avère d'autant plus stratégique que la multiplication des plateformes – tablettes, téléphones intelligents, dispositifs mobiles hybrides, téléviseurs connectés et autres – pose de réels défis en matière de compatibilité et d'adaptation de l'offre.

Dans un autre ordre d'idées, nous nous réjouissons du soutien indéfectible que Québecor et ses filiales ont continué à offrir à des centaines d'organismes engagés auprès de nos concitoyens de tout le pays dans les domaines de la culture, de l'action communautaire, de l'éducation, de l'aide à la jeunesse, de la santé et de l'environnement. Plusieurs exemples de ce soutien, dont nous sommes très fiers, sont offerts plus loin dans le présent document. Fidèles à l'engagement du fondateur de Québecor envers la communauté, c'est un appui enthousiaste – et souvent important – que nos entreprises apportent aux acteurs qui œuvrent à la construction d'un monde meilleur. À ce titre, rien ne nous semble plus normal que de redonner généreusement à la société qui nous accueille et nous permet de grandir.

## REMERCIEMENTS

Notre reconnaissance va d'abord à nos actionnaires. Leur confiance et leur capacité à saisir les perspectives d'avenir qu'offre le monde évolutif des télécommunications, du divertissement et des médias d'information sont pour nous un appui des plus précieux, qui nous offre la sérénité voulue pour prendre des décisions d'affaires solidement fondées.

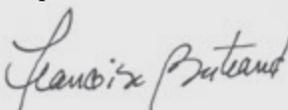
Nos plus sincères remerciements, également, à nos clients. Notre volonté de répondre à leurs attentes et d'offrir chaque jour une prestation qui soit à la hauteur de leurs propres rêves et ambitions est pour nous un puissant moteur. Plus que des clients, nous nous plaisons à voir en eux de véritables partenaires. Et leur confiance est notre récompense.

Nous tenons aussi à lever notre chapeau devant le travail exceptionnel de tous les employés de Québecor. Ils sont plus de 15 000 qui, chaque jour, donnent vie à une entreprise formidable, tout entière vouée à l'offre de services et de produits innovateurs et de qualité. Si les consommateurs et les entreprises d'ici nous font l'honneur, année après année, de leur confiance et de leur fidélité c'est grâce à eux.

Enfin, nous tenons à ce que nos administrateurs soient assurés de notre gratitude pour leur engagement à l'égard de l'entreprise. La variété des expériences et des expertises qui sont les leurs concourent de façon importante à la conduite des affaires de Québecor, particulièrement sur les plans de la stratégie d'entreprise et de la gouvernance.

À toutes et à tous, merci de tout cœur.

La présidente du conseil,



Françoise Bertrand

Le président et chef de la direction,



Pierre Dion

# VIDÉOTRON LTÉE

Vidéotron a conservé sa position de chef de file de l'industrie des télécommunications et du divertissement au Canada. L'année 2013 a été marquée par nombre d'événements d'importance, qui ont confirmé le statut incontournable de Vidéotron dans son secteur d'activité.

Tout d'abord, l'entente conclue avec Rogers et visant la construction et l'exploitation d'un réseau sans fil partagé LTE (technologie d'évolution à long terme) permettra d'offrir cette technologie de pointe à un nombre encore plus grand de clients au Québec et dans la région d'Ottawa. Les coûts liés au déploiement et à l'exploitation du réseau seront partagés entre les deux entreprises. Les économies en capital ainsi réalisées seront réinvesties dans les réseaux existants afin de les rendre encore plus performants, robustes et fiables, pour le plus grand bénéfice des clients. Vidéotron sera donc plus que jamais en mesure de répondre aux besoins toujours grandissants des consommateurs et des entreprises.

## TOUJOURS AU CŒUR DES TENDANCES

Consciente de l'évolution des besoins de sa clientèle en matière de divertissement, Vidéotron a continué à innover sur le plan de la distribution de contenus. Lancé au début de l'année, Club illico avait recruté près de 60 000 clients à la fin de l'exercice 2013. Proposant des milliers de titres, le service de vidéo sur demande par abonnement offre la plus grande sélection de titres francophones au pays. Grâce à une programmation diversifiée qui se veut parfaitement adaptée aux goûts des Québécois et une plateforme polyvalente

LES PROS  
À LA RESCOURSSE



et simple à utiliser, Club illico s'est vite imposé comme partenaire de choix des adeptes de divertissement, comme l'illustre la présentation en avant-première de la nouvelle série de Martin Matte, *Les beaux malaises*, et celle en primeur nord-américaine de la populaire série *Le Dôme*.



L'exercice 2013 a aussi marqué le 10<sup>e</sup> anniversaire de la vidéo sur demande. À l'époque de ce lancement, Vidéotron avait bouleversé l'industrie en devenant le premier distributeur en Amérique du Nord à offrir ce service. À preuve : 10 ans plus tard, elle enregistrait plus de 105 millions de commandes sur la vidéo sur demande pour la seule année 2013, dont un record de 30 millions de commandes au seul troisième trimestre.

Par ailleurs, en plus d'avoir réalisé plusieurs améliorations à ses accès Internet en 2013, Vidéotron a créé son équipe de Pros. En effet, comptant sur des agents de vente qui offrent un service de formation personnalisé, le nouveau programme enrichit l'expérience des clients en leur permettant de profiter du plein potentiel des produits et services. De plus,



VOUS VOULEZ  
LE PLUS GRAND CHOIX  
DE FILMS, SÉRIES ET  
ÉMISSIONS SUR DEMANDE?  
VOUS POUVEZ.

TOUT ÇA, AU MOMENT  
OÙ VOUS LE VOULEZ

10 ANS  
DE SERVICE  
SUR DEMANDE

illico

## **VIDÉO SUR DEMANDE : EN TÊTE DES CLASSEMENTS**

**VIDÉOTRON A DOMINÉ LE SECTEUR DE LA VIDÉO SUR DEMANDE AVEC PLUS DE 105 MILLIONS DE COMMANDES PAYANTES ET GRATUITES DE TITRES CANADIENS ET NON CANADIENS EN 2013 (SOURCE : CRTG, STATISTIQUES CUMULATIVES SUR LA VSD). COMME LE TOTAL DES COMMANDES S'EST ÉLEVÉ À PLUS DE 235 MILLIONS AU CANADA, VIDÉOTRON A ENREGISTRÉ À ELLE SEULE PRÈS DE LA MOITIÉ DES COMMANDES DE L'INDUSTRIE. CETTE PERFORMANCE EXCEPTIONNELLE A PERMIS À VIDÉOTRON D'ACCÉDER AU PREMIER RANG DU CLASSEMENT DES REVENUS VERSÉS AUX DÉTENTEURS DE DROITS DE FILMS CANADIENS. VIDÉOTRON A REMIS UN PEU PLUS DE 2 M\$ SUR UN TOTAL DE PRÈS DE 4,5 M\$ POUR L'ENSEMBLE DE L'INDUSTRIE.**

Vidéotron a lancé un nouveau service d'optimisation Wi-Fi qui permet de recevoir la visite d'un technicien spécialisé pour optimiser la portée du réseau sans fil des clients résidentiels et affaires. Rappelons que Vidéotron enregistre déjà un taux de satisfaction de 100 % chez les clients qui utilisent ses quatre services, soit la télédistribution, Internet, la téléphonie par câble et la téléphonie mobile (source : Léger Marketing, décembre 2013).

Inauguré en 2012, le service illico télé nouvelle génération avait recruté près de 800 000 clients à la fin de 2013. Toujours stimulée par sa culture d'innovation, Vidéotron a aussi lancé l'enregistreur multitélé, un nouveau produit qui permet de visionner les émissions enregistrées sur tous les téléviseurs d'un foyer munis d'un terminal HD de nouvelle génération.

Enfin, Vidéotron atteint un nouveau sommet en soulignant l'arrivée de son 500 000<sup>e</sup> client en téléphonie mobile.

Fait notable à souligner : l'entreprise a obtenu, pour une huitième année consécutive, le prestigieux titre d'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois, décerné par Léger Marketing/*Les Affaires*.



## MAtv

L'expérience des derniers mois a été plus que concluante : le repositionnement de VOX a été un succès sur toute la ligne. Dès le début de 2013, la chaîne – devenue MAtv – a vu ses résultats d'écoute augmenter de façon significative (source : Sondages BBM) et ainsi avoir une plus grande portée dans la collectivité. Elle produit des contenus informatifs et éducatifs, présentés dans un cadre interactif qui facilite l'expression des communautés québécoises. Près de 50 % des émissions produites par la chaîne sont issues de projets proposés par des citoyens. Inspirée par cet engagement, Vidéotron a annoncé sans tarder son intention de créer sous peu MYtv, afin de donner une voix à la communauté anglophone de la grande région de Montréal.

Grâce à une programmation rassembleuse et à une grande proximité avec l'auditoire, MAtv a su s'affirmer encore davantage dans son rôle de porte-voix des citoyens des régions du Québec. Durant l'année, la chaîne a proposé près de 5 500 heures de programmation locale, soit plus de 60 % de la grille horaire des différentes antennes régionales. Le magazine d'actualité *Mise À Jour* et son pendant culturel *LeZarts* ont notamment diffusé des versions spécifiques dans chaque région où la chaîne est présente, se faisant ainsi le miroir de toute la richesse des points de vue. L'émission *Code régional*, qui a vu le jour à l'automne 2012, s'est assurée, quant à elle, de refléter les préoccupations des différentes régions du Québec au moyen de reportages sur des enjeux locaux spécifiques.

*OPEN télé* a aussi continué d'anticiper les intérêts des téléspectateurs avec une approche inspirée de l'externalisation ouverte (*crowdsourcing*). Ainsi, toute l'année, par l'intermédiaire de Twitter, les citoyens ont participé en temps réel aux discussions qui se déroulaient en studio, faisant réellement évoluer les discussions. D'ailleurs, selon Seevibes Score, *OPEN télé* s'est hissée en troisième position du classement de l'audience sociale



au printemps 2013 ainsi qu'au troisième rang des 10 émissions québécoises hebdomadaires les plus performantes en ce qui a trait au nombre d'interactions totales avec le téléspectateur.

Plusieurs nouveautés ont aussi été ajoutées à la programmation de MAtv, dont l'émission culturelle montréalaise *Catherine et Laurent*, initiée par la radio communautaire CIBL. En plus d'être la première émission quotidienne à être diffusée simultanément à la télévision et à la radio au Québec, *Catherine et Laurent* a permis à une vingtaine de bénévoles de découvrir le monde de la télé. Tournées dans les studios de CIBL à l'aide de caméras robotisées contrôlées par la régie de MAtv, les images sont synchronisées et diffusées à l'aide d'un système unique au Canada.

Enfin, MAtv s'est assurée, conformément à sa mission, de développer des projets d'émissions ayant comme axe principal l'accès et l'interaction avec le citoyen. Autant par la production et la diffusion de grands événements de prise de parole que par l'intégration directe de la collectivité à la programmation de ses émissions, MAtv se fait le véhicule de l'engagement citoyen. Cette volonté s'illustre également grâce à la section *Je participe* du site *MAtv.ca*.



# LE SUPERCLUB VIDÉOTRON LTÉE

L'évolution rapide des technologies et la venue de nouveaux joueurs dans l'industrie n'ont pas empêché Le Superclub Vidéotron et ses franchisés de maintenir une position enviable sur le marché québécois en 2013.

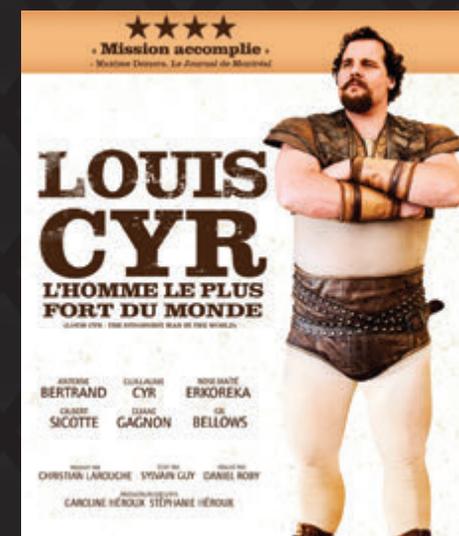
Afin de permettre à l'entreprise de conserver sa position, la transformation des boutiques amorcée en 2010 s'est poursuivie en 2013. À ce jour, des investissements de plus de 5,9 M\$ réalisés conjointement avec les franchisés ont permis de porter à 63 le nombre de magasins ayant bénéficié de cette cure de jouvence. La plupart réunissent désormais une boutique Microplay™, spécialisée en jeux vidéo, et une



boutique Vidéotron, offrant les quatre produits de la marque. À la fin de l'année, le réseau comptait 163 magasins, dont 79 accueillent aujourd'hui une boutique Vidéotron.

De leur côté, les 77 boutiques Microplay™ ont maintenu leur volume de ventes en dépit d'un marché au ralenti. Le jeu *Grand Theft Auto V* s'est imposé comme meilleur vendeur de l'histoire de la bannière, près de 43 000 unités trouvant preneurs une semaine à peine après sa sortie. Il serait aussi difficile de ne pas mentionner le lancement, à l'automne, des nouvelles générations des consoles de jeux PlayStation® et Xbox, qui ont permis aux passionnés de jeux vidéo de vivre une expérience de jeu inédite après huit longues années d'attente. Microplay™ a contribué à l'effervescence entourant l'événement en ouvrant tous ses magasins à minuit pour l'occasion.

Enfin, pour se démarquer de ses concurrents, Le SuperClub Vidéotron a continué de miser sur ses employés, passionnés de cinéma, de technologies et de jeux vidéo, qui contribuent largement à fidéliser la clientèle. Leur travail prouve, hors de tout doute, que les rapports humains n'ont pas perdu de leur attrait en 2013, même dans le monde de la fiction et de la réalité virtuelle !





# CORPORATION SUN MEDIA

Au cours des dernières années, le monde de l'information a connu des transformations d'une rare envergure. Relevant avec brio les nouveaux défis apportés par ce vent de changement, notamment en ce qui concerne les technologies numériques, Corporation Sun Media a continué d'améliorer son offre de contenus journalistiques et publicitaires sur les plateformes mobiles, tout en adoptant un train de mesures visant à assurer sa pérennité.

C'est ainsi qu'ont cessé les activités de huit publications et de trois journaux urbains gratuits, soit les *24 Hours* d'Ottawa, de Calgary et d'Edmonton. De plus, en décembre 2013, Corporation Sun Media a repositionné ses opérations stratégiques en se retirant de la publication des journaux hebdomadaires au Québec. Cette décision stratégique, assujettie à l'approbation des autorités réglementaires, plus spécifiquement le Bureau de la concurrence, a entraîné la vente de ses 74 journaux hebdomadaires du Québec à Transcontinental Interactif pour une somme de 75,0 M\$.

## LA WEBRADIO DU JOURNAL DE MONTRÉAL : UNE PREMIÈRE POUR UN QUOTIDIEN AU CANADA !

Lancée au début de 2013, la nouvelle webradio du *Journal de Montréal* a su rejoindre rapidement son public, attirant quotidiennement plusieurs milliers d'auditeurs. Le concept, unique au pays, réunit journalistes, chroniqueurs

et blogueurs dans un studio aménagé à même la salle de nouvelles du *Journal de Montréal*. Leurs émissions peuvent être écoutées en direct ou en différé, en audio ou en vidéo, et sont ajoutées dans les pages Web des reportages et des chroniques du *Journal de Montréal* auxquels elles font référence. Enfin, la webradio diffuse aussi les bulletins de nouvelles radio d'Agence QMI.



**SUN MEDIA**  
Une société de Québecor Média

## UN VENT DE RENOUVEAU AU JOURNAL DE MONTRÉAL ET AU JOURNAL DE QUÉBEC

Après l'innovation importante qu'est la webradio, Corporation Sun Media a poursuivi sur sa lancée en présentant plusieurs améliorations aux quotidiens *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec*. Proposant un logo plus actuel, une grille graphique originale, des contenus enrichis et une signature inédite, le changement est le reflet de la volonté de moderniser les deux quotidiens. Ils proposent désormais de nouvelles sections, des cahiers détachables, des enquêtes exclusives et encore plus de reportages et d'entrevues de fond. L'unité d'enquête s'est notamment distinguée toute l'année avec ses dossiers touchant la construction, la collusion et la Commission Charbonneau. Enfin, les quotidiens offrent désormais plus d'analyses et d'opinions grâce à l'arrivée d'une brochette impressionnante de nouveaux chroniqueurs, dont Jacques Parizeau, Jean Charest, Gilbert Rozon et Chantal Petitclerc. Les deux quotidiens font donc, aujourd'hui plus que jamais, une place privilégiée à l'information et au commentaire.

Que ce soit à Montréal ou à Québec, c'est définitivement « Le journal qu'on aime lire ». Selon l'étude PMB 2013 et les derniers résultats du sondage NADbank 2012, *Le Journal de Montréal* n'a jamais été aussi populaire avec près de 2,4 millions de lecteurs, soit une augmentation de 19 % depuis 2010. Sur le Web, la refonte des deux entités n'a pas tardé à porter ses fruits : selon comScore Media Metrix, les sites Internet des deux quotidiens sont ceux qui connaissent la plus forte progression parmi tous les sites majeurs d'information au Canada. Le nombre de visiteurs uniques du *Journal de Québec* a augmenté de 55 % d'octobre 2013 à janvier 2014, alors que celui du *Journal de Montréal* augmentait de 27 %.



**Pour vous, partout.**

Sur le web, la tablette ou le mobile, *Le Journal de Montréal* est le lieu de tous les débats. Votre opinion, vos scoops et vos photos sont les bienvenus.

Faites-vous entendre sur [journaldemontreal.com](http://journaldemontreal.com)

**LE JOURNAL DE MONTRÉAL** Le journal qu'on aime lire



**DÉCOUVREZ LES NOUVEAUX CAHIERS**

**MARDI QUÉBEC**

**VENDREDI QUÉBEC**

**DIMANCHE QUÉBEC**

**LE JOURNAL DE QUÉBEC** Le journal qu'on aime lire

**24** **50 MILLION** **20-12 MILLION**

**Documents allege Ford tried to buy crack video**

**HOLIDAY TRANSFORMATION**

**EDMONTON SUN** **FANFARE BOOSTS JUNIORS** **2013 THIS WAS A CHALLENGING YEAR**

**BUY AND BUY**

Sun's ALLISON SALZ takes stock of Boxing Day >> PAGE 4

**FRIDAY \$41 MILLION**

**Winnipeg Sun** **LIKE A WRECKING BALL**

**MONEY FOR NOTHING**

How officials wasted your taxes in 2013 >> PAGES 4-5

**NISSAN**

**OTTAWA SUN** **Cancel that plane ticket**

**GANGBUSTERS**

How cops nabbed one of the city's most dangerous drug dealers >> PAGE 4

**DOW HONDA.COM**

**le journal de québec**

**SIR PAUL SÉDUIT ENCORE QUÉBEC**

**SOLIDE COMME DU ROCK**

**6 PAGES**

**24** **A little car crush** **Big city with small-town heart**

**Vancouver's unaffordable future**

**Sitting in it Nice is so NICE**

**TOYOTA**

**24** **Classique revisitée** **Le CH au sommet**

**DÉCÈS DE NELSON MANDELA**

**Le monde entier salue son départ**

**Acquisition majeure**

**TORONTO SUN** **AT LAST! Raps clinch playoff spot**

**TRIAL BY FIRE**

**Gunman shot dead, hero cop in hospital after courthouse shooting >> PAGES 4-6**

**PRE-SEASON POOL & SWIM SPA SALE!!**

**SWIM SPA \$16,999**

**CALGARY SUN** **Pro-Selling April 2011** **Anders out!**

**THE RIGHT PIECES?**

**YOU BE THE BOSS**

**Flames Edition**

**See Sports pullout & have your say at calgarysun.com/youbeboss**

**Collaboration. Partnerships. Innovation.**

**Summer anyone?**

**The London Free Press**

**Sky's limit** **Rob Freeman enjoys the view at his mansion north of London. Having made his millions, he's now on a quest to cure Crohn's disease. PAGES A2, 3**

**First Duffy, now Wallin**

**ASK ABOUT WEEKEND COLLEGE**

# AGENCE QMI

L'agence de presse a consolidé son statut de référence médiatique bilingue au Canada grâce à ses contenus de haute qualité. Les textes, photos, vidéos et contenus interactifs produits à l'échelle du pays lui ont permis d'assurer une couverture rigoureuse de l'actualité, pour le plus grand bénéfice de l'ensemble des propriétés et des partenaires d'affaires de Québecor.

Multiplateforme, Agence QMI a proposé en moyenne 230 textes et 75 vidéos par jour au cours de 2013. Elle a d'ailleurs mis en place un service de banque de photos en ligne, de même qu'un service de jumelage textes-photos, afin de toujours mieux répondre aux besoins en information de ses clients. Il n'est donc pas étonnant que l'entreprise ait vu les abonnements à son fil de presse (QMI) augmenter de façon importante en 2013. Il en a été de même de ses ventes à la carte à des clients de renom, parmi lesquels TC Média, Rogers, Pixcom, Postes Canada et la Société Radio-Canada.

Le lancement d'un nouveau service d'alertes pour les nouvelles d'importance en temps réel a rapidement rapporté : grâce à lui, Agence QMI est devenue une véritable référence en information lors des événements qui ont marqué l'actualité de 2013, comme les élections municipales, la tragédie de Lac-Mégantic et la traversée de l'Atlantique à la rame de Mylène Paquette.

Enfin, Agence QMI a créé en 2013 son propre Bureau d'enquête, qui regroupe des journalistes provenant de toutes les principales salles de rédaction de Québecor Média. Les reporters du Réseau TVA, du *Journal de Montréal*, du *Journal de Québec* et de la chaîne Argent peuvent ainsi travailler de concert avec les journalistes, recherchistes et professionnels d'Agence QMI. L'information nécessaire à la publication et à la diffusion de reportages inédits destinés à toutes les plateformes est dorénavant mise en commun et fait du Bureau d'enquête un véritable incubateur pour toutes les filiales de Québecor Média.



AGENCE **QMI**  
Une division de Québecor Média



# GROUPE TVA INC.

Groupe TVA a continué de s'imposer comme le chef de file du divertissement, de l'information, de l'édition de magazines et de la production audiovisuelle au Québec. Par l'entremise de son secteur Télévision, l'entreprise joint chaque semaine 91 % des Québécois francophones et se distingue de la concurrence en cumulant près du tiers des parts du marché de la télévision.

## SECTEUR TÉLÉVISION

### UNE PROGRAMMATION ENLEVANTE POUR UN PUBLIC FIDÈLE

Depuis plus de 50 ans, le Réseau TVA partage le quotidien de millions de Québécois. Toujours à l'écoute de son public, il a su créer avec lui une formidable proximité. Preuve de la réussite de sa stratégie, le Réseau TVA est demeuré le réseau le plus regardé au Québec, terminant l'année avec 24,4 % de parts de marché, loin devant ses concurrents. Pour l'ensemble de sa programmation, la performance du réseau dépasse celles de ICI Radio-Canada Télé et de V combinées.

La grande qualité de la programmation du Réseau TVA lui a de nouveau permis de maintenir la fidélité de ses téléspectateurs, malgré un marché de plus en plus fragmenté et concurrentiel. Pas moins de 20 des 30 émissions présentées par le Réseau TVA ont atteint des auditoires dépassant le million. Son émission phare a été sans conteste *La Voix*. L'adaptation québécoise de ce succès, décliné dans plus de 40 pays, a été l'une des plus performantes. Son émission a attiré 2,6 millions de téléspectateurs en moyenne chaque semaine, dépassant ainsi les 57 % de parts de marché (source : Sondages BBM).

De plus, l'émission *Le Banquier* a attiré près de 1,8 million de téléspectateurs en moyenne, pour atteindre un sommet de 2,2 millions pour son émission spéciale mettant en vedette Céline Dion. *Occupation Double* a notamment figuré parmi ces rendez-vous millionnaires pour une 10<sup>e</sup> année consécutive en autant d'années d'existence. La doyenne de ses émissions, *Salut, Bonjour!*, quant à elle, a célébré son 25<sup>e</sup> anniversaire en tête des palmarès matinaux.

Le service des nouvelles de Groupe TVA a réaffirmé sa position de chef de file du domaine de l'information au Québec. Alors que le *TVA Nouvelles* demeure la référence des Québécois lorsqu'ils veulent s'informer, l'ensemble des bulletins d'information du lundi au vendredi ont tous été numéro un et le magazine *J.E.* a conservé son rang en tête des émissions d'enquête.

*Le bilan de la télé sociale 2013* pour le Québec produit par Seevibes a confirmé que le Réseau TVA a dominé largement la télé sociale cette année en s'imposant comme la chaîne la plus mentionnée sur les réseaux sociaux.





Chaîne spécialisée officielle

## DES CHÂÎNES SPÉCIALISÉES PASSIONNANTES

Preuve indéniable de leur succès, les chaînes spécialisées francophones ont vu leurs parts de marché combinées doubler en cinq ans, passant de 4,3 à 8,1 parts. La majorité des chaînes ont d'ailleurs rejoint plus d'un million d'abonnés en 2013 et CASA, MOI&cie, Prise 2 et Yoopa ont vu leurs parts de marché progresser (source : Sondages BBM).

Groupe TVA, soucieuse de maintenir son leadership dans le domaine de l'information au Québec, a apporté des nouveautés à la programmation de LCN. Deux nouvelles émissions ont pris l'antenne afin de bonifier sa couverture des événements locaux et internationaux : *Le Québec Matin*, axé sur les nouvelles en direct, et *30 sur le radar*, couvrant l'actualité d'ici et d'ailleurs. Un bulletin de nouvelles a également été ajouté à 20 h 30 permettant ainsi à la chaîne d'offrir à ses téléspectateurs une couverture incomparable de l'actualité.

Enfin, la chaîne addik<sup>TV</sup> a annoncé qu'elle produirait sa toute première série originale, *Mensonges*, qui se déroulera dans l'univers fascinant des enquêteurs spécialistes de l'interrogatoire. Pour enrichir sa programmation, la chaîne a aussi fait l'acquisition de plusieurs séries étrangères qui ont récolté ensemble pas moins de 60 nominations aux Grammy Awards, dont *Le Trône de fer* et *Chicago Fire : Caserne 51*.

## DEVENIR LA CHÂÎNE SPORTIVE NUMÉRO UN AU QUÉBEC

TVA Sports est un incontournable dans la diffusion des événements sportifs au Québec. Lancée il y a à peine deux ans, la chaîne a connu une croissance fulgurante et compte déjà plus de 1,5 million d'abonnés.

Le point marquant : TVA Sports a annoncé la signature d'une entente avec Rogers Communications, qui fera de la chaîne le diffuseur francophone officiel de la LNH. TVA Sports a obtenu notamment les droits de diffusion de plus de 300 matchs de la LNH,

y compris 22 matchs de saison régulière des Canadiens de Montréal, en plus des droits de diffusion francophones exclusifs de toutes les parties des séries éliminatoires – incluant celles des Canadiens – et de la finale de la Coupe Stanley. Cette entente d'une durée de 12 ans permettra aussi à la chaîne de présenter des événements spéciaux comme la *Classique hivernale* et *Le match des étoiles*. Pour TVA Sports, une étape cruciale de son cheminement a donc été franchie pour devenir la chaîne sportive numéro un et la destination hockey au Québec.

De plus, TVA Sports a annoncé la conclusion d'une entente majeure avec CBC/Radio-Canada, diffuseur officiel des Jeux olympiques d'hiver Sotchi 2014. En vertu de cette entente, la chaîne a pu offrir à ses abonnés 300 heures de programmation, dont les 46 matchs de hockey olympique. TVA Sports a donc présenté en février 2014 plus de 19 heures par jour de compétition dans les disciplines olympiques où les athlètes québécois et canadiens se sont distingués et a atteint une pointe de 565 000 téléspectateurs lors du match de hockey masculin opposant le Canada et la Suède.

Déjà diffuseur officiel de l'Impact de Montréal et de la Ligue des champions, la chaîne est celle qui a diffusé le plus grand nombre de matchs de soccer au Québec, contribuant ainsi à la popularité grandissante du sport dans la province. Forte de cette expertise, TVA Sports a encore confirmé l'importance de sa place dans le paysage sportif québécois en concluant une seconde entente avec CBC /Radio-Canada pour la diffusion de 64 matchs de la Coupe du monde de la FIFA, Brésil 2014, l'événement sportif le plus regardé dans le monde. Ce même partenariat a aussi permis à la chaîne de diffuser en exclusivité la totalité des 16 matchs de la Coupe des Confédérations de la FIFA, Brésil 2013.

En 2013, TVA Sports a conclu une entente avec la Major League Baseball (MLB) pour la diffusion d'un maximum de 70 matchs annuellement, y compris jusqu'à 18 matchs des séries éliminatoires. Cette entente est pour une durée de huit ans et débutera au printemps 2014. Avec

les 60 matchs des Blue Jays de Toronto déjà prévus à la programmation, la chaîne présentera jusqu'à 130 matchs de la MLB par année.

Enfin, TVA Sports a conclu un accord avec la National Football League (NFL), accordant pour quatre ans à la chaîne les droits de diffusions de tous les matchs du jeudi soir de la NFL dès l'automne 2014. De plus, l'entente comprend les trois parties de l'Action de grâces, une tradition chère aux amateurs, qui pourra désormais prendre vie sur ses ondes. Les amateurs de football ont d'ailleurs pu en avoir un avant-goût grâce à la diffusion par la chaîne de toutes les rencontres pré-saison qui ont eu lieu au cours de l'été 2013.

### **TVA FILMS, UN DISTRIBUTEUR PROLIFIQUE**

Au cours du premier trimestre 2013, Groupe TVA a annoncé que la division TVA Films cessait la distribution de nouveaux films québécois en salle. Cette décision n'a pas empêché TVA Films de poursuivre ses activités à titre de distributeur de produits audiovisuels sur l'ensemble des autres plateformes. Au total, 75 nouveaux titres ont été offerts aux consommateurs en 2013. D'entre eux, 25 ont été produits au Québec, ce qui place TVA Films comme l'un des distributeurs les plus prolifiques pour la mise en marché des productions québécoises, selon une étude de DVD en français. TVA Films a su offrir au public québécois un éventail de produits de divertissement tel que *Vertige*, *Un sur 2*, *Manigances*, *Philippe Bond* et le film *L'Autre maison*, tous d'une qualité exceptionnelle.

TVA Films, en collaboration avec Contenu QMI, participe à une plus grande diffusion d'émissions et de formats québécois sur la scène internationale. Les séries *Omertà* et *Le Gentleman* ont fait l'objet d'accords avec des diffuseurs ou des distributeurs en Russie et en France, tandis que des producteurs ont acquis une option en vue de l'adaptation du jeu *Le Tricheur* en Espagne. Des producteurs de France ont acquis des droits similaires pour les émissions *Un sur 2* et *Faites-moi confiance*.





TVA



## SECTEUR ÉDITION

Le secteur Édition, comprenant TVA Publications et Les Publications Charron & Cie, a conservé, en 2013, son statut d'éditeur de magazines francophones le plus important au Canada. Malgré une vive concurrence, ses magazines rejoignent 3,5 millions de lecteurs uniques par mois (source : Print Measurement Bureau, automne 2013, Canada). Sur le Web, le secteur Édition a cumulé près de 43 millions de pages vues. L'ensemble de ses publications ont également réuni plus de 485 000 adeptes sur Facebook et près de 50 000 abonnés sur Twitter, tandis que leurs applications ont été téléchargées à plus de 150 000 reprises.

Plus de 50 titres ont été mis en marché en 2013, parmi lesquels deux magazines se sont particulièrement imposés en atteignant le million de lecteurs régulièrement. Le magazine *7 Jours*, consacré à l'actualité culturelle québécoise, a rejoint pas moins de 1,3 million de lecteurs chaque mois. Le magazine lançait d'ailleurs cette année une série de festivités pour souligner son 25<sup>e</sup> anniversaire. *La Semaine*, dernière acquisition de Groupe TVA, a compté un peu plus d'un million de lecteurs par mois.



En effet, c'est en juillet 2013 que Groupe TVA a annoncé l'acquisition de Les Publications Charron & Cie, éditeur du magazine *La Semaine*, et de Charron Éditeur, qui a été vendue par la suite à Groupe Sogides. Cette importante acquisition s'est inscrite dans la stratégie de Groupe TVA pour demeurer en tête du marché de l'édition de magazines au Québec. Dans ce marché en pleine mutation, la transaction permettra à Groupe TVA de demeurer toujours hautement concurrentielle dans le secteur de l'édition. De son côté, *La Semaine* pourra dorénavant bénéficier des plateformes de Québecor Média pour assurer sa croissance.

De plus, le magazine *Chez Soi* a célébré son 35<sup>e</sup> anniversaire. Depuis la première publication en mars 1978, le magazine de décoration inspire les Québécois en leur présentant les plus belles résidences d'ici et d'ailleurs. Résolument moderne, la marque *Chez Soi* se décline aussi en version interactive sur tablette, sur le Web ainsi que sur Facebook, Twitter et Pinterest.

Grâce à l'ensemble de ses titres, le secteur Édition a obtenu 85 % des parts de marché des magazines francophones vendus en kiosque et a totalisé 49 % des ventes totales en kiosque et en abonnements pour les magazines francophones (source : Alliance for Audited Media, décembre 2013). Le magazine *MOI&CIE* a notamment connu une impressionnante augmentation de son lectorat de 24 %, devenant ainsi le magazine féminin francophone enregistrant la plus forte croissance. Le magazine *Échos Vedettes* a enregistré, quant à lui, une augmentation de 22 % (source : PMP automne 2013, Canada).





## **INNOVATION ET** **TRANSPORT COLLECTIF**

**QUÉBECOR MÉDIA A RENFORCÉ SON POSITIONNEMENT DE CHEF DE FILE EN RÉVOLUTIONNANT LE DOMAINE DU MOBILIER URBAIN. PRÉSENTÉ EN GRANDE PREMIÈRE MONDIALE DANS LE CADRE D'UNE ENTENTE CONCLUE AVEC LA STM, L'ABRIBUS NUMÉRIQUE INTERACTIF À RECONNAISSANCE GESTUELLE PERMET DE CONSULTER LE PLAN DÉTAILLÉ DU RÉSEAU ET LES HORAIRES DES AUTOBUS, DE SE GÉOLOCALISER DANS LA VILLE, DE SE TENIR INFORMÉ DE L'ACTUALITÉ ET DE CONSULTER FACILEMENT LA MÉTÉO DE LA JOURNÉE. L'ENTENTE À LONG TERME ENTRE LES DEUX PARTENAIRES PERMETTRA AU TRANSPORTEUR PUBLIC DE RENOUVELER SON PARC D'ABRIBUS, DE LE MAINTENIR EN BON ÉTAT ET D'AMÉLIORER L'INFORMATION OFFERTE À LA CLIENTÈLE.**

**UNE QUARANTAINE DE NOUVEAUX ABRIBUS À LA FINE POINTE DE LA TECHNOLOGIE ONT ÉTÉ INSTALLÉS CETTE ANNÉE SUR L'ENSEMBLE DE L'ÎLE DE MONTRÉAL ET ENRICHISSENT DÉJÀ L'EXPÉRIENCE DES CLIENTS DE LA STM, TOUT EN PERMETTANT AUX ANNONCEURS D'ATTEINDRE ENCORE PLUS EFFICACEMENT LEURS PUBLICS CIBLÉS.**

# GROUPE ARCHAMBAULT INC.

## SECTEUR MUSIQUE

### DISTRIBUTION SÉLECT, UN DISTRIBUTEUR PERFORMANT

En 2013, Distribution Select a été responsable de la mise en marché de 17 des 50 albums les plus vendus au Québec, dont 6 figurent au palmarès des 20 albums les plus vendus. Parmi ceux-ci, on compte notamment les albums de Paul Darâiche, de Marie-Eve Janvier & Jean-François Breau, de Valérie Carpentier, de Marc Dupré et de Daniel Bélanger, fiers représentants de la diversité musicale proposée par le distributeur. Soulignons en outre que différents membres de la famille de Distribution Select ont remporté sept des huit certifications disque d'or et

disque de platine décernées par le Canadian Recording Industry Association (CRIA) pour des œuvres francophones. Avec 61 % du marché francophone au Québec, Distribution Select a d'ailleurs conservé son statut de premier distributeur de disques et de vidéos indépendant au Canada. Ajoutons qu'en 2013 le distributeur a conclu des ententes avec 44 nouvelles étiquettes et producteurs locaux et étrangers et possédait, à la fin de 2013, un catalogue de plus de 7 400 titres audio et de 1 600 produits vidéo.

### MUSICOR, EN TÊTE DE PALMARÈS

Musicor est devenue en 2013 la première étiquette musicale québécoise. Ajoutant de nouveaux succès retentissants à son palmarès – dont une certification or pour l'album *Noël à deux* de Marie-Eve Janvier & Jean-François Breau, et une certification platine pour l'album *Miroir* de Marie-Mai –, l'entreprise continue de s'imposer comme l'un des principaux acteurs de l'industrie de la production d'enregistrements sonores au Québec. Pour continuer d'attirer de nouveaux talents, Musicor a créé Ste-4, une étiquette de musique alternative dédiée au développement et à la promotion d'artistes émergents. Pépé et sa guitare et Les Chercheurs d'or ont été parmi les premiers artistes à s'y joindre. À la fin de 2013, Musicor Spectacles avait présenté 19 productions, dont 15 inédites, pour un total de 246 représentations et plus de 62 000 spectateurs.



**ARCHAMBAULT**

Une société de Québecor Média



## SECTEUR DÉTAIL

Avec 15 magasins à l'échelle du Québec et la Librairie Paragraphe, à Montréal, Archambault est aujourd'hui l'un des plus importants disquaires au Québec et l'un des principaux acteurs du domaine de la vente au détail de livres, de films, de séries télévisées, de jeux et de jouets, d'instruments et d'accessoires de musique, de partitions, de consoles et de jeux vidéo et d'idées-cadeaux.

Avec 21,7 millions de visites sur son site Internet en 2013, une augmentation de 5,5 % par rapport à l'année précédente et une croissance de 8 % de ses ventes par rapport à 2012, *archambault.ca* est aussi l'un des magasins virtuels francophones les plus importants en Amérique du Nord. La bannière a ainsi été nommée Librairie chouchou des Québécois selon l'étude sur les entreprises les plus admirées des Québécois réalisée par Léger Marketing/*Les Affaires*.

## VIRAGE NUMÉRIQUE RÉUSSI

Bien que les produits physiques représentent toujours 73 % des ventes en ligne, le livre numérique a compté pour 23 % des ventes d'*archambault.ca* en 2013 et l'entreprise a affiché une augmentation spectaculaire de 48 % de ses ventes de livres numériques en un an. À n'en pas douter, l'avenir de l'entreprise passe par une présence accrue dans le monde numérique. C'est pourquoi le détaillant a mis en place plusieurs initiatives pour offrir à sa clientèle une expérience d'achat facile et agréable, tout en proposant un vaste choix de livres en format numérique et de produits en ligne. Lancée en septembre 2013, l'application Archambault Lecture avait déjà enregistré



quelque 38 000 téléchargements trois mois plus tard. Gratuite et simple d'utilisation, l'application donne accès aux 180 000 ouvrages – y compris 115 000 titres en français – offerts par Archambault. Grâce à la technologie HTML5 et à la synchronisation dans le nuage informatique, le lecteur peut gérer sa bibliothèque et archiver ses livres, créer des collections ou supprimer une sélection.

En octobre 2013, Archambault lançait son nouveau site mobile transactionnel. Doté de multiples fonctions comme l'accès à des promotions, la commande de produits en ligne et le suivi des commandes, le site a grandement amélioré l'expérience client.

## UNE OFFRE DIVERSIFIÉE

Nommé Meilleure chaîne de magasins de disques de l'année lors de la Soirée des Prix Rencontres 2013 organisée par l'ADISQ, Archambault a continué à assoir sa réputation de référence dans le marché de la musique au Québec. En créant de nouveaux espaces dédiés exclusivement à ce produit dans tous ses magasins, l'entreprise a vu ses ventes de vinyles croître de 63 %, tant en magasin qu'en ligne, signe indéniable que les 33 tours sont de retour ! L'offre globale d'instruments de musique en ligne continue aussi de se bonifier, comme en témoigne l'augmentation de 51 % des ventes dans ce domaine par rapport à 2012.

Enfin, lancé en juillet 2013 dans le cadre du Festival Juste pour rire, le Club de jeux Archambault a contribué à positionner l'entreprise comme joueur important de l'industrie du jeu de table au Québec. À la fin de 2013, Archambault mettait à la disposition de ses clients un impressionnant catalogue de plus de 750 jeux destinés tant aux adultes qu'à toute la famille.

# A

## Le vinyle

EST MORT

# VIVE LE VINYLE!

MAINTENANT DISPONIBLE AU ARCHAMBAULT VIEUX-QUÉBEC



ENTREZ VOIR NOTRE SÉLECTION DE VINYLES.

**ARCHAMBAULT** L'ART DE VOUS DIVERTIR  
 Trouver un magasin English Panier

Tous les départements Chercher dans tout.archambault.ca Rechercher

CD musique  
Musique MP3  
Livres  
Livres numériques  
Films et séries télé  
Jeux vidéo  
Tôles cadeaux  
Jeux et jouets  
Partitions  
Instruments

**Infolettre Archambault**  
 Recevez par courriel les nouveautés, prix choc et offres exclusives Archambault!

Adresse courriel :  
 Nom :  
 Prénom :  
 M'inscrire

**Nouveautés** [Tout afficher >](#)

 Bestaire des fruits, Le Zilane 17,95 \$	 Confessions de chefs/leurs 25,95 \$	 Vérité sur les médicaments, Mikal Borch-Jacobsen, Mikal 27,95 \$	 Vos questions sur l'économie, Pilon, Gérard/ Delor... 26,95 \$	 Intervention suicidaire, Michael Connelly 5,99 \$
 Esclave pendant douze ans, McCrum, Steve 24,99 \$	 Démantèlement, La 19,99 \$	 Hunger Games: L'embrasement, Lawrence, Francis 19,99 \$	 Gravité, Cuaron, Alfonso 19,99 \$	 Thér : Un monde obscur, Taylor, Alan 22,99 \$
 Serge Fiori, Serge Fiori 12,99 \$	 Vibrato: the best of Wainwright, Rufus 12,99 \$	 Journey so far: the best of McMorris, Lorlene 11,99 \$	 Morning Phase, Beck 9,99 \$	 Goodbye Girl - Single (éd. 2014), Jérôme Couture 1,29 \$

**Préventes** [Tout afficher >](#)

 Walking dead 118 (série télé), Kirkman, Robert/ Ad... 22,95 \$	 Retour au why café, Le Savelley, John P. 19,95 \$	 Histoire du Québec en 30 secondes, Chartand, Jean-pier... 21,95 \$	 I feel zen Radio Radio 14,99 \$	 Dream a little dream, Pink Martini & The Vu... 16,99 \$
 Voléuse de livres, La Perivall, Brian 24,99 \$	 Gabrielle, Archambault, Louise 19,99 \$	 Reine des neiges, La Buck, Chris/ Lee, Jen... 22,99 \$	 American Hustle (2013), Russell, David O. 25,99 \$	 Il était une fois les boys, Goudreau, Richard 21,99 \$

**Palmarès**  
 Top livres français

1. Pancol, Pancol, Catherine
2. L'avis est de retour, Brault, Chrystine
3. Chardonneret, Le Tert, Donna
4. Antidote 5, Druide
5. Contes de Grimm, Les Grimm, Jacob/ Grimm, Wilhelm
6. Mars-temps, Bo
7. Jeux où j'ai aimé d'être grand, Valois, Franck, Maria...
8. Médicaments d'été, 109... Rullier, Ane

**NOS DISQUAIRES VOUS RECOMMANDENT**  
**PRIX CHOC**  
**LES FRÈRES SCOTT**  
**LE LIVRE NUMÉRIQUE AU QUÉBEC, C'EST ARCHAMBAULT.CA**  
 > PARCOURIR NOTRE CATALOGUE



**CLUB DE JEUX**

## DES DÉBUTS PROMETTEURS POUR ZIK

LANCÉ EN 2012, LE SERVICE D'ÉCOUTE DE MUSIQUE EN CONTINU ZIK D'ARCHAMBAULT ET SON IMPOSANT RÉPERTOIRE DE PLUS DE 7 MILLIONS DE TITRES ONT RÉUSSI À FRANCHIR LES 15 MILLIONS D'ÉCOUTES.

# ZIK

# MUSIQUE À LOUER

(très bien sonorisée)



À PARTIR DE  
**9,99\$**  
 PAR MOIS  
 ZIK.CA



**3 MOIS GRATUITS**

Accès GRATUIT à l'application ZIK pour les nouveaux clients Mobile de Vidéotron ayant un bloc de données de 500 Mo ou plus.\*\*

**PARTOUT. EN TOUT TEMPS. ILLIMITÉ.**  
 \* DÉTAILS SUR ZIK.CA \*\* CERTAINES CONDITIONS S'APPLIQUENT.

# SECTEUR LIVRES

**Du côté des maisons d'édition de Québec, l'année 2013 a été marquée par des rééditions d'œuvres majeures, ainsi que par diverses innovations, tant sur le plan technologique que sur celui de la convergence.**

## **GROUPE SOGIDES**

### **DES ŒUVRES MAJEURES RÉÉDITÉES**

Pour souligner leur 60<sup>e</sup> anniversaire, Les Éditions de l'Hexagone ont réédité en fac-similé le premier recueil publié par la maison, *Deux sangs*, signé par Olivier Marchand et Gaston Miron. De nombreuxancements, tables rondes et lectures ont souligné l'événement.

Du côté des Éditions de l'Homme, les auteures Hélène Pednault et Danièle Bombardier ont entièrement revu et mis à jour la biographie de leur grande amie Clémence DesRochers, *Notre Clémence – D'amour et d'humour*, un ouvrage qui permettra aux lecteurs de découvrir ou de redécouvrir la grande pionnière du monologue, qui s'est non seulement illustrée sur scène mais également à la télévision et au cinéma.

### **QUAND LA FICTION DEVIENT... FICTION !**

Groupe Librex inc. a marqué un grand coup en 2013 avec le lancement du livre *La belle affaire – Le roman de William H.*, écrit par nul autre que William Harrison, personnage fictif incarné par Normand D'Amour dans la populaire série *Yamaska*, diffusée au Réseau TVA. Ce roman, qui se retrouve au cœur du scénario d'Anne Boyer et de Michel d'Astous, a réellement été publié et a connu un succès impressionnant dès sa mise en vente, au grand bonheur de celui qui en a été réellement l'auteur, l'écrivain François De Falkenstein.

Groupe Librex a aussi profité de l'année pour accueillir de nouveaux auteurs, parmi lesquels Hervé Gagnon avec *Malefica — La voie du livre*, Danièle Couture avec la série féminine *Le chic, le chèque et le choc*, l'animatrice Pascale Wilhelmy avec *Où vont les guêpes quand il fait froid ?* et Nicola Ciccone avec son conte philosophique *L'étoile enfant*.

### **UNE ANNÉE TOUTE EN INNOVATION**

Trois projets signés Les Éditions de l'Homme se sont distingués cette année sur le plan technologique. Tout d'abord, la maison a invité l'héroïne meurtrière de *Chère voisine*, de Chrystine Brouillet, à reprendre du service. Après 30 ans d'absence, le personnage est revenu à la vie dans 15 feuillets numériques qui ont pris fin avec la publication du livre imprimé en février 2014.

Les Éditions de l'Homme ont aussi innové avec l'ouvrage *Québec éternelle*, de Michel Lessard. Promenade photographique dans le temps élaborée en partie avec des œuvres de la première technologie 3D et complétée par un documentaire numérique et une paire de lunettes spéciales, l'œuvre permettait au lecteur de déambuler dans une ville de Québec tridimensionnelle, vers 1870.

## **DEUX ACQUISITIONS INSPIRANTES**

**EN 2013, LE SECTEUR LIVRES A ACCUEILLI CHARRON ÉDITEUR, RECONNUE POUR SES LIVRES PRATIQUES SOUS FORME DE TÉMOIGNAGES, DE BIOGRAPHIES ET DE GUIDES. CÈS DERNIÈRES ANNÉES, LA MAISON A DÉVELOPPÉ D'AUTRES CRÉNEAUX, NOTAMMENT CELUI DES ROMANS ADULTES ET JEUNESSE. CHARRON ÉDITEUR PROPOSE NOTAMMENT DES ŒUVRES DE FRANCINE ALLARD ET DE SYLVIE PAYETTE.**

**C'EST AVEC BEAUCOUP D'ENTHOUSIASME QUE LE GROUPE HOMME A DE SON CÔTÉ ACCUEILLI RECTO-VERSO ÉDITEUR, FLEURON DE CHARRON ÉDITEUR, RECONNUE POUR SES ROMANS POUR ADULTES, JEUNES ADULTES ET JEUNESSE.**

Enfin, pour souligner le cinquième anniversaire d'*Éléphant : mémoire du cinéma québécois*, la maison a publié *Les images que nous sommes – 60 ans de cinéma québécois*, un ouvrage splendide signé par Serge Bouchard, dont la plume a transformé chacun des longs métrages québécois en de véritables témoignages ethnologiques. L'anthropologue parvient à réellement plonger le lecteur dans l'univers des personnages, des artisans et des histoires qui ont marqué la cinématographie québécoise. À l'ère du numérique, Les Éditions de l'Homme se sont distinguées en offrant l'œuvre en version numérique, permettant, entre autres, de visionner 75 extraits de films.

## LE TALENT RÉCOMPENSÉ

La grande famille du secteur Livres s'est illustrée à plusieurs reprises. Ainsi, l'heure était à la fête aux Éditions Libre Expression lorsque le prestigieux prix Arthur-Ellis 2013 a été décerné à Mario Bolduc pour *La nuit des albinos*. Du côté des Éditions de la Bagnole, l'album *Ma sœur veut un zizi* de Fabrice Boulanger s'est vu remettre le Prix des libraires après avoir suscité toute une polémique pour avoir voulu briser les tabous.

Pour sa part, *Mingan mon village*, un recueil de poèmes d'écoliers innus illustrés par Rogé, a obtenu une nomination pour les Prix

littéraires du Gouverneur général et le Prix TD de littérature canadienne pour l'enfance et la jeunesse. Chez VLB éditeur, *Zora, un conte cruel*, de Philippe Arseneault, s'est vu décerner le prix Robert-Cliche 2013 du premier roman, en plus de s'être taillé une place parmi les finalistes du Grand prix littéraire Archambault. Enfin, soulignons les deux nominations prestigieuses de *Guano* de Louis Carmain, paru aux Éditions de l'Hexagone : Grand prix littéraire Archambault et Prix littéraire des collégiens 2013.

## LES ÉDITIONS CEC

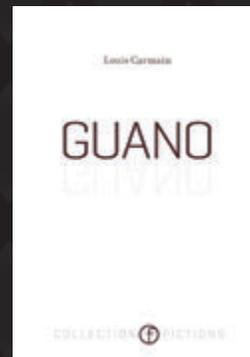
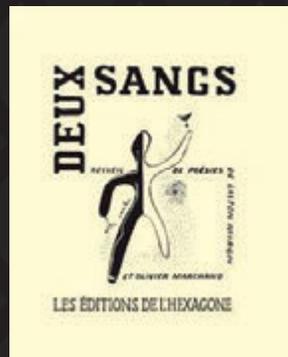
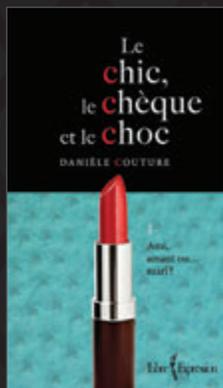
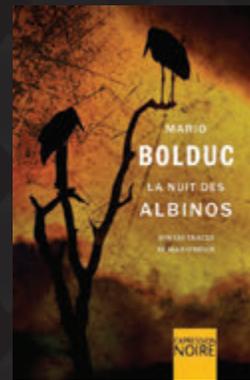
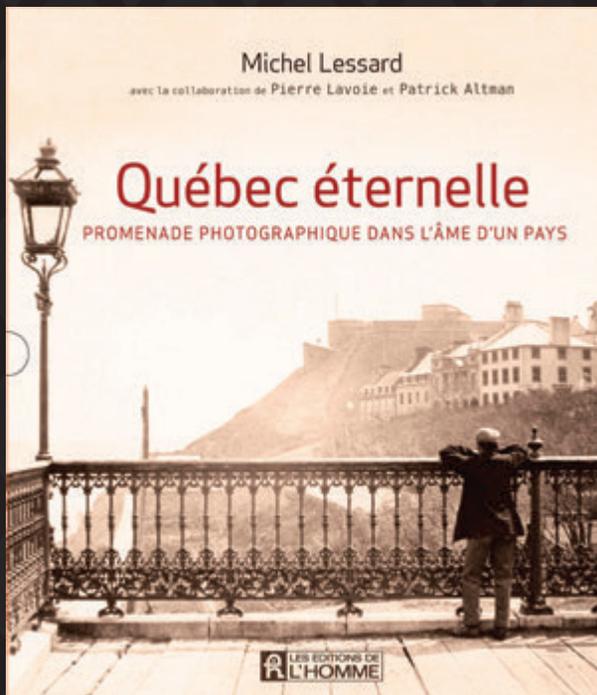
De leurs côté, Les Éditions CEC ont continué d'assumer un leadership important dans l'édition scolaire – particulièrement sur le plan de l'offre numérique – avec le lancement d'applications pour iPads et tablettes Android. Ces innovations s'ajoutent à l'offre en ligne de l'éditeur, qui propose déjà *MazoneCEC.com*, un site Web multiplateforme qui donne accès à 317 ouvrages numérisés. La parution de plus de 5 800 exercices interactifs en mathématiques et en histoire au secondaire a aussi permis de confirmer la position dominante des Éditions CEC dans le virage numérique qui s'amorce dans les écoles du Québec et de l'Ontario.

L'année 2013 a également été marquée par le lancement des premiers modules de *C'est parti !*, une nouvelle collection de base conforme au nouveau programme de français langue seconde de l'Ontario. Ainsi, les écoles ontariennes peuvent désormais enseigner le français à l'aide d'une méthode élaborée par un éditeur québécois. Cette réalisation illustre bien la volonté de l'entreprise de développer de nouveaux marchés.

## MESSAGERIES ADP

Du côté du distributeur Messageries ADP, deux éditeurs québécois spécialisés dans le livre jeunesse se sont ajoutés au catalogue, soient Boomerang éditeur jeunesse et Soulières éditeur. Sur le plan du numérique, 2013 a été marquée par l'arrivée de deux éditeurs français d'envergure, Michel Lafon et Robert Laffont. À la fin de l'année, ADP numérique comptait plus de 8 900 titres.





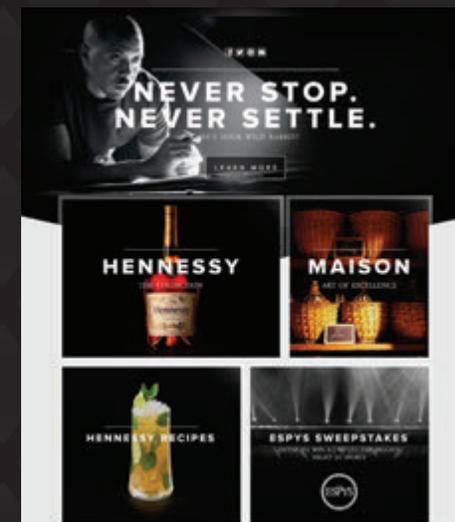
# NURUN INC.

En 2013, les 12 bureaux de Nurun dans le monde ont continué à développer des produits et des services numériques innovants qui modifient le rythme et la structure de l'expérience de service offerte aux consommateurs dans le domaine du commerce électronique. Le résultat : une relation mutuellement bénéfique qui s'étend durant tout le cycle de consommation, de la période d'essai à la fidélisation.

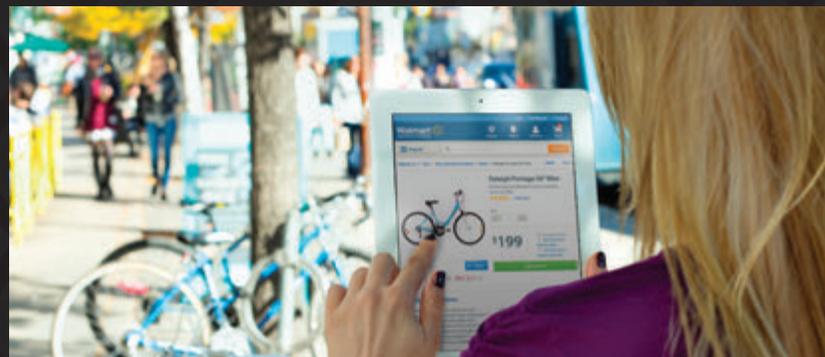
Au Canada, de concert avec Walmart Canada, Nurun a lancé une remarquable expérience d'achat reposant sur le nouveau site Internet réactif de la filiale canadienne de la multinationale. De plus, des mandats de recherche ethnographique ont été réalisés pour le compte de Corporation Sun Media et du Musée McCord. En valorisant l'expertise de l'entreprise dans ce nouveau créneau de pointe, ces projets ont aidé Nurun à remporter de nouveaux mandats de recherche qui seront réalisés à différents endroits du globe en 2014.

Aux États-Unis, Nurun a continué de développer des interfaces innovantes pour ses partenaires-clients de longue date que sont Sony, Coca-Cola, Google, Tesla Motors et Fitbit. En outre, l'entreprise a créé des environnements à la signature visuelle recherchée pour les marques de prestige Audemars Piguet, IWC et Hennessy. Le travail de l'entreprise pour le nouveau site *Hennessy.com* lui a d'ailleurs valu une nomination aux OMMA Awards 2013 dans la catégorie Web Site Excellence.

En Europe, Nurun a mis sur pied une expérience de commerce électronique intégrée pour son client international L'Oréal Paris. Le projet comprenait une plateforme de commerce en ligne ainsi que l'application transactionnelle primée Instant Beauty. Enfin, *La Tabla de Gisela*, le site Internet conçu pour Red Bull en Espagne, a permis à Nurun de remporter un prix Site of the Day aux Awwwards.



nurun



# ENGAGEMENT SOCIAL

## NOS EMPLOYÉS

Les employés constituent la force vive et le moteur de Québecor. Ils jouent, par conséquent, un rôle de premier plan dans la capacité créative et le dynamisme commercial de l'entreprise. Il est donc du devoir de Québecor d'accorder toute l'attention nécessaire à la mise en place de conditions gagnantes afin de soutenir adéquatement ses employés dans l'accomplissement de leur travail et l'atteinte de leurs objectifs. En retour, les valeurs chères à Québecor se reflètent dans l'engagement que nos employés démontrent à l'égard de leur travail et de l'entreprise. Ces valeurs sont, de l'avis de la direction, les mieux à même de lui permettre de réaliser sa mission.

La mobilité interne se trouve au nombre des priorités de gestion établies pour soutenir la mission de l'entreprise. Depuis de nombreuses années, toutes les filiales veillent à permettre aux employés compétents de développer leurs aptitudes et de progresser au sein de l'entreprise. À ce titre, la variété des secteurs d'activité de l'entreprise constitue un atout pour attirer et retenir les meilleurs talents intéressés par le monde des communications.

Par ailleurs, la convergence, pierre angulaire du développement de Québecor, est demeurée un élément central de sa stratégie d'affaires en 2013, comme en témoigne la mise sur pied de deux nouvelles unités d'affaires convergentes : Contenu QMI et QMI Numérique. Les membres de ces équipes proviennent essentiellement des différents groupes de l'entreprise.

## DES INITIATIVES PORTEUSES

En 2013, Vidéotron a poursuivi sa démarche d'amélioration continue grâce au Service excellence. En faisant évoluer les façons de faire et en accroissant l'efficacité des ressources, cette démarche a non seulement simplifié la vie des clients de l'entreprise, mais aussi celle de ses employés. Intégrée au modèle de gestion de l'entreprise, elle a accru considérablement sa capacité à atteindre ses objectifs d'affaires.

Vidéotron a aussi figuré de nouveau au prestigieux palmarès des 20 Employeurs de choix du Québec, selon l'étude annuelle de la firme Aon Hewitt sur la mobilisation au sein des entreprises. Cette nomination reconnaît et récompense l'engagement soutenu des gestionnaires à l'égard de l'effort de mobilisation qui permet aujourd'hui à Vidéotron de compter sur une main-d'œuvre investie dans le succès de l'entreprise. Cette année, le siège social de Québecor a choisi d'emboîter le pas à Vidéotron en s'inscrivant à ce programme de mobilisation.

**VIDÉOTRON SE HISSE DANS  
LE TOP 20 DES EMPLOYEURS  
DE CHOIX AU QUÉBEC.**





Du côté de Nurun, l'accent a été mis sur la formation. Ses ateliers sur le Design Thinking et l'innovation, organisés en collaboration avec le Massachusetts Institute of Technology (MIT), ont été couronnés de succès. Durant l'année, plus de 60 contributeurs clés ont également été formés aux méthodes d'ethnographie pour mieux comprendre le comportement des consommateurs face aux nouvelles technologies. Ces initiatives permettront aux employés d'alimenter l'esprit d'innovation qui anime l'entreprise depuis ses débuts.

### **DES EMPLOYÉS ENGAGÉS ET EN SANTÉ !**

Québecor et ses filiales s'associent chaque année à plusieurs causes dont les activités font la promotion de saines habitudes de vie. L'entreprise soutient et encourage fortement la participation de ses employés. Forts de cet appui solide, nombre d'entre eux s'impliquent et prennent part à diverses activités. Cette année, plusieurs ont participé à La Boucle, une expérience à vélo de 135 kilomètres présentée dans le cadre du Grand défi Pierre Lavoie. Au total, trois équipes composées d'employés provenant de différentes filiales de Québecor ont participé au Grand défi

Pierre Lavoie. Ces activités s'ajoutaient à plusieurs événements cyclistes auxquels les employés de Québecor participent chaque année, notamment le Grandfondo Garneau-Cascades, le Roulons pour la recherche sur le diabète 2013 de FRDJ et le Tour CIBC Charles-Bruneau, pour n'en nommer que quelques-uns.

Sur le plan de la santé et sécurité au travail, la performance de Québecor Média et de ses filiales surpasse la moyenne du marché. Au cours de 2013, Groupe TVA a mis sur pied un important programme de prévention des risques en santé et sécurité au travail. La démarche a permis de démontrer l'importance accordée par l'entreprise à cet aspect de la qualité de vie au travail et de soutenir sa performance dans ce secteur. Chez Corporation Sun Media, le nombre d'accidents de travail est en baisse constante depuis 2008 grâce, entre autres, à une meilleure gestion des dossiers et une prévention accrue.

La Boucle, nouvel événement cycliste dans le cadre du Grand défi Pierre Lavoie, était présenté par Vidéotron.

## **NOS VALEURS**

- › **PERFORMANCE**
- › **DIFFÉRENCIATION**
- › **AGILITÉ**
- › **TRAITER LE CLIENT COMME NOUS  
AIMERIONS ÊTRE TRAITÉS**
- › **INNOVATION**
- › **TRAVAIL D'ÉQUIPE**



Photo du haut: Quatre équipes d'employés de différentes filiales ont eu la chance de participer au Grand défi Pierre Lavoie.

Photo du bas: Pour une quatrième année consécutive, près de 200 employés ont participé au Granfondo Garneau-Cascades présenté par Québecor le 11 août 2013.

© Annie Thériault Roussel



## QUÉBECOR ET L'ENVIRONNEMENT

Profondément engagée à l'égard de la préservation de la qualité de l'environnement, Québecor s'est dotée d'une stratégie fondée sur l'amélioration continue. L'engagement environnemental de l'entreprise se concrétise dans un ensemble d'initiatives qui, année après année, donnent des résultats probants. Québecor peut notamment compter sur 80 ambassadeurs verts qui agissent comme agents d'information et de sensibilisation au sein de ses filiales et qui travaillent à sensibiliser et à mobiliser leurs collègues. De plus, l'entreprise s'est dotée d'un *Guide des pratiques écoresponsables*, qui a été remis à tous les employés de Québecor au Québec dans le but d'améliorer ses pratiques environnementales.

### MINIMISER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE QUÉBECOR

Depuis quatre ans, Québecor mesure sa consommation énergétique et comptabilise les émissions de gaz à effet de serre (GES) générées par ses activités. Le bilan carbone est en fonction de la norme ISO 14064 et est communiqué tous les ans, au mois de juin, au Carbon Disclosure Project. Cette démarche est motivée par le désir de Québecor de consommer l'énergie de façon responsable et optimale.

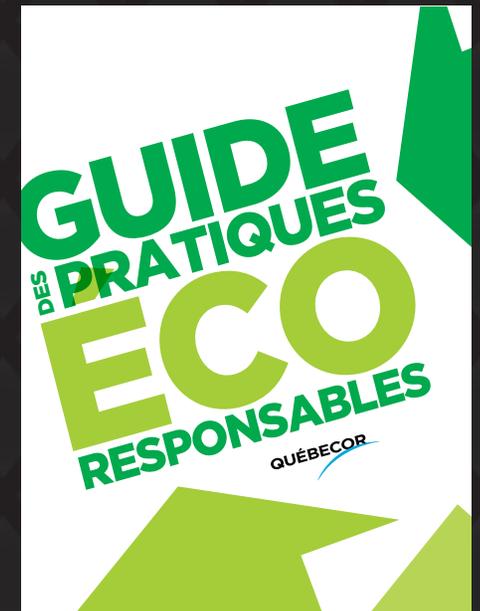
Sans ralentir son rythme de croissance, l'entreprise a réussi à s'investir de manière déterminante dans la lutte contre les changements climatiques. En outre, certaines initiatives de Vidéotron, ciblant stratégiquement son parc de véhicules et son parc immobilier, permettent d'ores et déjà d'envisager une



La collecte itinérante du 22 avril, dans le cadre du programme *Allo la Terre*, a permis de récolter 16 tonnes de matériel électronique de toute sorte.

amélioration sensible de l'empreinte carbone de Québecor. Le plus récent bilan carbone (2013) de Québecor a permis de déterminer que les émissions de GES pour l'année 2012 se sont chiffrées à 30 386 tonnes équivalentes de CO<sub>2</sub>, soit une réduction de 3 % par rapport à 2011.

De plus, les programmes *Opus+ entreprise* de l'Agence métropolitaine de transport (AMT) et *OPUS & Cie* de la STM – auxquels Québecor a choisi de participer – encouragent les employés à utiliser les transports en commun. L'entreprise valorise aussi, par l'entremise du programme BIXI Corporatif, l'utilisation du vélo comme mode de transport. Enfin, elle encourage la participation au programme de covoiturage de l'AMT, en plus d'appuyer la journée *En ville sans ma voiture* afin d'intéresser ses employés au transport actif.



## RECYCLER : UN EFFORT COLLECTIF !

En 2013, Québecor a également contribué à la pérennité de nombreux programmes voués à la protection de l'environnement et toutes ses filiales ont aussi travaillé en ce sens.

À titre d'exemple, depuis 2008, le programme *Allo la Terre* a permis au public de recycler gratuitement ses petits appareils électroniques usagés, y compris téléphones mobiles, récepteurs, modems, routeurs, consoles de jeux, périphériques et piles. Recueillis dans les 240 points de collecte installés à l'échelle du Québec dans les boutiques et kiosques de Vidéotron, les boutiques Le SuperClub Vidéotron et les magasins Archambault, les appareils sont ainsi réemployés – si possible – ou recyclés, et les matières dangereuses, traitées.

En 2013, des cueillettes publiques itinérantes ont été intégrées au programme afin de recueillir les grands appareils électroniques, comme les ordinateurs et les téléviseurs. Lors de la première cueillette tenue en avril, les citoyens ont rapporté 16 tonnes de matériel électronique de toute sorte. Grâce à la participation du public, *Allo la Terre* a permis de récupérer, à ce jour, près de 100 000 appareils sans-fil et a atteint un taux de réutilisation estimé à 18 %.

Les magasins Archambault participent aussi à l'initiative depuis 2009, en facturant 0,05 \$ pour les sacs à usage unique. Les montants ainsi recueillis sont entièrement remis à Jour de la Terre Québec qui soutient divers projets de verdissement de cours d'école. En 2013, ce sont plus de 6 000 \$ qui ont été versés par Archambault, pour un total de 80 000 \$ depuis le début du partenariat avec Jour de la Terre Québec.

La gestion responsable des matières résiduelles, y compris le recyclage des matériaux provenant du réseau de Vidéotron, des parcs informatiques, des équipements clients et du recyclage multimatière, est aussi au cœur des préoccupations de Québecor. Afin d'assurer leur succès, l'implantation des programmes de recyclage se fait en partenariat avec des

organismes à but non lucratif. En plus d'aider l'entreprise à rencontrer ses standards élevés en matière de valorisation des matières résiduelles, la plupart de ces organismes mettent également de l'avant divers projets visant une amélioration notable de leur communauté. Parmi ces valeureux partenaires, on compte notamment Service d'intégration au travail de Trois-Rivières, AFFI Informatique et Ordinateurs pour les écoles du Québec.

## OPTIMISER L'UTILISATION DES RESSOURCES

Depuis 2011, le secteur Édition de Groupe TVA a adopté une *Politique d'approvisionnement responsable* et la majorité de ses magazines sont désormais imprimés sur du papier certifié FSC (Forest Stewardship Council). En lien avec cette philosophie et dans une perspective d'amélioration continue, Québecor a continué à accompagner ses filiales vers une utilisation plus responsable des ressources naturelles. Ainsi, outre l'impression des circulaires d'Archambault sur du papier certifié FSC depuis 2013, le déploiement d'une stratégie fondée sur les technologies numérique contribue, en parallèle, à réduire la consommation de papier de Québecor et de ses filiales. Un exemple probant : le fait que pas moins de 500 000 clients de Vidéotron profitent aujourd'hui du service de facture en ligne.

De plus, Québecor est fière de souligner que, depuis 2012, la filiale Imprimerie Québecor Média a obtenu la certification de la chaîne de traçabilité FSC pour ses deux imprimeries commerciales. Dans les faits, la chaîne de traçabilité FSC permet de suivre rigoureusement toutes les étapes de traitement et de production du bois, à partir de sa forêt d'origine jusqu'au consommateur. En outre, elle atteste que les produits certifiés FSC utilisés par Québecor ne sont pas mélangés à d'autres produits non certifiés.

## **LE SAVIEZ-VOUS ?**

**UNE TONNE DE CUIVRE RECYCLÉ NÉCESSITE 85 % MOINS D'ÉNERGIE QU'UNE TONNE DE CUIVRE PRODUITE À PARTIR DE MATÉRIAUX VIERGES. ALLO LA TERRE CONTRIBUE DONC À CONSERVER LES RESSOURCES NATURELLES ET À RÉDUIRE L'EMPREINTE CARBONE ASSOCIÉE AUX PRODUITS ÉLECTRONIQUES.**

## DES FILIALES MOBILISÉES AUTOUR DE LA SENSIBILISATION

En 2013, Nurun a réuni ses employés soucieux du respect de l'environnement et passionnés de nouvelles technologies dans le cadre du écoHACK MTL. Au cours de ce premier hackathon montréalais en faveur de la durabilité urbaine, ceux-ci ont su allier créativité et développement durable pour créer *Activez Montréal*, une application citoyenne novatrice qui permet aux Montréalais de s'impliquer dans l'amélioration de leur environnement urbain en signalant les problèmes et en suggérant des idées d'améliorations dans leur quartier.

Enfin, la nouvelle filiale de Québecor, GesteV, s'est démarquée par ses réalisations environnementales. Le chef de file dans l'organisation et la création de concepts événementiels a notamment été choisi en 2013 parmi les finalistes des prix Phénix de l'environnement pour son projet *Revalorisation de bois de grève*, à la Baie de Beauport, et ses retombées positives sur les plans environnemental, social et économique. GesteV s'est aussi fait remarquer



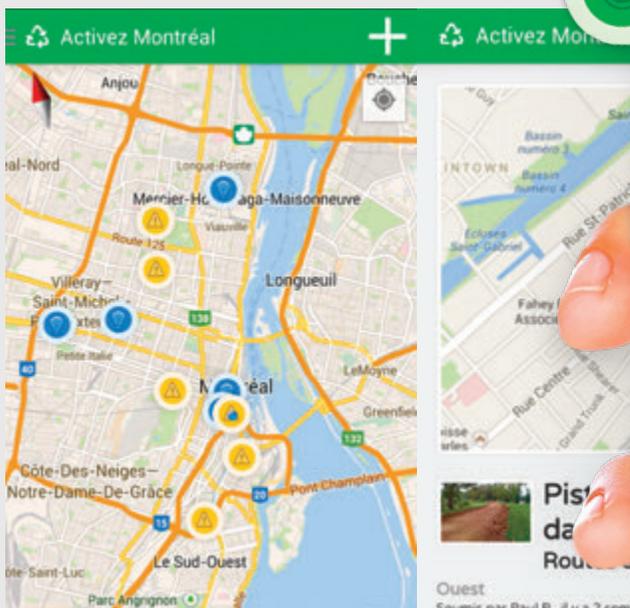
Photo : GesteV

- 1) *Vélirium*, présenté par GesteV, a été classifié Événement responsable de niveau 2.
- 2) *Projet Revalorisation de bois de grève* à la Baie de Beauport, présenté par GesteV.
- 3) Défi écoHACK MTL, *Activez Montréal*. Une application signée Nurun.

grâce au *Vélirium*, dont l'édition 2013 a été classifiée Événement responsable de niveau 2 – pour ses pratiques de gestion responsable – par le Bureau de normalisation du Québec. Notons qu'en 2011 GesteV avait été la première firme de gestion d'événements internationale à recevoir une certification de ses pratiques de la part du Bureau de normalisation de Québec.



Photo : GesteV



## QUÉBECOR, PARTENAIRE DE LA COMMUNAUTÉ

Pierre Péladeau, fondateur de Québecor, estimait qu'une entreprise avait le devoir de redonner à la communauté qui lui avait permis de grandir. Son entreprise s'assure aujourd'hui de maintenir bien vivant ce précieux héritage philanthropique en demeurant près de la communauté. Dans les moments de gloire comme au plus fort du drame, les Québécois ont pu compter sur Québecor, tant pour faire rayonner leur culture que pour les accompagner dans l'adversité. L'entreprise soutient ainsi de nombreuses organisations actives dans les domaines de la culture, de l'action communautaire, de l'éducation, de l'aide à la jeunesse, de la santé, de l'entrepreneuriat et du développement durable. En 2013, la valeur de la contribution de Québecor a totalisé près de 30,0 M\$ et a touché plus de 500 organismes. Voici quelques exemples de cet engagement.

### UNE MAIN TENDUE AU CŒUR DE LA TRAGÉDIE

Encore une fois en 2013, de nombreuses filiales de Québecor sont venues en aide aux communautés aux prises avec un désastre. Par exemple, à la suite du drame qui a ébranlé la ville de Lac-Mégantic, Québecor et ses filiales ont mis sur pied, de concert avec la Croix-Rouge, une vaste collecte de fonds qui a permis de recueillir 13,0 M\$, à l'échelle du Québec, pour les sinistrés. Groupe TVA, *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec*, *24 heures*, le portail Canoë et les Hebdomadaires régionaux Québecor Média se sont mobilisés et ont été mis à contribution. Pour sa part, Vidéotron a aussi offert son appui à la communauté en participant à la reconstruction des infrastructures de câblodistribution de la région. Archambault, quant à elle, a offert 10 000 \$ aux victimes dans le cadre du spectacle-bénéfice *Avenir*

# LAC- MÉGANTIC

Donnons généreusement.

1 800 418-1111 | CROIXROUGE.CA



THE FLOOD OF 2013

*Lac-Mégantic*. Enfin, Québecor a fait un don de 100 000 \$ à la Croix-Rouge afin de soutenir directement les victimes de la tragédie.

De même, lors des inondations historiques de juin en Alberta, le *Calgary Sun* a produit, en une journée à peine, une édition spéciale consacrée au sinistre et dont tous les profits ont été remis à la Croix-Rouge afin de venir en aide aux victimes des pluies diluviennes. Au total, plus de 190 000 \$ ont été amassés grâce à cette audacieuse initiative. Enfin, à la suite du puissant typhon qui s'est abattu sur les Philippines le 8 novembre, Vidéotron a offert à ses clients de la téléphonie résidentielle les appels interurbains gratuits vers les côtes philippines.



## ENCOURAGER ET SOUTENIR LA JEUNESSE PARTOUT AU CANADA

Depuis longtemps, Québecor a à cœur d'offrir aux jeunes Canadiens de tous les milieux les meilleures conditions possible pour s'épanouir. À Montréal, cette volonté s'illustre notamment au moyen d'un soutien à la Fondation Père Sablon. Québecor finance 10 trophées remis chaque année à de jeunes athlètes qui se distinguent sur le plan de la performance et de la persévérance. En collaboration avec Vidéotron, *Le Journal de Montréal* et *24 heures*, Québecor offre également des services de télécommunication ainsi que de la visibilité sur ses différentes plateformes.

À Québec, Québecor est particulièrement fière d'avoir financé un centre multimédia à la fine pointe au Collège François-de-Laval. Le Centre de production multimédia Québecor permet aujourd'hui d'initier des centaines de jeunes de niveau secondaire aux technologies audiovisuelles qui ont été intégrées autant dans l'enseignement scolaire que parascolaire. Le Centre est également accessible à l'ensemble de la communauté de Québec en dehors des heures de classe. Enfin, le *24 Hours Vancouver* a soutenu deux événements de financement du Easter Seals House, soit le *Drop Zone* et le *24 Hour Relay for the Kids*. Les deux activités ont permis de ramasser des fonds pour envoyer des enfants handicapés dans des camps d'été spécialisés.

## ILLUMINER LA VILLE POUR DONNER ESPOIR

Pour la première fois cette année, Québecor, *Le Journal de Québec* et Groupe TVA se sont associés à *Québec, ville en rose*, en contribuant financièrement à l'événement en plus d'en faire la promotion. Une quarantaine de bâtiments et de lieux publics de la Capitale nationale ont ainsi été illuminés de rose en signe de solidarité envers les femmes atteintes du cancer du sein. Une campagne de financement pour soutenir le Centre des maladies du sein Deschênes-Fabia du CHA de Québec a également été organisée pour cette troisième édition. La contribution du *Journal de Québec* à Québec, ville en rose témoigne de l'appui de longue date que Québecor offre au domaine des soins de santé et de la recherche médicale.



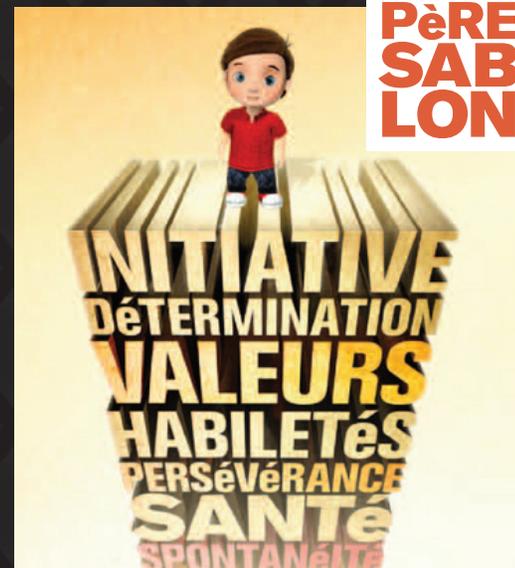
Inauguration du Sapin des stars, qui a été accueilli dans l'espace musée du siège social de Québecor.

## L'INNOVATION AU CHEVET DES ENFANTS MALADES

En décembre 2013, Vidéotron concluait un partenariat technologique innovateur avec le CHU Sainte-Justine. Ce partenariat permettra au câblodistributeur de mettre bénévolement son expertise au service des patients de l'hôpital, de leur famille, des visiteurs et du personnel médical. Vidéotron déploiera ainsi la fibre optique qui permettra de relier à Internet les 1 200 bornes Wi-Fi récemment installées à l'hôpital. Destinée aux patients, aux visiteurs et au personnel médical, cette initiative veut contribuer à l'humanisation des soins offerts en facilitant les communications avec les proches, le travail à distance et l'accès au divertissement.

En collaboration avec le programme *Hope for Children* de Samsung Canada, une centaine de tablettes numériques seront aussi mises à la disposition des patients du CHU Sainte-Justine. Plusieurs filiales de Québecor se sont jointes à Vidéotron afin de divertir les enfants et leurs parents en leur offrant les applications qui permettent de consulter 11 de leurs magazines ainsi que l'accès illimité à l'ensemble du contenu des sites Web du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*.

FON  
DAT  
ION  
PÈRE  
SAB  
LON



## PROFITER DE NOËL POUR REDONNER À LA COMMUNAUTÉ

Les fêtes de fin d'année sont toujours des moments propices à la mobilisation et à l'expression de la générosité. À cette occasion, le programme *Adopt-A-Teen*, promu par le *Edmonton Sun*, a permis d'offrir pour Noël une carte-cadeau de 50 \$ dans une grande surface à des adolescents de 13 à 17 ans venant de familles à faible revenu. Lancé en 1999, le programme a permis de donner en 2013 plus de 365 000 \$ à 7 252 jeunes. Le *Edmonton Sun* a contribué en publicisant la campagne dans ses pages et en confiant à ses employés du service des petites annonces la réception et le traitement des dons.

En Ontario, le *Toronto Sun* a participé à une collecte de fonds pour l'organisme Variety Village. Le journal a contribué en organisant un grand concours permettant aux donateurs de courir la chance de gagner plusieurs prix pour encourager les dons.

Enfin, en 2013, Québecor a accueilli dans son espace musée le *Sapin des stars*, qui, en plus de briller de mille feux, était décoré de plusieurs dizaines d'objets personnels autographiés et offerts gracieusement par des vedettes québécoises et d'envergure internationale. Ces objets ont été mis en vente sur le site du *Journal de Montréal* et les sommes recueillies ont été remises à deux organismes québécois qui viennent en aide aux familles et aux enfants, la Fondation maman Dion et la Fondation Père Sablon.

## ÉLÉPHANT : MÉMOIRE DU CINÉMA QUÉBÉCOIS

Pour souligner le cinquième anniversaire d'*Éléphant : mémoire du cinéma québécois*, ce grand chantier de conservation et de diffusion du patrimoine cinématographique québécois lancé par Québecor en 2008, son créateur a annoncé l'arrivée d'une partie de son catalogue sur iTunes Store. Cette initiative donnera à tout le Canada et aux pays d'Europe et d'Afrique – dont l'une des langues officielles est le français ou l'anglais – la possibilité de découvrir la richesse du patrimoine cinématographique québécois, une remarquable percée qui permet un rayonnement international sans précédent de notre patrimoine québécois. L'anniversaire a également été souligné avec la publication d'une œuvre magnifique écrite par Serge Bouchard, *Les images que nous sommes – 60 ans de cinéma québécois*, dont il est question dans le secteur Livres.

# Éléphant vous accompagne partout!



Grâce à Éléphant, vous pouvez maintenant voir ou revoir plus de **200 films québécois, entièrement restaurés et numérisés en haute définition**, dont près d'une cinquantaine partout au Canada sur iTunes Store.

Pour tout savoir sur le cinéma québécois, consultez [elephant.canoe.ca](http://elephant.canoe.ca). Bon cinéma!



DISPONIBLE SUR | CANAL 900 | ILLICO.TV | ILLICO MOBILE



# CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR INC.\*

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

### **Françoise Bertrand** <sup>1,2</sup>

Présidente du conseil,  
Québecor inc. et Québecor Média inc., et  
présidente-directrice générale,  
Fédération des chambres de commerce du Québec

### **Jean La Couture**, FCPA, FCA <sup>3</sup>

Président,  
Huis Clos ltée

### **Sylvie Lalande** <sup>2</sup>

Présidente du conseil,  
Groupe TVA inc.

### **Pierre Laurin** <sup>1,2,3</sup>

Administrateur de sociétés

### **A. Michel Lavigne** <sup>1,3</sup>

Administrateur de sociétés

### **Geneviève Marcon**

Présidente,  
GM Développement inc.

### **Le très honorable Brian Mulroney**, C.P., C.C., LL.D.

Associé principal,  
Norton Rose Fulbright Canada, s.e.n.c.r.l., s.r.l., et  
vice-président du conseil,  
Québecor inc. et Québecor Média inc.

### **Normand Provost**

Premier vice-président, Placements privés,  
Caisse de dépôt et placement du Québec

## DIRIGEANTS

### **Françoise Bertrand**

Présidente du conseil

### **Le très honorable Brian Mulroney**, C.P., C.C., LL.D.

Vice-président du conseil

### **Pierre Dion**

Président et chef de la direction

### **Jean-François Pruneau**

Vice-président principal et  
chef de la direction financière

### **Chloé Poirier**

Vice-présidente et trésorier

### **Denis Sabourin**

Vice-président et contrôleur corporatif

### **Claudine Tremblay**

Vice-présidente et secrétaire

### **Dominique Fortin**

Secrétaire adjoint

<sup>1</sup> Membre du comité de rémunération

<sup>2</sup> Membre du comité de régie d'entreprise  
et de mise en candidature

<sup>3</sup> Membre du comité d'audit

\* En date du 7 mai 2014

# CONSEIL D'ADMINISTRATION ET ÉQUIPE DE DIRECTION DE QUÉBECOR MÉDIA INC.\*

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

### **Françoise Bertrand**<sup>1</sup>

Présidente du conseil,  
Québecor inc. et Québecor Média inc., et  
présidente-directrice générale,  
Fédération des chambres de commerce du Québec

### **Jean La Couture**, FCPA, FCA<sup>2,3</sup>

Président,  
Huis Clos ltée

### **Sylvie Lalande**

Présidente du conseil,  
Groupe TVA inc., et  
administratrice de sociétés

### **Pierre Laurin**<sup>1,3</sup>

Administrateur de sociétés

### **A. Michel Lavigne**<sup>1,2,3</sup>

Administrateur de sociétés

### **Geneviève Marcon**

Présidente,  
GM Développement inc.

### **Le très honorable Brian Mulroney**, C.P., C.C., LL.D.

Associé principal,  
Norton Rose Fulbright Canada, s.e.n.c.r.l., s.r.l., et  
vice-président du conseil,  
Québecor inc. et Québecor Média inc.

### **Normand Provost**

Premier vice-président, Placements privés,  
Caisse de dépôt et placement du Québec

## ÉQUIPE DE DIRECTION

### **Pierre Dion**

Président et chef de la direction,  
Québecor inc., Québecor Média inc. et  
Groupe TVA inc.

### **Manon Brouillette**

Présidente et chef de la direction,  
Vidéotron ltée

### **Julie Tremblay**

Présidente et chef de la direction,  
Corporation Sun Media

### **Jean-Hervé Roubert**

Président et chef de la direction,  
Nurun inc.

### **Aldo Giampaolo**

Président et chef de la direction,  
Groupe Divertissement et sports,  
Québecor Média inc.

### **Donald Lizotte**

Président et chef de la direction,  
secteurs Détail et Livres

### **Jean-François Pruneau**

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

### **France Lauzière**

Vice-présidente principale,  
Contenu QMI

### **J. Serge Sasseville**

Vice-président principal,  
Affaires corporatives et institutionnelles

### **Marc M. Tremblay**

Vice-président principal et  
chef des affaires juridiques et  
des affaires publiques

### **Pietro Greco**

Chef des technologies  
de l'information

### **Isabelle Leclerc**

Vice-présidente,  
Ressources humaines

### **Caroline Roy**

Vice-présidente,  
Stratégie numérique

<sup>1</sup> Membre du comité de rémunération

<sup>2</sup> Membre du comité exécutif

<sup>3</sup> Membre du comité d'audit

\* En date du 7 mai 2014