RAPPORT D'ACTIVITÉ 2012

S'engager pour l'avenir

QUÉBECOR

TABLE DES MATIÈRES

2012 en bref 4

Faits saillants 7

Message aux actionnaires 8

Vidéotron ltée 12

Le SuperClub Vidéotron ltée 15

Corporation Sun Media 16

Agence QMI 20

Groupe TVA inc. 22

TVA Publications inc. 26

Groupe Archambault inc. 28

Secteur Livres 30

Nurun inc. 34

Engagement social

- Nos employés 36
- Québecor et l'environnement 38
- Partenaire de la communauté 41

Conseil d'administration et dirigeants de Québecor inc. 44

Conseil d'administration et dirigeants de Québecor Média inc. 45

2012
EN BREF

JANVIER

- Lancement de la nouvelle émission *Miam!* sur les ondes de la chaîne Yoopa, une émission québécoise qui célèbre le plaisir de cuisiner en famille.

FÉVRIER

- *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* inaugurent leurs nouveaux sites Web dotés d'une interface interactive au graphisme novateur.
- Québecor Média s'allie avec des entrepreneurs du Saguenay pour former Studios BlooBuzz, s.e.c., (maintenant Gestion Studios BlooBuzz, s.e.c.) une nouvelle entreprise québécoise de jeux vidéo qui se consacrera au développement de jeux destinés au marché des joueurs occasionnels.

MARS

- Groupe TVA inc. conclut une entente avec Rogers Communications Inc. qui permettra à ce dernier d'offrir les chaînes SUN News et TVA Sports, ainsi que le contenu du Réseau TVA, sur ses plateformes de vidéo sur demande, mobile et Web.
- Québecor Média et la Ville de Québec franchissent une étape décisive en vue de la construction de l'amphithéâtre multifonctionnel de Québec avec la finalisation du programme fonctionnel et technique de l'immeuble. L'amphithéâtre moderne et fonctionnel de 18 000 sièges sera inauguré en 2015.
- Vidéotron ltée lance illico télé nouvelle génération, un service aux fonctionnalités novatrices qui offre une expérience de navigation plus fluide et intuitive.

AVRIL

- Le géant agroalimentaire français Danone choisit Nurun inc. comme agence de marketing interactif en Chine.
- Signature d'une entente exclusive entre Réseau Québecor Média inc. et Sears Canada inc. pour la distribution de la circulaire nationale du détaillant dans Le Sac Plus.
- Corporation Sun Media, en collaboration avec Nurun, lance 9 nouveaux portails régionaux comprenant les 57 nouveaux sites dédiés aux différents hebdomadaires. Plus participatifs, ces sites sont conçus pour placer le lecteur au cœur de la communauté.
- Lancement de ZIK, un nouveau service de musique en continu qui propose notamment le plus grand répertoire de musique francophone accessible sur ce type de plateforme.

Lancement de Zik, le 4 avril 2012

MAI

- Corporation Sun Media fait l'acquisition du magazine *Pub Extra*, distribué mensuellement à près de 190 000 foyers de la rive nord de Montréal, et de l'hebdomadaire régional *L'Impact de Drummondville*, distribué à près de 50 000 exemplaires.
- Lancement par TVA Publications inc. du nouveau magazine *Signé M* du chef Louis-François Marcotte.
- Lancement du service Internet TGV 200 de Vidéotron, un service d'accès Internet offrant des vitesses jusqu'ici inégalées.

JUIN

- Agence QMI se voit confier la préparation de l'ensemble des bulletins de nouvelles diffusés sur les ondes de la station de radio WKND 91,9 de Québec aux termes d'une entente exclusive conclue avec Leclerc Communication inc.
- Corporation Sun Media lance un nouvel hebdomadaire dans la région des Bois-Francs, *L'Écho de Victoriaville*, distribué à plus de 40 000 exemplaires.

AOÛT

- Corporation Sun Media lance *ViaProprio.ca*, un nouveau site de vente immobilière sans intermédiaires qui vient compléter de belle façon les services déjà offerts par *micasa.ca*.

SEPTEMBRE

- Une nouvelle grille graphique colorée, un logo réinventé et de nouvelles sections dynamiques font leur apparition dans les quotidiens *24 heures* à l'échelle nationale.
- Nurun met au point la nouvelle fonction verrou d'accès payant du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*. Les lecteurs qui ne sont pas abonnés doivent désormais payer pour avoir accès aux textes des chroniqueurs sur le Web.
- Corporation Sun Media annonce la réorganisation de ses activités d'information et la mise en place d'une nouvelle structure éditoriale afin de mieux répondre aux besoins de la clientèle et aux occasions d'affaires locales et nationales.

Caisse de dépôt et placement du Québec

OCTOBRE

- Québecor et Québecor Média rachètent quelque 30,5 millions d'actions de Québecor Média de la Caisse de dépôt et placement du Québec. La Caisse conserve une participation de 24,6 % dans Québecor Média, attestant ainsi de sa conviction quant au potentiel de l'entreprise à créer de la valeur.
- Vidéotron franchit le cap du million de clients multiproduits et atteint un nouveau sommet qui vient réaffirmer la confiance que lui témoignent les Québécois.
- Lancement des trois premiers tomes du collectif *L'Orphéon* chez VLB éditeur. Le projet, réunissant les plumes de Stéphane Dompierre, de Roxanne Bouchard, de Geneviève Jannelle, de Patrick Senécal et de Véronique Marcotte est l'une des œuvres les plus marquantes de 2012.
- Selon un sondage de Léger Marketing, une PME sur deux fait désormais confiance à Vidéotron Service Affaires pour un de ses besoins en télécommunications.

NOVEMBRE

- La chaîne VOX devient MAtv et adopte une signature plus moderne et une philosophie différente pour se rapprocher davantage de son public.
- Lancement du *Journal de Québec, édition Saguenay–Lac-Saint-Jean*, offrant des reportages et des dossiers exclusifs et consacrés à la région.
- Groupe TVA adopte un nouveau logo, symbole d'une marque forte qui se modernise.
- La nouvelle division de Québecor Média, Québecor Média Affichage, commence à assurer l'exploitation publicitaire des abribus de la Société de transport de Montréal dans le cadre d'un mandat de 20 ans.

DÉCEMBRE

- Lancement de *SUN+* et passage vers le contenu en ligne payant pour les journaux *SUN* de Toronto, d'Ottawa, de Calgary, de Winnipeg et d'Edmonton.
- Inauguration après des rénovations majeures du magasin phare de Groupe Archambault inc. situé à l'angle des rues Berri et Sainte-Catherine. Le nouvel environnement créé est plus branché que jamais.
- PATTISON Affichage choisit Agence QMI comme premier fournisseur de contenu pour son réseau d'écrans d'affichage numérique à l'échelle du Canada.

FAITS SAILLANTS

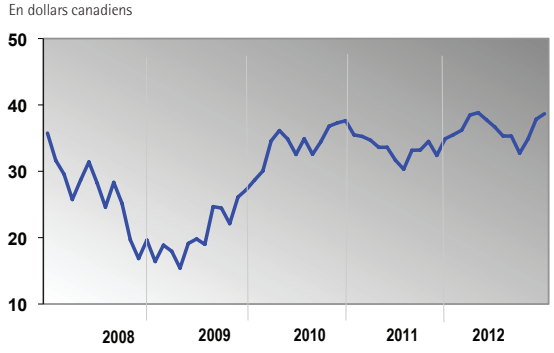
Exercices terminés les 31 décembre 2012, 2011 et 2010
(en millions de dollars canadiens, sauf pour les montants relatifs aux données par action)

	2012	2011	2010
EXPLOITATION			
Revenus	**4 351,8 $**	4 206,6 $	4 000,1 $
Bénéfice d'exploitation[1]	**1 403,6**	1 341,7	1 333,4
Contribution au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies	**196,1**	191,5	220,6
Gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	**75,4**	20,6	20,8
Éléments inhabituels	**(103,8)**	(11,1)	(16,1)
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	**167,7**	201,0	225,3
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation poursuivies	**1 122,6**	866,3	809,9
DONNÉES PAR ACTION DE BASE			
Contribution au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies	**3,10 $**	2,99 $	3,42 $
Gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	**1,19**	0,32	0,32
Éléments inhabituels	**(1,64)**	(0,17)	(0,24)
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	**2,65**	3,14	3,50
Dividendes	**0,20**	0,20	0,20
Capitaux propres atribuables aux actionnaires	**20,76**	22,28	20,29
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en millions)	**63,2**	64,0	64,3
SITUATION FINANCIÈRE			
Dette à long terme	**4 507,8 $**	3 688,3 $	3 587,3 $
Capitaux propres	**1 942,8**	2 870,6	2 651,7
Total de l'actif	**9 007,8**	9 038,8	8 616,1
EMPLOYÉS	**16 865**	16 950	16 400

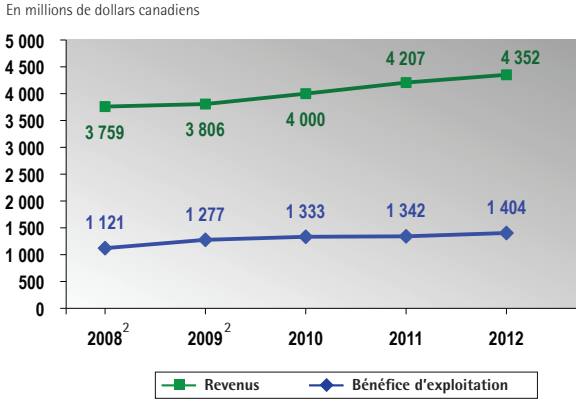
[1] Bénéfice net avant amortissement, frais financiers, gain sur évaluation et conversion des instruments financiers, restructuration des activités d'exploitation, dépréciation d'actifs et autres éléments spéciaux, pertes sur refinancement de dettes, dépréciation de l'écart d'acquisition et d'actifs incorporels et impôts sur le bénéfice.

[2] Les données financières pour les exercices 2008 et 2009 sont présentées conformément aux Principes comptables généralement reconnus du Canada.

Cours de l'action (QBR.B)



Revenus et bénéfice d'exploitation



MESSAGE AUX ACTIONNAIRES

À l'heure où d'énormes pans de l'économie mondiale peinent encore à se remettre d'une crise aux conséquences dramatiques, force est de constater que, grâce à l'inventivité de ses équipes et à leur formidable aptitude à voir et à saisir les occasions, Québecor a encore une fois su tirer son épingle du jeu au cours du dernier exercice. Ce faisant, l'entreprise a non seulement continué à dégager des bénéfices intéressants pour ses actionnaires, mais aussi à jouer un rôle de premier plan dans l'épanouissement économique, social et culturel du Québec et de l'ensemble des communautés où elle est présente au Canada.

Propulsée par les investissements porteurs des dernières années – notamment pour le compte de la téléphonie sans fil de sa filiale Vidéotron –, Québecor a généré un chiffre d'affaires de 4,35 G$ en 2012. Cette hausse de 145,2 M$ (3,5 %) par rapport à 2011 est surtout attribuable à la croissance impressionnante de 8,4 % de son secteur Télécommunications. L'ensemble des activités de l'entreprise a dégagé un bénéfice d'exploitation de 1,4 G$, en hausse de 4,6 % comparativement à 2011. Mentionnons que le bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies étaient de 196,1 M$, contre 191,5 M$ en 2011.

À la suite de nos efforts constants des dernières années à positionner notre bilan de manière à dégager une flexibilité financière enviable, une première étape importante a été réalisée au cours de 2012 dans la mise en place d'un plan à plus long terme visant l'acquisition de la participation complète de Québecor dans l'actionnariat de sa filiale Québecor Média.

C'est ainsi qu'en octobre dernier se concluait la transaction qui visait le rachat d'une partie de la participation de 45,3 % de la Caisse de dépôt et placement du Québec dans Québecor Média. Bénéfique pour toutes les parties en cause, cette transaction, en vertu de laquelle Québecor et Québecor Média ont acheté et racheté quelque 30,5 millions d'actions ordinaires de Québecor Média détenues par CDP Capital d'Amérique Investissements inc., une filiale de la Caisse, a permis à Québecor d'accroître sa participation dans Québecor Média, témoignant ainsi de sa grande confiance en l'avenir de l'entreprise. Soulignons que la participation de Québecor dans Québecor Média est ainsi passée de 54,7 % à 75,4 %. Aux termes de la transaction, réalisée à la faveur de conditions favorables à un rééquilibrage de son portefeuille, la Caisse, pour sa part, a conservé une participation de 24,6 % dans Québecor Média, attestant ainsi de sa conviction quant au potentiel de l'entreprise à créer de la valeur.

DES GESTES QUI RETIENNENT L'ATTENTION

L'explosion provoquée à l'échelle mondiale par l'avènement de l'ère numérique continue de bousculer nos façons de faire et nos stratégies commerciales. Ainsi, les consommateurs d'aujourd'hui se montrent de plus en plus avisés et exigeants en matière de technologies, d'information et de divertissement. Déjà bien en selle pour répondre aux exigences les plus élevées de ses différentes clientèles, Québecor a mis en place plusieurs nouvelles initiatives durant l'exercice 2012 pour continuer à les satisfaire, à améliorer davantage ses modèles d'affaires et à diversifier ses activités dans les domaines où elle évolue, faisant preuve d'innovation comme elle l'a toujours fait dans le passé.

Dans le secteur Télécommunications, une avancée profitable aux consommateurs a retenu l'attention : le déploiement d'illico télé nouvelle génération dans toutes les régions desservies par Vidéotron. Grâce à cette nouvelle percée, Vidéotron confirme encore une fois le leadership et le formidable esprit d'innovation qui l'animent depuis des années et qui en ont fait un des chefs de file de l'industrie canadienne des télécommunications.

Quant au secteur Télédiffusion, deux initiatives stratégiques doivent aussi être mentionnées, soit la conclusion d'une importante entente avec Rogers Communications dans le but d'offrir aux clients de cette dernière les chaînes SUN News et TVA Sports, ainsi que le contenu du Réseau TVA sur ses plateformes de vidéo sur demande, mobile et Web, et la signature de nouvelles ententes entre LCN et de nombreux distributeurs, qui favoriseront une diffusion élargie du service d'information en continu et une augmentation des redevances. On nous permettra aussi de souligner que Groupe TVA a vu ses parts de marché totales atteindre 32,2, une croissance principalement attribuable aux chaînes spécialisées qui ont atteint 8,5 parts en 2012, comparativement à 7,4 parts en 2011.

Faisant face à des bouleversements majeurs dont les impacts sur les médias historiques – notamment la presse écrite – sont considérables, Corporation Sun Media a poursuivi la redéfinition de ses façons de faire pour alléger sa structure organisationnelle afin de favoriser une meilleure exécution des processus d'affaires et une amélioration du rapport coût/efficacité. Consciente de l'importance démocratique qu'assume au sein de la société le rôle des journaux et de la presse écrite, la direction de Québecor Média, qui compte sur le plus grand nombre de journalistes au Canada, s'assure d'adapter ses méthodes de travail afin de poursuivre sa mission fondamentale d'informer le plus grand nombre de citoyens.

Québecor Média a aussi réussi une première percée notable dans un secteur qui connaît une importante évolution technologique, soit celui de l'installation, de l'entretien et de l'exploitation publicitaire des abribus de la Société de transport de Montréal (STM). Retenue au terme d'un appel de propositions sur invitation et forte d'une entente de 20 ans, l'entreprise entend mettre son expertise des métiers de la communication à contribution afin d'optimiser la gestion de ce mobilier urbain, au profit de la STM et de ses usagers.

Dans un autre ordre d'idées, la dernière décennie nous a permis de cerner les enjeux importants auxquels l'industrie musicale fait face à la faveur de la numérisation des contenus. Dans ce contexte, comment ne pas faire état de l'imagination et de l'agilité qui ont permis à Groupe Archambault de bien comprendre les attentes des consommateurs dans ce domaine et, ce faisant, de concevoir et de lancer son nouveau service de musique en continu, ZIK.

LA NÉCESSITÉ D'ASSURER LA RELÈVE

Enfin, nous croyons qu'il est important de revenir sur l'une des plus importantes décisions qui ait été prises récemment au sein de l'entreprise, soit la nomination de Robert Dépatie à titre de président et chef de la direction de Québecor et de Québecor Média. Monsieur Dépatie remplacera dans ces fonctions le président et chef de la direction actuel des deux sociétés, Pierre Karl Péladeau. Ce dernier a choisi de poursuivre son engagement dans l'entreprise à titre de président du conseil de Québecor Média et de Groupe TVA, de même qu'à celui de vice-président du conseil de Québecor. Ce nouveau rôle au sein de nos conseils d'administration lui permettra de se vouer entièrement à la définition et au suivi des grands dossiers stratégiques de Québecor.

Depuis sa nomination à titre de président et chef de la direction de Vidéotron en 2003, Robert Dépatie a fait de celle-ci la plus performante des sociétés de télécommunications au Canada, et aussi la plus admirée des Québécois. Sous son leadership, le bénéfice d'exploitation de Vidéotron est passé de 275,0 M$ à plus de 1,2 G$.

Pour les membres du conseil d'administration, tant ces résultats que les qualités humaines et de gestionnaire de Robert Dépatie en faisaient le candidat tout désigné pour prendre les rênes de Québecor et de Québecor Média et faire en sorte qu'elles puissent continuer à progresser grâce à l'esprit d'entrepreneurship et d'innovation qui a été leur marque de commerce depuis les premiers jours. C'est donc avec confiance et enthousiasme que nous lui souhaitons tout le succès possible dans ses nouvelles fonctions.

REMERCIEMENTS

Nous ne saurions évidemment conclure sans rendre un vibrant hommage et faire part de nos plus sincères remerciements à tous ceux et celles qui contribuent à faire de Québecor ce qu'elle est aujourd'hui et, surtout, qui lui permettent d'envisager les défis à venir avec assurance.

Au premier chef, nous devons remercier tous nos actionnaires de leur confiance et de la stabilité de leur appui. Il s'agit, pour nous, d'ingrédients indispensables à la poursuite d'une vision à long terme fondée sur l'innovation et la création de valeur durable pour toutes nos parties prenantes.

Notre reconnaissance va aussi aux employés de Québecor. Ce sont eux qui, sans relâche, impriment le mouvement qui permet à l'entreprise de poursuivre sa marche au Québec et ailleurs au pays. Leur énergie, leurs compétences et leur attachement à l'entreprise ne sont rien de moins que l'oxygène dont se nourrit ce corps formidablement vivant qu'est Québecor.

Nos administrateurs méritent aussi toute notre considération. Leur expérience, la variété de leurs points de vue et la pertinence de leurs conseils en font des acteurs de tout premier plan quant à la définition des orientations stratégiques de l'entreprise, de même que de précieux gardiens de sa bonne gouvernance. Nous leur devons beaucoup.

Évidemment, Québecor ne serait pas ce qu'elle est si elle ne pouvait compter sur la fidélité et la complicité de ses clients et de ses innombrables collaborateurs et partenaires. C'est pour eux et avec eux que nous relevons l'immense défi quotidien qui consiste à toujours nous dépasser dans l'espoir d'être les mieux positionnés pour répondre à leurs attentes dans les domaines qui sont les nôtres. Sachez que nous apprécions votre confiance à sa juste valeur.

Aujourd'hui, les entreprises adoptent un comportement responsable et ont une plus grande implication sociale à l'endroit de la communauté. Depuis plusieurs années déjà, Québecor s'investit profondément, soutient et s'engage auprès des diverses composantes sociales, tant sur le plan culturel, éducatif, communautaire que de la santé. Toute la direction est bien consciente du rôle particulier que l'entreprise joue au sein de la collectivité québécoise et canadienne et continuera d'assumer ses obligations à son égard.

La présidente du conseil,

Françoise Bertrand

Le président et chef de la direction,

Pierre Karl Péladeau

VIDÉOTRON

Vidéotron est demeurée un chef de file de l'industrie des télécommunications et du divertissement en 2012. Elle a connu une dixième année consécutive de croissance, affichant une hausse de 8,4 % par rapport à l'exercice précédent et générant des revenus totaux de plus de 2,6 G$. Bien que ses principaux services aient tous enregistré une progression appréciable de leurs revenus, le secteur de la téléphonie mobile a encore tenu le haut du pavé en affichant une croissance spectaculaire de 52,3 %.

Vidéotron, qui plus est, a connu une année marquante à plusieurs égards. Tout d'abord, elle a procédé au lancement d'illico télé nouvelle génération, une nouvelle expérience en haute définition (HD) dont la convivialité a séduit les consommateurs. Des centaines de milliers de gens à l'échelle du Québec ont désormais au bout de leurs doigts une offre inégalée de contenu et de divertissement.

Grande première au Canada, Vidéotron a pu compter sur l'expertise de ses propres talents à l'interne afin de concevoir une plateforme performante taillée sur mesure pour les besoins des Québécois. Ce travail colossal d'innovation a été mis en branle il y a trois ans par une équipe de visionnaires purement québécois. Au total, plus de 500 artisans – programmeurs et spécialistes en marketing et en développement de produits.

Forte du leadership incontesté de Vidéotron en matière de contenu, illico télé nouvelle génération facilite aujourd'hui l'accès à plus de 30 000 titres en vidéo sur demande et au plus grand choix de chaînes et de films en HD francophones au pays. Elle propose également aux utilisateurs plusieurs expériences exclusives, de même que du contenu vidéo enrichi et adapté aux différents écrans – télévision, mobile, tablette. On peut penser aux émissions de Lib tv, la première chaîne mobile au pays.

UNE SOIF POUR L'INNOVATION

Les choix technologiques éclairés de Vidéotron au cours des dernières années ne sont pas étrangers à la création d'illico télé nouvelle génération. Vidéotron est la seule entreprise à disposer d'un réseau performant qui combine fibre optique, câble coaxial et sans fil. C'est une architecture unique en Amérique du Nord, qui procure une performance, une fiabilité et une capacité d'évolution exceptionnelles. Le degré d'avancement technologique et la robustesse de ce réseau permettent aujourd'hui aux clients de Vidéotron de tirer profit de l'expérience télé la plus évoluée sur le marché, et cela, en toute simplicité.

Cette soif d'innover, combinée au déploiement de son offre de produits et services sur de nouveaux territoires – Côte-Nord, Beauce –, explique sans doute pourquoi l'entreprise québécoise a réussi à atteindre de nouveaux sommets en 2012, alors que le cap du million de clients multiproduits a été franchi.

Cette recherche de dépassement s'est aussi traduite par plusieurs nouveautés : une application illico.tv pour iPad, des accès et des forfaits Internet offrant des vitesses plus rapides, un vaste choix de nouveaux appareils et de tablettes mobiles, dont les populaires Samsung Galaxy S III et Samsung Galaxy Note II, l'appareil Wi-fi Mobile ainsi que l'application Consommation Internet Mobile, qui a su ravir les clients soucieux de garder un œil sur leur consommation Internet (données) en temps réel.

Autre preuve de la force du réseau : selon un sondage de Léger Marketing (octobre 2012), une PME sur deux fait maintenant confiance à Vidéotron Service Affaires pour ses besoins en télécommunications. Vidéotron dessert maintenant 100 000 entreprises, dont les employés peuvent apprécier la formidable rapidité des accès Très Grande Vitesse 120 et 200 dans leurs activités quotidiennes.

Cela dit, il n'est pas étonnant que Vidéotron se soit vu décerner le titre d'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois pour une septième année consécutive, selon un sondage de Léger Marketing publié par le journal *Les Affaires* !

MAtv
CLIENTS VIDÉOTRON, C'EST VOTRE TÉLÉ.

MATV: UNE HISTOIRE DE PROXIMITÉ

À la fin de 2012, Vidéotron a marqué un grand coup en lançant MAtv, qui remplace désormais VOX sur ses huit antennes à l'échelle du Québec. Avec MAtv, Vidéotron souhaitait afficher une promesse claire auprès du téléspectateur, soit celle de lui simplifier la vie, d'anticiper ses besoins et ses intérêts, de lui proposer des pistes de réflexion et de lui ouvrir de nouveaux horizons.

Fortes de leurs racines communautaires et participatives, les émissions de la chaîne laissent la place à la profondeur des contenus et à l'interaction avec les citoyens partout au Québec. Ainsi, MAtv propose annuellement plus de 5 000 heures de programmation locale, dont la nouvelle émission *Code régional*, qui se penche sur les enjeux économiques et sociaux des différentes régions du Québec et *Caucus*, une émission sur l'actualité parlementaire. Et chaque fois qu'elle le peut, MAtv favorise le dialogue avec les citoyens via les médias sociaux. C'est dans cet esprit qu'a été lancée *OPEN télé*, une émission animée par Sophie Durocher qui permet aux téléspectateurs d'alimenter les discussions en studio, voire de les faire évoluer, avec Twitter. Une autre émission interactive diffusée à MAtv s'est aussi rapidement imposée dès son arrivée à l'antenne : le magazine *Libre-service*. L'animateur Marc-André Coallier et ses collaborateurs partagent quotidiennement des conseils portant sur le quotidien des Québécois, de la santé aux voyages, en passant par la mode, les technologies, le travail, la famille et l'habitation.

Quelques semaines à peine après son lancement, MAtv récoltait les fruits de son repositionnement en voyant sa part de marché doubler (source : Sondages BBM).

Grâce à des contenus différenciés, comme ceux de MAtv, offerts en exclusivité à ses clients, Vidéotron procure la meilleure expérience possible sur le plan du contenu. En 2012, cette offre a été enrichie par les rebondissements et moments inédits des populaires émissions *Occupation Double* et *Star Académie* et par l'ajout de nouvelles chaînes en HD. C'est ainsi que les clients de Vidéotron ont pu syntoniser avant tout le monde la chaîne FX Canada et ainsi profiter des plus grandes séries américaines d'hier et d'aujourd'hui.

VIDÉOTRON
le superclub
Une société de Québecor Média

Tout au long de 2012, Le SuperClub Vidéotron a réussi à se démarquer sur le marché locatif avec un rendement nettement supérieur à celui de ses compétiteurs, en dépit de l'arrivée de nouvelles innovations technologiques et de nouveaux joueurs dans l'industrie.

Dans ce marché en mutation, même les grands studios de production internationaux ont remarqué et salué la performance de Le SuperClub Vidéotron en Amérique du Nord. En effet, l'entreprise et ses franchisés ont réussi à maintenir leurs revenus en 2012, notamment grâce aux ventes des produits de télé-communications de Vidéotron. Des stratégies promotionnelles innovantes et efficaces expliquent aussi le succès de Le SuperClub Vidéotron. Par exemple, l'abonnement mensuel à tarif fixe lancé à la fin de 2010 et donnant accès à la location illimitée de films réguliers a vu sa clientèle progresser de près de 55 %. Ainsi, ce service compte désormais 34 000 clients.

Les 77 boutiques Microplay™, quant à elles, ont affiché une augmentation de 2 % de leurs revenus en 2012. Profitant du dynamisme de l'industrie du jeu vidéo, les boutiques ont organisé une série d'événements porteurs dont le succès impressionne. À l'automne 2012, la séance d'autographes avec le joueur du Canadien de Montréal P.K. Subban, dans le cadre du lancement du jeu *NHL 13*, a fait courir les foules à la boutique de l'avenue du Mont-Royal, à Montréal. Près de 300 admirateurs s'y sont présentés et ils étaient encore nombreux, à minuit, à mettre la main sur le jeu lors de sa mise en vente. À l'occasion du lancement du très attendu *Assassin's Creed III* quelques semaines plus tard, c'est l'équipe d'Ubisoft Montréal qui, à son tour, a visité trois magasins au plus grand plaisir des joueurs passionnés et des chasseurs d'autographes.

Enfin, des investissements de plus de 5,3 M$, effectués de concert avec les franchisés, ont permis de poursuivre l'implantation du nouveau concept d'aménagement dans 24 magasins qui s'ajoutent ainsi à la trentaine déjà rénovés en 2011.

SUN MEDIA
Une société de Québecor Média

DES PERSPECTIVES EN CONSTANTE ÉVOLUTION

Corporation Sun Media a procédé à une restructuration de ses activités afin d'assurer à l'entreprise une croissance durable et de favoriser son adaptation à l'évolution de l'industrie. Cette mesure de rationalisation et d'optimisation permettra des économies annuelles de plus de 45 M$.

À l'échelle du pays, les journaux gratuits *24 heures* de Montréal, de Vancouver, d'Edmonton, de Calgary, de Toronto et d'Ottawa ont aussi subi une métamorphose complète en 2012. Une nouvelle grille graphique colorée, un logo réinventé et de nouvelles sections dynamiques ont permis aux six éditions d'offrir une meilleure expérience de lecture et de nouvelles occasions de placement pour les annonceurs.

Du côté des quotidiens, *Le Journal de Québec* a innové en créant le cahier *Dimanche Québec* pour rendre hommage à l'effervescence de cette vie culturelle. Sur le plan de la littérature, les auteurs d'ici et d'ailleurs disposent désormais d'une vitrine de choix depuis la création, en 2011, d'une section *Livres*, qui paraît dans l'édition dominicale du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*. Beaucoup plus volumineuse qu'avant, elle comprend – en plus des critiques d'œuvres de fiction – des chroniques régulières, des entrevues de fond ainsi que de nouvelles sections dédiées à la bande dessinée, à la littérature jeunesse et à la littérature culturelle (arts, musique, cinéma).

Corporation Sun Media a aussi annoncé la conclusion d'une entente importante pour la distribution à l'échelle du pays par Le Sac Plus de la circulaire de Sears Canada. Enfin, la nouvelle division Québecor Média Affichage de Québecor Média a été lancée pour assurer l'exploitation publicitaire d'abribus appartenant à la Société de transport de Montréal. Pour Québecor, il s'agit d'une percée importante dans le domaine de l'affichage électronique. Elle souhaite désormais transformer l'expérience en introduisant l'affichage numérique et la communication sans-fil et ainsi accroître le potentiel publicitaire des abribus.

APPROCHE RÉGIONALE

Alors que la plus récente étude StatHebdo révélait que les journaux hebdomadaires ont été les seuls médias imprimés à ne pas voir leur lectorat décliner au cours des dernières années, Québecor Média a misé sur le développement d'un solide réseau de publications régionales.

Corporation Sun Media a ainsi lancé 12 nouveaux hebdomadaires régionaux au Québec et fait l'acquisition de Les Hebdos Montérégiens au cours des trois dernières années. De plus, la filiale de Québecor Média a annoncé au printemps l'acquisition du magazine *Pub Extra*. Le magazine publicitaire spécialisé dans la publication de rabais, d'offres promotionnelles et de concours rejoint chaque mois près de 190 000 foyers de la rive nord de Montréal. Quelques jours plus tard, l'hebdomadaire régional *L'Impact de Drummondville*, distribué à près de 50 000 exemplaires dans la MRC de Drummond, ralliait les rangs. Le lancement subséquent de *L'Écho de Victoriaville* dans la région des Bois-Francs, distribué chaque semaine à plus de 40 000 exemplaires, portait à 76 le nombre des publications du réseau des hebdos régionaux de Québecor Média au Québec. Leur tirage combiné a dépassé les 2,5 millions d'exemplaires chaque semaine.

Toujours animée par la volonté d'offrir le meilleur contenu local, Corporation Sun Media a lancé à la fin de l'automne *Le Journal de Québec, édition Saguenay–Lac-Saint-Jean*. Le nouveau quotidien s'est implanté solidement dans la région grâce à un minimum de sept pages consacrées à du contenu exclusif et spécifique. L'ex-ministre et directeur général des Saguenéens de Chicoutimi, Jacques Brassard, de même que l'ancien joueur de hockey Marc Fortier et l'animateur de radio Denis Gravel comptent parmi ses nouveaux chroniqueurs.

D'autre part, une nouvelle approche de gestion a été mise en place en 2012 afin que les éditeurs régionaux puissent se consacrer davantage aux relations avec la communauté, les lecteurs et les annonceurs. En tant que pilier de leur communauté, ils jouent également un rôle accru sur le plan du développement d'occasions d'affaires et des ventes.

UNE PRÉSENCE REMARQUÉE SUR LE WEB

En 2012, le réseau Canoë a enregistré un achalandage record de 10,5 millions de visiteurs uniques par mois au Canada. Le réseau, qui comprend les sites Web de Québecor Média et de Corporation Sun Media, s'est classé au neuvième rang de l'ensemble des propriétés Web les plus visitées au pays. Au Québec, il a occupé la deuxième position, tout juste derrière le géant Google. Au total, le réseau Canoë a rejoint 41 % des internautes canadiens et plus de 95 % des internautes québécois.

Les sites *journaldemontreal.com* et *journaldequebec.com* ont, quant à eux, connu une croissance impressionnante de leur trafic en 2012, accueillant respectivement plus de 762 000 et 369 000 visiteurs uniques (source : comScore).

Consciente de l'importance stratégique des plateformes Web, Corporation Sun Media a procédé à de nombreuses améliorations en cours d'année, proposant de nouvelles occasions publicitaires qui ont permis de développer une offre plus diversifiée et ciblée à ses partenaires et annonceurs. L'entreprise a ainsi procédé avec succès à la refonte des plateformes Web de ses grands quotidiens partout au Canada, les *Sun* de Toronto, d'Ottawa, de Calgary, de Winnipeg et d'Edmonton. *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* ont aussi vu leur volet numérique évoluer vers une nouvelle interface interactive qui a permis d'offrir à ses visiteurs un contenu plus riche, de nouveaux compléments d'information et des dossiers thématiques exclusifs.

Les hebdos régionaux de Québecor Média ont aussi pris de l'expansion sur le Web. Neuf nouveaux portails régionaux et 57 nouveaux sites Web se sont ajoutés à l'offre proposée aux lecteurs. Leur interface dynamique, plus pratique et plus interactive que jamais est rapidement devenue un véritable carrefour de discussions et d'opinions.

L'année 2012 a en outre marqué un tournant et signifié la fin de l'accès gratuit à l'ensemble des contenus en ligne de nombreux quotidiens. Après la création des comptes VIP du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec* au début de l'automne, Corporation Sun Media a annoncé le lancement de *SUN+*, son équivalent pour les sites *TorontoSUN.com*, *CalgarySUN.com*, *OttawaSUN.com*, *EdmontonSUN.com*, *WinnipegSUN.com* et leurs applications mobiles. L'abonnement mensuel vendu donne un accès illimité à des contenus riches et variés qui sont désormais réservés aux membres.

Enfin, *ViaProprio.ca* a fait son apparition sur le marché de la vente immobilière sans intermédiaires à la fin de l'été. Corporation Sun Media offrait depuis plusieurs années une vaste gamme de services en immobilier et ce nouvel ajout complète parfaitement les services déjà offerts par *micasa.ca*. Le site *micasa.ca* s'est depuis concentré sur le marché des professionnels de l'immobilier, des développeurs, des constructeurs, des courtiers et des gestionnaires d'immeubles, et a subi une refonte complète à la fin de l'année.

AGENCEQMi
Une division de Québecor Média

Le modèle instauré par Agence QMI, qui a maintes fois fait ses preuves depuis sa création, a encore été renforcé en 2012. En effet, l'offre déjà diversifiée de l'agence de presse a été bonifiée par la mise en place d'un service radio, d'un service de modérateurs de réseaux sociaux ainsi que d'un service de pupitreurs aux manchettes. En pleine expansion, l'entreprise a ouvert un bureau à Québec, se rapprochant ainsi du centre névralgique de la politique québécoise. Un nouveau pupitre photo a été mis en place à Toronto et celui de Montréal a été optimisé, notamment grâce à la mise en place d'un système permettant le transfert en direct des photos sur le site Web de l'entreprise. Agence QMI compte aujourd'hui sur plus de 1 000 journalistes partout au pays, dont plus de 300 au Québec seulement.

DES ENTENTES HISTORIQUES

Reconnaissant le haut calibre de la couverture médiatique offerte, PATTISON Affichage a choisi Agence QMI à la fin de 2012 comme premier fournisseur de contenu de nouvelles pour son réseau national d'écrans d'affichage numérique. Depuis, plus de 150 articles sont affichés quotidiennement sur les écrans du géant canadien partout au pays. À l'été 2012, Leclerc Communication, propriétaire de la station WKND 91,9 à Québec, a conclu une entente avec Agence QMI. L'agence de presse s'est vu confier la responsabilité de préparer les bulletins d'information qui sont diffusés sur les ondes de la station à prédominance musicale. WKND 91,9 est ainsi devenue la station de radio privée de Québec ayant accès au service de nouvelles le plus important. De plus, le service radio a fourni quotidiennement une vingtaine de bulletins au site Web du *Journal de Montréal*.

UN RÉSEAU PERFORMANT

En plus de réaliser de nombreux sondages, Agence QMI a été au cœur d'événements majeurs en 2012. Manifestations étudiantes, annonces des budgets provincial et fédéral, élections provinciales et Jeux Olympiques de Londres sont autant de moments forts qui ont marqué le Québec et pour lesquels Agence QMI a été aux premières loges. À lui seul, le fil de presse a traité en moyenne près de 150 nouvelles générales, 40 nouvelles de sports et 100 vidéos chaque jour.

Enfin, l'intégration des contenus a joué un rôle central en 2012. Les vidéos du Réseau TVA, des hebdos et d'Agence QMI ont été reprises sur les sites du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec* et ont enrichi les articles de *canoe.ca*. Cette initiative a permis d'offrir un contenu plus complet aux lecteurs tout en maximisant la synergie et le transfert de l'information entre les différentes filiales.

GROUPE TVA

Le monde des médias change plus rapidement que jamais, porté par le dynamisme des consommateurs qui évoluent eux aussi et deviennent formidablement compétents dans l'utilisation des plateformes qui les entourent. En 2012, Groupe TVA s'est donné la mission de faire preuve d'une agilité sans pareille afin de continuer à surprendre les téléspectateurs en les accompagnant là où ils se trouvent et en leur offrant une riche expérience audiovisuelle.

C'est notamment pour refléter ce dynamisme que Groupe TVA a adopté un nouveau logo en 2012. Les trois lettres si chères aux Québécois sont aujourd'hui plus modernes, porteuses d'avenir, et témoignent ainsi de l'ancrage du réseau dans la société.

Cette volonté de demeurer à l'avant-garde a porté ses fruits, comme en témoigne la progression de 2,7 % des revenus de Groupe TVA, de 445,5 M$ pour l'exercice 2011 à 457,4 M$ pour l'exercice 2012. Les revenus du secteur de la télévision ont connu une croissance de 4,0 %, atteignant 394,1 M$ et ses parts de marché totales se sont élevées à 32,2, contre 31,6 pour l'exercice 2011. Cette croissance est surtout attribuable aux chaînes spécialisées, qui ont atteint 8,5 parts en 2012, comparativement à 7,4 parts en 2011, une augmentation de 1,1 part ou 14,9 %.

GROUPE TVA, TOUJOURS EN TÊTE DES PALMARÈS

En 2012, les contenus télévisés de Groupe TVA ont continué à dominer les palmarès. Ainsi, le Réseau TVA est demeuré en tête avec 23,7 parts de marché, soit plus que les parts de marché réunies de ses deux principaux concurrents généralistes. Au printemps, Sondages BBM a révélé que le Réseau TVA avait diffusé 9 des 10 émissions les plus regardées de la saison, dont l'émission numéro un, le gala du dimanche *Star Académie* animé par Julie Snyder. Les données ont aussi démontré que le Réseau TVA avait rejoint des auditoires importants, autant durant le jour (6 h à 18 h) qu'aux heures de grande écoute (18 h à 23 h). Et pour couronner le tout, le réseau obtenait la première place dans huit genres différents :

Nouvelles	*TVA Nouvelles*
Gala	*Gala Artis 2012*
Humour	*lol :-)*
Jeu	*Le Tricheur*
Magazine	*Salut, Bonjour!*
Téléroman	*Yamaska*
Télésérie	*Toute la vérité*
Variété	*Star Académie 2012*

À l'automne, toujours selon Sondages BBM, le Réseau TVA a diffusé 8 des 10 et 23 des 30 émissions les plus regardées par les Québécois. Cette fois, c'est l'émission spéciale *Céline Dion… sans attendre* qui a récolté la première place, tous réseaux confondus, avec près de 2,5 millions de téléspectateurs. Notons que les quatre émissions spéciales du *Banquier* ont également dépassé la barre des 2 millions de téléspectateurs, ce qui est exceptionnel, sans compter que les 24 émissions du Réseau TVA les plus regardées ont toutes dépassé le million de téléspectateurs ! Sur le plan de l'information, tous les bulletins d'information ont dominé dans leur créneau et case horaire respective et le Réseau TVA a continué à innover en lançant la formule *Face à face* entre les chefs pendant la campagne électorale du Québec. Ces trois joutes, présentées simultanément au Réseau TVA et à LCN, ont été regardées par 1,4 million de téléspectateurs le premier soir et 1,5 million les deuxième et troisième soirs.

DES CHAÎNES SPÉCIALISÉES TOUJOURS EN CROISSANCE

Du côté des chaînes spécialisées, TVA Sports a terminé l'année avec près de 1,5 million d'abonnés. La chaîne en a mis plein la vue aux amateurs de sports toute l'année en couvrant plusieurs rendez-vous d'envergure, comme le Red Bull Stratos, les combats de boxe d'Interbox et de GYM, le Ultimate fighting Championship avec George St-Pierre, les matchs des Sénateurs d'Ottawa, le tournoi de hockey de la Coupe Memorial, les matchs de soccer de l'Impact et ceux de la Ligue des Champions, les matchs de tennis du Challenger de Granby et les matchs de baseball des Blue Jays de Toronto. La chaîne a également annoncé plusieurs ententes majeures durant l'année, notamment avec Red Bull (Red Bull Signature Series) la Women's Tennis Association et l'ATP World Tour™ (tennis) et le Grand Prix Cycliste de Québec et de Montréal. TVA Sports a d'ailleurs été la seule chaîne à diffuser du hockey professionnel pendant le lock-out de la Ligue nationale de hockey grâce à son entente avec les Bulldogs de Hamilton. En outre, elle a diffusé plusieurs matchs de la Ligue de hockey junior majeur du Québec.

Groupe TVA a terminé l'année 2012 en annonçant que la chaîne Mlle porterait désormais le nom de Moi&cie, avec la mission renouvelée d'offrir une programmation faisant écho aux intérêts et aux préoccupations des femmes d'ici. Les autres chaînes spécialisées – addik^{TV}, CASA, Yoopa, Prise 2, Argent, et LCN – ont quant à elles connu une augmentation générale de leurs parts de marché, des revenus d'abonnement et publicitaires. Trois d'entre elles – LCN, Prise 2 et addik^{TV} – ont affiché une part de marché supérieure à 1,0. La chaîne de fictions addik^{TV} a franchi le cap du million d'abonnés, alors que Prise 2 a atteint le cap de 1 % de parts de marché. La chaîne destinée aux enfants d'âge préscolaire Yoopa s'est particulièrement démarquée en 2012 avec une croissance de 77,8 % sur le plan des revenus d'abonnement.

UN PLUS GRAND RAYONNEMENT

L'exercice 2012 a aussi été marqué par la conclusion d'ententes importantes avec plusieurs distributeurs partout au pays, dont Rogers Communications, et les membres de la Canadian Cable Systems Alliance. Durant l'été, Groupe TVA a vendu une participation de 2 % dans SUN News à Corporation Sun Media, ramenant ainsi la participation de Groupe TVA dans SUN News à 49 %. De son côté, TVA Boutiques a mis fin aux activités de sa chaîne câblée Télé-achat, qui était diffusée sur les réseaux de Vidéotron et de Cogeco au Québec, sans toutefois interrompre la diffusion de l'émission *Shopping TVA* sur le Réseau TVA, non plus que ses activités de ventes en ligne.

Enfin, TVA Films a poursuivi ses activités en mettant l'accent sur le rayonnement de productions québécoises. TVA Films s'est ainsi démarquée par la mise en marché de 76 nouveaux titres destinés au créneau du divertissement maison (DVD), dont plus de la moitié était disponible notamment en vidéo sur demande. À l'international, TVA Films distribue des films et des séries primés, tirés d'un catalogue diversifié de près de 2 000 titres, composé de classiques, de drames, de suspenses, de documentaires et d'émissions jeunesse.

TVA Publications

UN PUBLIC PLUS LARGE ET DIVERSIFIÉ QUE JAMAIS

En 2012, TVA Publications est demeurée le numéro un de la distribution de magazines au Québec avec 69 % de parts de marché des magazines francophones vendus en kiosque et 48 % des magazines vendus au total (source : Audit Bureau of Circulation au 31 décembre 2012). Le magazine *7 Jours*, consacré à l'actualité artistique et culturelle, compte à lui seul 705 000 lecteurs par semaine. En 2012, TVA Publications a lancé un nouveau magazine pour les amoureux des plaisirs de la table et de produits régionaux. *Signé M* permet de découvrir la cuisine inventive du chef Louis-François Marcotte. Fort d'un succès instantané, *Signé M* était en rupture de stock après à peine deux semaines en kiosque !

Au cours de l'exercice 2012, les revenus de TVA Publications ont reculé de 4,6 %, à 67,4 M$, et le bénéfice d'exploitation a chuté à 4,8 M$. Ce recul est surtout attribuable à la comptabilisation de la charge relative à Éco Entreprises Québec et à une baisse des revenus en kiosque et des revenus publicitaires.

Avec 24 marques véhiculées par plus de 75 titres publiés annuellement, l'éditeur continue de multiplier ses plateformes et rejoint aujourd'hui un public large et diversifié. À eux seuls, les sites Web de TVA Publications ont cumulé plus de 40 millions de pages vues pour l'année 2012. Les réseaux sociaux ont aussi continué à jouer un rôle central dans le rayonnement des marques. Plus de 335 000 adeptes de Facebook et 42 000 abonnés sur Twitter lui ont permis de maintenir un dialogue riche et stimulant avec ses lecteurs. Quant à elle, la série *Comment survivre aux week-ends?* a atteint plus de 4,5 millions de visionnements, attestant ainsi du succès de TVA Publications dans l'univers virtuel.

L'année 2012 a aussi été marquée par l'arrivée, sur les différentes plateformes mobiles (iOS, Androïd et autres), des versions numériques intégrales de l'ensemble des éditions magazines des grandes marques. Durant l'exercice, TVA Publications a aussi développé plusieurs projets qui misaient sur la notoriété et la réputation de ses marques : la tournée *Clin d'œil Rock & Rose*, *Voyages VIP 7 Jours*, les articles scolaires Lou Luv par *Cool!*, les bijoux *Clin d'œil* pour le cancer du sein, le Studio photo *Cool!* et la boutique Rénovation-Bricolage en sont quelques exemples.

Finalement, TVA Studio a continué sa progression dans l'édition sur mesure et le prémédia, qui constituent un axe de croissance important pour Groupe TVA.

ARCHAMBAULT

Une société de Québecor Média

SECTEUR MUSIQUE

DISTRIBUTION SELECT, UN TREMPLIN POUR LES TALENTS D'ICI

Fière de la signature de 63 nouvelles étiquettes et producteurs internationaux, Distribution Select a continué de s'imposer comme premier distributeur indépendant au Canada avec 6 des 10 albums les plus vendus au Québec en 2012 et 12 du Top 50. On compte parmi ceux-ci les albums de Star Académie, d'Adele, de Paul Daraîche, de Lisa Leblanc et de Marie-Mai. Cette performance sur le plan des ventes explique sans doute pourquoi 11 des 14 certifications disque d'or et disque de platine décernées par le Canadian Recording Industry Association (CRIA) pour des œuvres francophones ont été remises à des membres de la famille de Distribution Select en 2012.

LA MUSIQUE FAIT VIBRER LE QUÉBEC

En 2012, Musicor a inscrit de nouveaux succès à son palmarès avec la certification de trois certifications or et platine soit Marie-Mai, Marie Ève Janvier & Jean-François Breau et le coffret anthologie de Mario Pelchat. Musicor Spectacles a poursuivi sur sa lancée en 2012 en produisant plus d'une douzaine de spectacles, qui ont compté pour un total de 239 représentations, dont deux productions majeures, *Le retour de nos idoles* et *Les Stars chantent Noël*. Ces dernières ont d'ailleurs fait l'objet de deux des trois captations audiovisuelles produites par Les Productions Select TV.

UNE PREMIÈRE ANNÉE D'ACTIVITÉ POUR LA PLATEFORME DE MUSIQUE EN CONTINU ZIK

Forte du nouvel appétit des consommateurs pour la musique en continu, Groupe Archambault a lancé ZIK au printemps 2012. Quelques mois à peine après son lancement, le premier service canadien de musique en continu comptait déjà plus de 7 000 abonnés. L'abonnement mensuel permet de créer des listes d'écoute et de partager ses goûts et choix musicaux avec les autres utilisateurs du service. Accessible de partout et en tout temps sur le Web ou avec un appareil mobile ou une tablette, ZIK donne un accès privilégié à des millions de chansons, dont le plus grand répertoire de musique francophone en continu.

SECTEUR DÉTAIL

DU NOUVEAU CHEZ GROUPE ARCHAMBAULT

L'année 2012 a marqué un virage important pour Groupe Archambault. Son nouveau logo, plus moderne et plus dynamique, a permis de réaffirmer le positionnement du détaillant comme vitrine de premier plan de la culture et du divertissement au Québec. Son magasin phare, situé à l'angle des rues Berri et Sainte-Catherine, à Montréal, a lui aussi bénéficié d'une cure de rajeunissement destinée à optimiser l'expérience de magasinage des clients. C'est ainsi qu'une trentaine d'écrans à affichage dynamique et la mise à disposition de liseuses et de tablettes numériques en démonstration ont contribué à créer un environnement plus branché que jamais.

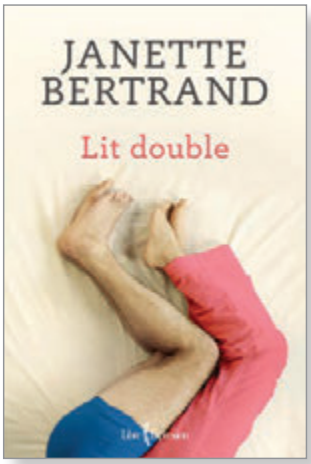
L'ANNÉE DU LIVRE

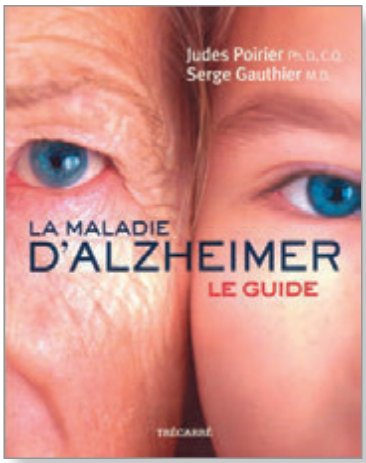
Le livre numérique a connu une croissance vigoureuse, qui a compté pour 17 % des ventes sur *archambault.ca* en 2012, un bond de 113 % comparativement à 2011. L'application Mes Livres pour iOS et Androïd, téléchargée à plus de 60 000 reprises, est devenue un joueur important dans l'industrie. Parallèlement, l'offre numérique s'est considérablement diversifiée, passant à plus de 103 000 titres, dont près de 50 000 en français.

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE COMME FER-DE-LANCE

Archambault.ca a enregistré une augmentation de 33 % de son trafic en 2012, pour un total de 13,2 millions de visites. Avec une croissance de 25 % des ventes, la popularité de la plateforme s'est nettement affirmée. Le secteur des instruments de musique a pu bénéficier d'un espace plus important et l'achat d'instruments en ligne a aussi pris de l'ampleur.

Enfin, le nouveau site mobile d'Archambault lancé en 2012 a connu un succès instantané. Il a diversifié l'accès à *archambault.ca* et permis aux clients disposant d'un téléphone intelligent de découvrir un vaste catalogue de produits et d'écouter directement divers extraits sonores, en plus de pouvoir consulter les nouveautés, les promotions et les plus récents palmarès des différentes catégories de produits.





SECTEUR LIVRES

QUAND LES ÉCRITS ALIMENTENT LES DÉBATS DE SOCIÉTÉ

L'année 2012 a été marquée par les élections au Québec, mais a surtout été une année riche en débats et en personnalités fortes. Le secteur Livres n'a pas échappé à la tendance et les ouvrages-chocs ont été nombreux. Les femmes ont su faire entendre leur voix grâce à des publications à succès comme *Des femmes au printemps*, de Djemila Benhabib (VLB éditeur), ou *Les femmes au secours de l'économie*, de Monique Jérôme-Forget (Éditions internationales Alain Stanké). Le débat fortement polarisé entre la gauche et la droite a trouvé écho dans *Comment mettre la droite K.-O. en 15 arguments* de Jean-François Lisée (Éditions internationales Alain Stanké), *L'État contre les jeunes* d'Éric Duhaime (VLB éditeur), *Notre Indépendance : 28 Québécois s'expriment* et *Le mirage François Legault* de Gilles Toupin, respectivement aux Éditions internationales Alain Stanké et VLB éditeur. Enfin, des personnalités politiques incontournables ont pu inspirer ou s'exprimer grâce à des livres comme *Dans le feu de l'action* de Jean Cournoyer (Les Éditions de l'Homme) ou encore la biographie *Robert Bourassa* de Georges-Hébert Germain (Éditions Libre Expression). Ce programme important de biographies et d'essais percutants a certainement contribué à alimenter les débats.

GROUPE LIBREX, DES MARQUES ET DES AUTEURS

Groupe Librex est depuis longtemps reconnu pour la qualité et la diversité des romans qu'il publie et l'année 2012 n'a pas fait exception. *Lit double* de l'inégalable Janette Bertrand et *La vie épicée de Charlotte Lavigne* de Nathalie Roy font partie des 25 romans qui ont ponctué l'année, confirmant le dynamisme de la maison Éditions Libre Expression. De plus, les auteurs de polars ont désormais une marque dédiée pour soutenir leur genre littéraire. Issue des Éditions Libre Expression, Expression Noire représente désormais ces auteurs spécialisés, dont la fondatrice de l'événement *Les Printemps meurtriers de Knowlton*, Johanne Seymour.

Enfin, Éditions du Trécarré a réaffirmé son expertise en matière de littérature santé en publiant deux nouveaux titres de spécialistes. *Le sommeil et vous* de Diane B. Boivin et *La douleur* de Marie-Josée Rivard et Denis Gingras s'ajoutent donc à *La maladie d'Alzheimer : le guide* de Judes Poirier et Serge Gauthier. L'Association des communicateurs scientifiques du Québec a souligné le travail des deux auteurs en leur décernant le prix Hubert-Reeves 2012, attestant ainsi de l'excellence de leur ouvrage.

ÇA BOUGE CHEZ LE GROUPE VILLE-MARIE LITTÉRATURE !

Avec plusieurs succès en librairie et une couverture médiatique importante pour le lancement de la collection *Lettres à un jeune* – dont les deux premiers titres étaient signés par Lucien Bouchard et Jérôme Ferrer – le succès de VBL éditeur ne se dément pas. Un des moments forts de l'année fut sans aucun doute le lancement du collectif *L'Orphéon*, auquel ont collaboré les cinq auteurs de talent Stéphane Dompierre, Roxanne Bouchard, Geneviève Jannelle, Patrick Senécal et Véronique Marcotte.

Aux Éditions de l'Hexagone, soulignons le retour de la poète Hélène Dorion, avec un très beau recueil intitulé *Cœurs, comme livres d'amour*, ainsi que la publication du livre-disque *Thomas Hellman chante Roland Giguère*. Dans cette œuvre, l'auteur-compositeur Thomas Hellman rend hommage à Roland Giguère, ce grand poète québécois décédé en 2003.

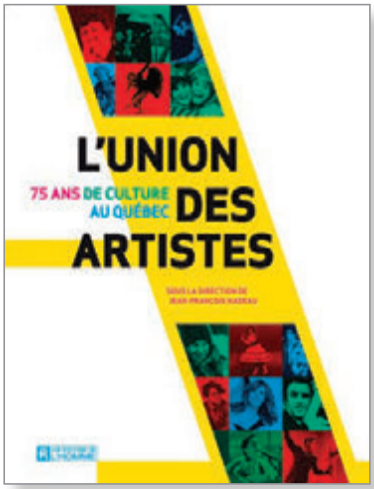
Aux Éditions de la Bagnole, un recueil de poèmes d'écoliers innus, *Mingan mon village*, illustré par le remarquable Rogé, a confirmé l'audace et le caractère unique des publications de cette maison qui s'est jointe à Le Groupe Ville-Marie Littérature en 2011.

DU NOUVEAU AU GROUPE HOMME

Aux Éditions de l'Homme, l'année 2012 s'est amorcée sous le signe du rire avec la publication de *Dure soirée* de François Morency. L'enthousiasme suscité par le livre témoigne de l'importance de l'humour au Québec, mais aussi du talent de nos humoristes, dont la preuve du succès, ici et à l'étranger, n'est plus à faire.

Les Éditions de l'Homme a aussi innové en lançant une ligne de fiction avec notamment le roman *Princesse Yennenga* de Réjean Tremblay. Véritable hommage à la culture d'ici, *L'Union des artistes – 75 ans de culture au Québec* a levé le voile sur les grandes revendications qui ont fait vibrer ses artisans.

De son côté, les Éditions Petit Homme a salué ses premières publications avec la série de romans jeunesse *Lance et Compte – Les débuts* d'Hélène Gagnon et de Réjean Tremblay, de même que la collection de documentaires *Explore, découvre, apprends*, fait partie de ses premiers pas dans l'univers jeunesse.



LES ÉDITIONS CEC, CHEF DE FILE EN ÉDITION SCOLAIRE

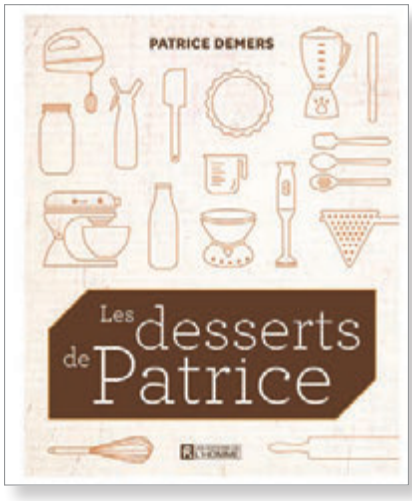
Les Éditions CEC a continué d'assurer un leadership important dans l'édition scolaire en 2012 en lançant *maZoneCEC.com*, une nouvelle plateforme Web qui permet aux enseignants et aux élèves d'accéder à plus de 188 ouvrages numérisés. En outre, 20 collections offrent des exercices interactifs supplémentaires en ligne et 19 collections proposent des activités conçues spécifiquement pour les tableaux blancs interactifs.

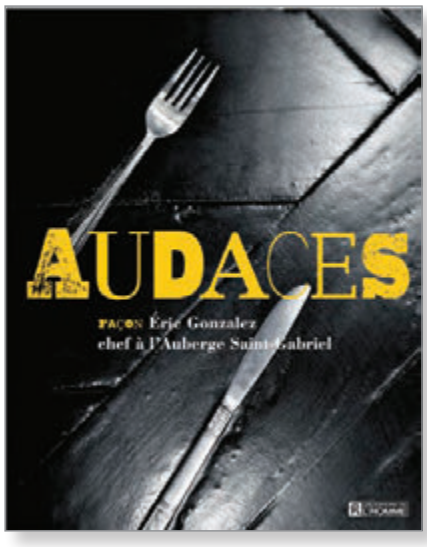
L'année 2012 marquait par ailleurs le deuxième anniversaire de l'arrivée de Les Éditions CEC dans le marché des produits parascolaires. L'entreprise n'a pas manqué de saisir l'occasion pour lancer 28 nouveaux produits, ouvrages de référence et cahiers, qui se sont ajoutés aux 28 produits publiés en 2011. Cette gamme unique de produits, axés sur la réussite scolaire, positionne clairement Les Éditions CEC comme un joueur majeur dans ce marché.

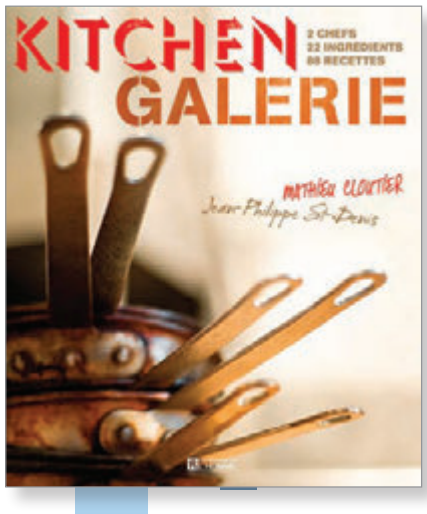
UN RÔLE DE PREMIER PLAN EN DISTRIBUTION POUR MESSAGERIES A.D.P.

Messageries A.D.P., premier diffuseur et distributeur de livres francophones au Canada, a vu de nouveaux éditeurs joindre ses rangs en 2012 : Éditions Gründ et les Livres du Dragon d'Or, deux maisons françaises qui offrent des ouvrages illustrés de qualité pour enfants et adultes, et la québécoise Éditions Pratico-Pratiques, qui se spécialise dans la production de contenu pratique, inspirant et près des intérêts de ses lecteurs.

De son côté, A.D.P. numérique a continué d'offrir avec succès ses services de soutien aux éditeurs dans leurs projets d'édition numérique. Les titres de trois nouveaux éditeurs, soit Michel Quintin, Perro et Marcel Broquet, sont ainsi venues s'ajouter au catalogue de près de 6 000 titres numériques offerts sur la plateforme de l'entreprise.

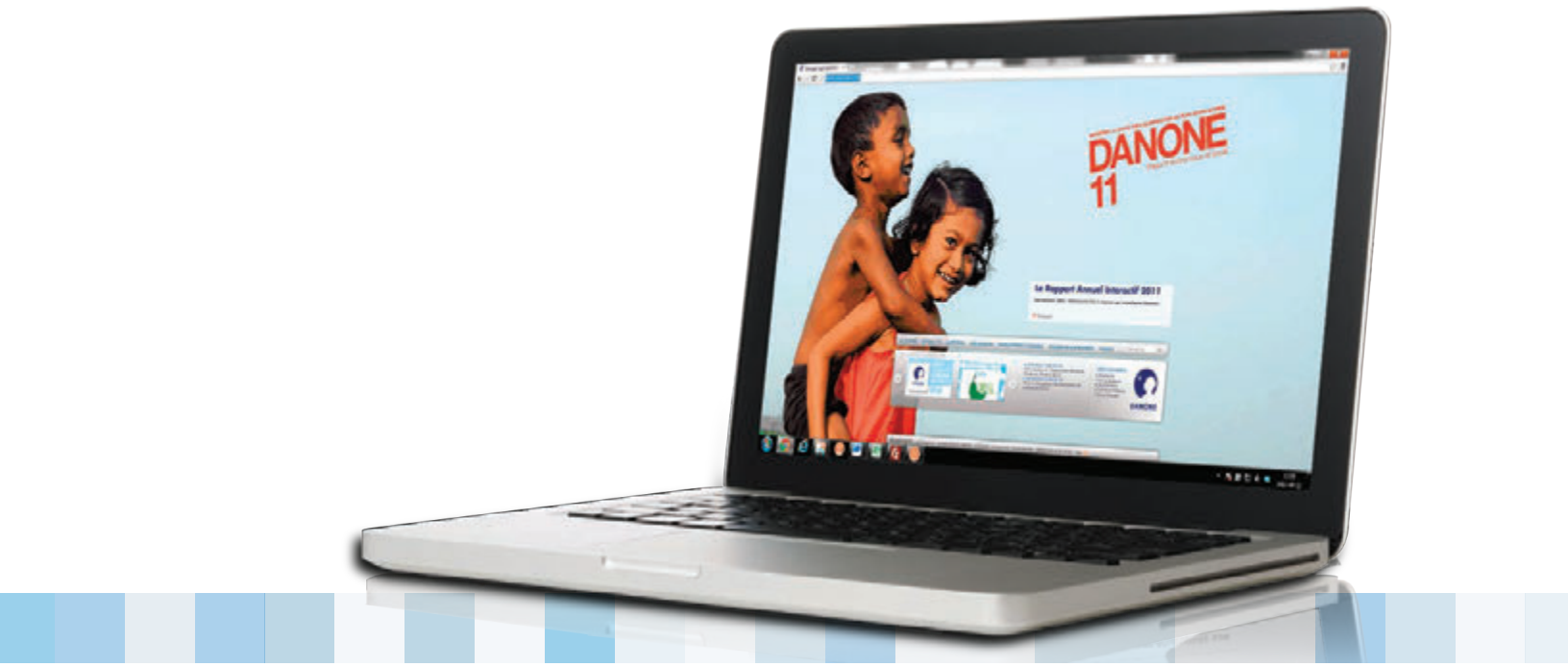






DES AUTEURS PRIMÉS

AUTEUR	ŒUVRE	DISTINCTION
Ryad Assani-Razaki	*La main d'Iman*	Finaliste du prix France-Québec Finaliste du prix du Gouverneur général
Thierry Leuzy	*Thure*	Lauréat du prix Jovette-Bernier 2012 Finaliste du Prix Senghor du premier roman francophone
Hélène Dorion	*Cœurs, comme livres d'amour*	Finaliste du prix du Gouverneur général
Djemila Benhabib	*Ma vie à contre Coran* *Les soldats d'Allah à l'assaut de l'Occident*	Lauréate du Prix international de la laïcité 2012
Judy Quinn	*Hunter s'est laissé couler*	Finaliste du Grand Prix littéraire Archambault 2012



nurun
Une société de Québecor Média

En 2012, Nurun a connu une croissance de 20 %, avec des revenus de 145,5 M$ et une rentabilité en hausse. Elle a également atteint un excellent équilibre entre le conseil en stratégie numérique et l'innovation technologique.

UNE FORTE CROISSANCE EN AMÉRIQUE DU NORD

Durant l'exercice 2012, la majorité de la croissance a été générée en Amérique du Nord, où la société a connu une augmentation marquée de ses activités. Le bureau de Québec, notamment, a connu sa plus forte progression depuis sa création en 1985, avec une croissance de 23 %. À Montréal, les activités liées au développement de Québecor Média ont amené Nurun à lancer de nouvelles applications numériques pour *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec*, ainsi que pour ses 216 hebdomadaires au Canada. Nurun est particulièrement fière du succès de la fonction verrou d'accès payant qu'elle a développée pour les journaux numériques de Québecor Média. L'exercice 2012 a aussi été marqué par des réalisations pour le compte de plusieurs autres clients, dont Le Groupe Jean Coutu (PJC) inc., qui a confié à Nurun l'ensemble de ses activités numériques.

Du côté des États-Unis, le bureau de San Francisco a consolidé sa position en resserrant ses liens avec Sony. C'est en effet à Nurun que la multinationale japonaise a confié la mission de repenser sa présence mondiale sur les supports numériques. À Atlanta, Nurun s'est aussi rapprochée de GE, l'un de ses principaux clients. Au bureau de Toronto, spécialisé notamment dans les sites Web complexes de commerce électronique, Nurun s'est vue confier un mandat par Walmart qui souhaitait réviser son offre électronique au Canada.

DES GAINS MAJEURS EN EUROPE

En Europe, Nurun a bien tiré son épingle du jeu malgré un climat économique difficile. Bien que plus faible qu'en Amérique du Nord, le chiffre d'affaires de l'entreprise y a progressé, ce qui s'explique sans doute par le gain du compte Adidas à l'échelle européenne et par les mandats confiés par Sky Italia en Italie, ING en Espagne et par la SNCF et le groupe EDF en France.

En Chine, Nurun a consolidé sa position malgré une forte concurrence, grâce à la fidélité de clients de longue date : L'Oréal Paris, Pernod-Ricard et Danone. Un autre gage de la réussite de Nurun : le taux de rétention du personnel est en hausse, un véritable exploit dans ce pays réputé pour l'extrême volatilité de la main-d'œuvre.

Enfin, l'année a été marquée par les activités de Nurun Lab, une division créée en 2011 pour observer l'évolution très rapide du marché du numérique et ainsi permettre à Nurun de poursuivre sur la voie de l'innovation. Plusieurs projets ont été lancés à Montréal, à San Francisco, à Atlanta et à Paris.

L'événement *Roulons pour la recherche sur le diabète* de la FRDJ a suscité une grande participation de nos employés à Montréal et à Québec.

ENGAGEMENT SOCIAL

NOS EMPLOYÉS

La convergence, tant des plateformes et des contenus que des ventes et des ressources, définit désormais l'écosystème de Québecor. Ainsi constituée, l'entreprise affirme plus que jamais l'importance cruciale de la relation mutuelle de confiance qui unit les gestionnaires, les employés et la clientèle. Ce souci est partagé par l'ensemble des filiales et s'est notamment reflété dans leur dynamisme en matière de gestion des ressources humaines en 2012.

DES INITIATIVES COURONNÉES DE SUCCÈS

À titre d'exemple, Vidéotron a continué à se démarquer et ses efforts soutenus pour l'amélioration de la vie quotidienne de ses employés et de ses façons de faire ont porté leurs fruits. En effet, l'entreprise figure désormais au plus récent palmarès des 20 Employeurs de choix au Québec, selon une étude réalisée par la firme Aon Hewitt.

Pour toutes les entreprises de Québecor, la mobilisation du personnel passe par une saine gestion des ressources humaines et un réel souci du bien-être des employés. S'il nous est permis d'évoquer encore une fois la situation de Vidéotron, on remarque que le Service excellence a profité de 2012 pour mettre en place un processus d'amélioration continue qui a permis à ses ressources d'être toujours plus efficaces, en éliminant les irritants découlant de procédures trop complexes ou inutiles. Ce processus est solidement implanté et fait maintenant partie intégrante du modèle de gestion de l'entreprise.

Dans un autre ordre d'idées, l'ensemble des assurances collectives de Québecor Média a été transféré en cours d'année chez Desjardins Sécurité financière. Ce nouveau partenariat avec une entreprise d'ici a permis d'offrir à l'ensemble des employés de meilleurs services et des avantages sociaux plus attrayants et favorisant la rétention d'une main-d'œuvre qualifiée.

UNE FORMATION RIGOUREUSE AU SERVICE DE LA PERFORMANCE

Québecor croit fermement que le talent et la compétence de ses employés sont des atouts de taille. La volonté de développer leurs compétences au maximum occupe donc une place centrale dans la stratégie de l'entreprise. Le Campus, institut interne de formation mis sur pied en 2009 par Québecor et que près de 400 personnes ont fréquenté en 2012, demeure à ce titre un formidable outil pour les effectifs de tous les groupes de l'entreprise. L'année a aussi vu la création de Campus Mobile, qui permet dorénavant aux formateurs de se déplacer de façon ciblée. Chacun des groupes, que ce soit Jobboom, Vidéotron Service affaires, les journaux régionaux ou le Bureau de ventes nationales, a pu profiter d'un contenu plus spécialisé et d'une approche mieux adaptée à ses besoins particuliers.

Nurun a, quant à elle, choisi de faire de l'ethnographie l'un des vecteurs principaux de l'innovation numérique. Dans cette optique, l'entreprise a donc lancé l'automne dernier des recherches expérimentales dans ce domaine. Un service a ensuite été créé au sein de Nurun Lab à Montréal pour renforcer l'expertise acquise avec des anthropologues de formation. Depuis, l'approche est en cours d'implantation à travers le réseau. Nurun a aussi mis sur pied une tournée de formation à l'intention de l'ensemble de ses bureaux, centrée sur la compréhension des comportements consommateurs sur le Web, la « netnographie ». L'agence internationale de marketing interactif, qui a embauché plus de 400 personnes en 2012, connaît un formidable essor et a placé la formation de ses employés au centre de sa stratégie d'affaires.

Deux cents employés ont participé au *Granfondo Garneau-Cascades* présenté par Québecor le 12 août 2012.

LA RELÈVE À L'AVANT-PLAN

Québecor se fait depuis longtemps un point d'honneur de privilégier les ressources internes plutôt que le recrutement à l'externe. Cette approche permet à l'entreprise de continuer à bénéficier des compétences particulières de ses employés et lui assure le maintien d'un fort avantage concurrentiel. La planification et la gestion de la relève revêtent donc une importance cruciale. À cet égard, Québecor a mis sur pied, en collaboration avec les présidents des filiales concernées, une initiative de développement ciblant les éléments les plus prometteurs de sa relève. Plus qu'un simple rapport, le plan de relève élaboré est devenu un outil de gestion hautement efficace. Plusieurs postes d'importance au sein de l'entreprise ont été comblés au cours de l'exercice 2012 par des membres de cette relève ciblée.

UNE RESTRUCTURATION BÉNÉFIQUE

Un autre exemple du précieux apport des ressources humaines dans la marche de l'entreprise se trouve du côté de Corporation Sun Media. Ainsi, dans la foulée de la révision et de l'actualisation des sites Web des journaux urbains anglophones de l'entreprise, ce fut au tour de l'ensemble des sites de journaux de subir une transformation en profondeur en 2012 avec le lancement de versions améliorées de leurs sites Web. Les compétences développées à l'interne et l'apport de nouveaux talents dans le cadre de cette initiative d'envergure ont permis à Corporation Sun Media de faire la démonstration de sa capacité à évoluer dans un environnement caractérisé par l'omniprésence des nouvelles technologies, tout en conservant son expertise et son savoir-faire dans le secteur des médias traditionnels.

C'est une immense fierté pour Québecor que de pouvoir compter sur de nombreuses femmes de qualité au sein de son conseil et de sa haute direction.

© Patrice Ouimet

Plantation protocolaire de Jour de la Terre Québec et de ses partenaires à l'occasion du Jour de la Terre, le 22 avril 2012.

QUÉBECOR ET L'ENVIRONNEMENT

Québecor a continué de multiplier les initiatives pour réduire l'impact écologique de ses produits et services. Bien que ses secteurs d'activité n'aient généralement qu'une incidence relativement limitée sur l'environnement, contrairement à plusieurs autres types d'industries, la taille de l'entreprise lui donne une force considérable. Québecor demeure donc convaincue de l'importance des gestes posés et de l'impact à long terme de son engagement.

PROTÉGER L'ENVIRONNEMENT

Depuis maintenant trois ans, Québecor mesure chaque année sa consommation de combustible et d'électricité, en plus de calculer ses émissions de gaz à effet de serre. Les résultats ont à nouveau été communiqués cette année au *Carbon Disclosure Project*. De plus, l'entreprise a maintenu ses efforts pour réduire l'impact de ses parcs de véhicules. Chez Vidéotron, l'installation de systèmes électriques hybrides sur une partie de son parc automobile ainsi que des campagnes de sensibilisation des employés à l'écoconduite ont permis de réduire ses émissions de CO_2 de près de 17,5 % en 2012.

Québecor a fait d'importants efforts pour réduire le volume de déchets destinés aux sites d'enfouissement. Les initiatives de recyclage multimatière et de récupération des ordinateurs se sont multipliées. Vidéotron a aussi développé un modèle de gestion plus responsable des matières résiduelles provenant de la construction et de l'entretien de son réseau. Mieux encore, l'ensemble de ces démarches a été réalisé en privilégiant le recours à des entreprises d'insertion sociale sans but lucratif, comme Insertech Angus, AFFI-Informatique et le SIT.

© Henri Michaud

Reverdissement d'un secteur du parc Angrignon par le quotidien *24 heures* en collaboration avec la Société de transport de Montréal.

L'un des principes fondateurs de la stratégie environnementale de Québecor demeure l'utilisation responsable des ressources naturelles. Dans cet esprit, Imprimerie Québecor Média a obtenu, en 2012, la certification de chaîne de traçabilité du Forest Stewardship Council (FSC). La version papier de l'*Annuaire Vidéotron* a également été remplacée par les plateformes Web et mobile de *Vidéotron trouve-tout*.

Pour sa part, Québecor, avec l'aide de l'organisme environnemental sans but lucratif Canopée et de ses fournisseurs, s'est impliquée pour faire évoluer la gestion des ressources dans son industrie et y développer une approche basée davantage sur le développement durable. Le travail réalisé a d'ailleurs contribué à la mise en œuvre des politiques d'approvisionnement responsable de TVA Publications et du secteur Livres. Rappelons que ce dernier imprimait depuis plusieurs années déjà ses livres en noir et blanc sur du papier entièrement recyclé postconsommation. En 2012 seulement, cette initiative a permis de préserver 11 106 arbres, soit l'équivalent de la superficie de 81 patinoires de hockey. Depuis plus d'un an, l'impression des magazines de TVA Publications est faite à plus de 90 % sur du papier certifié FSC, contribuant ainsi à assurer la pérennité de la forêt boréale au Québec et au Canada.

UN PARTENARIAT CONCLUANT AVEC JOUR DE LA TERRE QUÉBEC

Québecor a profité de 2012 pour renouveler son fructueux partenariat avec Jour de la Terre Québec pour une sixième année consécutive. Cette collaboration s'ajoute à plusieurs projets et initiatives de l'entreprise et de ses filiales.

Québecor, en partenariat avec Jour de la Terre Québec, a mis en place *Allo la Terre*, son propre programme de récupération de téléphones sans fil. Cette initiative, mise sur pied en 2008, s'est arrimée à la réglementation sur la récupération et la valorisation de produits par les entreprises du gouvernement du Québec en 2012 et a permis la récupération de 8 879 appareils. Depuis le lancement du programme, près de 87 500 sans-fils ont été récupérés, avec un taux de réutilisation enviable de 24 %. De plus, Québecor assume les frais environnementaux découlant des nouvelles obligations de recyclage pour la vaste majorité des produits offerts dans ses magasins.

© Patrice Ouimet

Caroline Rodrigue de Saint-Basile-le-Grand, gagnante du prix Porteur d'espoir 2012.

Groupe Archambault est également fière de soutenir Jour de la Terre Québec en remettant le montant perçu pour l'achat de sacs à usage unique et de sacs réutilisables en magasin. En 2012, le détaillant a ainsi remis près de 19 000 $ à l'organisme, une somme qui permettra de financer un nouveau projet spécial en 2013.

En 2012, le titre « Porteur d'espoir » a été décerné à la Grandbasiloise Caroline Rodrigue, choisie parmi plus d'une cinquantaine de candidats. Le jury du programme de reconnaissance soutenu par Québecor depuis six ans a souligné par sa nomination toute l'étendue de son engagement. Fondatrice du programme *Action pour un environnement sain*, chroniqueuse sur l'environnement à la télévision et conférencière dans les écoles, la jeune femme promeut la protection de l'environnement depuis son plus jeune âge.

MISER SUR LA SENSIBILISATION

Toutes les filiales de Québecor sont depuis longtemps mises à contribution afin de sensibiliser la population à la cause environnementale. En 2012, l'entreprise s'est encore une fois appliquée à changer les habitudes de ses clients, de ses collaborateurs et du grand public. Le quotidien *24 heures*, en collaboration avec la STM, a notamment participé au reverdissement d'un secteur complet du parc Angrignon. Plus de 850 tonnes de papier, recueillies en 2011 grâce au recyclage de journaux par la clientèle du métro, ont été transformées symboliquement en 1 700 végétaux, contribuant ainsi à restaurer la biodiversité du parc. La plantation a été coordonnée par Héritage Laurentien, un organisme à but non lucratif partenaire du Réseau des grands parcs ayant pour mission de protéger et de mettre en valeur les milieux naturels de la vallée du Saint-Laurent. Enfin, Vidéotron a partagé des conseils techno-écologiques hebdomadaires sur ses médias sociaux.

Collecte de fonds organisée par le *Toronto Sun* au profit de l'organisme Sheena's Place.

PARTENAIRE DE LA COMMUNAUTÉ

Toute l'année, Québecor soutient des organismes de la culture, de l'action communautaire, de l'éducation, de l'aide à la jeunesse, de la santé et du développement durable. Ce faisant, elle perpétue la mémoire de son fondateur, qui estimait qu'une entreprise a le devoir de redonner à la communauté qui lui permet de grandir. En 2012, la contribution totale de Québecor s'est élevée à une valeur de plus de 36,7 M$ distribuée auprès de plus de 375 organismes. Voici quelques exemples d'initiatives qui ont été soutenues.

NOËL DANS LA COMMUNAUTÉ

Vidéotron a conclu une entente de partenariat de deux ans avec Opération Nez rouge de Montréal. L'organisme, créé par et pour les Québécois, offre un service de raccompagnement accessible et confidentiel et valorise l'adoption de comportements responsables face à la conduite avec facultés affaiblies depuis bientôt 30 ans. Vidéotron a fourni les téléphones mobiles destinés à assurer les communications entre les divers intervenants de la campagne 2012. Ce partenariat a contribué à perpétuer l'engagement de Vidéotron envers la population montréalaise, tout en lui permettant de soutenir une cause lui tenant particulièrement à cœur.

Le *ATCO Edmonton Sun Christmas Charity Auction* a permis, quant à lui, d'amasser plus de 200 000 $ en 2012, portant la somme récoltée au fil des ans à plus 1,8 M$. Les fonds recueillis lors de cette neuvième édition de l'encan ont été divisés à nouveau entre les quatre partenaires caritatifs du quotidien : le United Way of the Capital Region, la fondation Stollery Children's Hospital, le Christmas Bureau of Edmonton et les services sociaux catholiques Sign of Hope. Chacun de ces organismes joue un rôle primordial de soutien auprès d'un grand nombre des personnes parmi les plus défavorisées de la ville d'Edmonton. Au total, des centaines de compagnies et des milliers de lecteurs du *Edmonton Sun* ont contribué à cette généreuse initiative.

Dans le ventre du dragon, de Yves Simoneau, un des 150 films restaurés et numérisés en HD par *Éléphant : mémoire du cinéma québécois*.

FAVORISER L'ALPHABÉTISATION

La Fondation pour l'alphabétisation a choisi, il y a 13 ans déjà, d'intervenir à la source même du problème de l'analphabétisme en mettant en place le projet *La lecture en cadeau*, une mesure concrète rejoignant les sujets les plus à risque, les enfants de moins de 12 ans. En 2012 encore, Groupe Archambault a fait partie des librairies participantes à cet inspirant projet. Depuis le début de l'initiative en 1999, le libraire a récolté des milliers de livres neufs qui ont permis de transmettre la magie de la lecture à des enfants provenant de milieux défavorisés.

UN SOUTIEN AUX VICTIMES DE TROUBLES ALIMENTAIRES

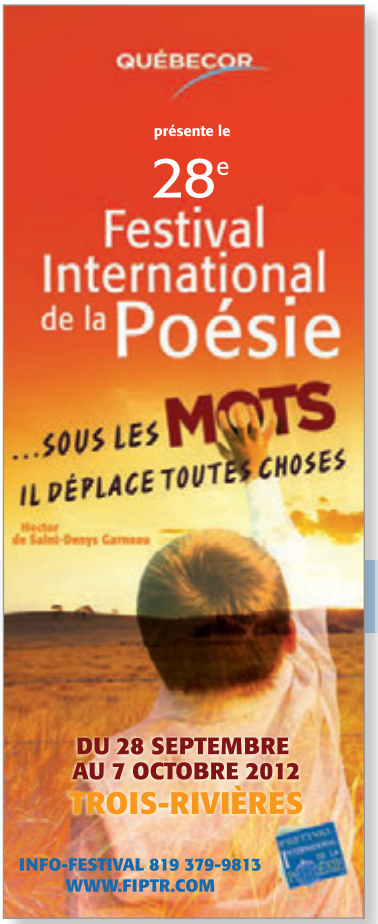
Chaque année, le *Toronto Sun* organise un tournoi de golf pour amasser des fonds pour Sheena's Place. Cet organisme caritatif, en partie fondé par une ancienne employée dont la fille avait fait face très jeune à des troubles alimentaires, vient en aide aux personnes aux prises avec ce fléau. Au cours des 15 dernières années, le *Toronto Sun* a permis de recueillir plus de 400 000 $ pour l'organisme, lui permettant ainsi de continuer à offrir un soutien précieux à une clientèle très fragile.

UN APPUI SOUTENU AU MILIEU CULTUREL

Les médias imprimés, électroniques et Internet de Québecor ont réaffirmé leur engagement envers les nouveaux talents et les événements régionaux. Les partenariats avec le Festival de musique émergente d'Abitibi-Témiscamingue, le Festival de Cinéma de la Ville de Québec et le Festival International de la Poésie de Trois-Rivières n'en sont que quelques exemples. À nouveau, Québecor et l'ensemble de ses filiales ont contribué au succès de nombreux organismes et événements culturels en assurant leur promotion et celle de leurs artistes invités.

Ces investissements attestent de la complicité qui existe entre l'entreprise et les organismes culturels partout au Québec et au Canada.

Le soutien de Québecor à la culture s'exprime aussi toute l'année grâce à *Éléphant : mémoire du cinéma québécois*, qui permet à l'ensemble des longs métrages québécois d'être numérisés et rendus accessibles. Depuis son lancement en 2008, plus de 150 films de fiction ont déjà été restaurés et numérisés en HD. Plus de 150 films qui revivent et peuvent aujourd'hui toucher de nouvelles générations en tout temps, 24 heures par jour, 7 jours par semaine, sur illico sur demande. Des œuvres dont plusieurs se trouvaient dans un état de conservation si précaire qu'elles ne pouvaient plus être projetées. Sans *Éléphant : mémoire du cinéma québécois*, un pan de notre patrimoine cinématographique serait disparu à jamais.



Festi Jazz international de Rimouski

Le fondeur québécois et champion du monde au sprint par équipe 2011, Alex Harvey

LE SKI DE FOND À L'ANNÉE

Québecor est également venue en aide aux jeunes athlètes du Centre national d'entraînement Pierre-Harvey, situé à Saint-Ferréol-les-Neiges, en soutenant la construction d'une piste de ski de fond toute saison.

Asphaltée sur une distance de 4,9 kilomètres, cette piste permettra désormais aux fondeurs québécois de poursuivre leur entraînement chez eux, même durant l'été. En effet, les athlètes passent aujourd'hui plus de temps à s'entraîner en ski à roulettes que sur la neige. Au Québec, il était devenu interdit de circuler en ski à roulettes sur les routes. Si cette piste n'avait pas vu le jour, les athlètes auraient été forcés de s'exiler à l'extérieur du Québec pour s'entraîner adéquatement. La piste, qui sera inaugurée en 2013, fera donc le bonheur des athlètes québécois à l'aube des Jeux Olympiques d'hiver de Sotchi, en Russie, mais également celui de tous les adeptes de ski de fond, de marche et de cyclisme puisqu'elle sera ouverte au public.

Avec cet engagement, Québecor contribue aussi aux prochains succès du fondeur Alex Harvey, un athlète québécois qu'elle est fière de soutenir à titre de commanditaire officiel depuis 2011. Ce faisant, l'entreprise rappelle sa volonté de soutenir le talent d'ici et d'encourager le dépassement de soi et la réussite. Selon Alex Harvey, le geste de Québecor a été déterminant dans sa carrière : il peut désormais se concentrer sur son sport à 100 %.

CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR INC.*

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Françoise Bertrand [2, 3]
Présidente du conseil, Québecor inc., et présidente-directrice générale, Fédération des chambres de commerce du Québec

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

Sylvie Lalande [3]
Administratrice de sociétés

Pierre Laurin [1, 2, 3]
Président du conseil, Atrium Innovations inc.

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

Geneviève Marcon
Présidente, GM Développement inc.

Le très honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL.D.
Associé principal, Norton Rose Canada S.E.N.C.R.L., s.r.l. et vice-président du conseil, Québecor inc.

Pierre Karl Péladeau
Vice-président du conseil, Québecor inc., et président du conseil, 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 Karl Péladeau
Vice-président du conseil

Robert Dépatie
Président et chef de la direction

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

Denis Sabourin
Vice-président et contrôleur corporatif

Claudine Tremblay
Vice-présidente et secrétaire

Chloé Poirier
Trésorier

Dominique Fortin
Secrétaire adjoint

1 Membre du comité d'audit
2 Membre du comité de rémunération
3 Membre du comité de régie d'entreprise et de mise en candidature
* En date du 8 mai 2013

CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR MÉDIA INC.*

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Françoise Bertrand [2]
Présidente du conseil, Québecor inc., et présidente-directrice générale, Fédération des chambres de commerce du Québec

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

Sylvie Lalande
Administratrice de sociétés

Pierre Laurin [1, 2]
Président du conseil, Atrium Innovations inc.

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

Geneviève Marcon
Présidente, GM Développement inc.

Le très honorable Brian Mulroney, C.P., C.C., LL.D.
Associé principal, Norton Rose Canada S.E.N.C.R.L., s.r.l. et vice-président du conseil, Québecor inc.

Pierre Karl Péladeau [3]
Vice-président du conseil, Québecor inc., et président du conseil, Québecor Média inc.

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

1 Membre du comité d'audit
2 Membre du comité de rémunération
3 Membre du comité exécutif
* En date du 8 mai 2013

DIRIGEANTS

Pierre Karl Péladeau
Président du conseil

Robert Dépatie
Président et chef de la direction

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

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

France Lauzière
Vice-présidente principale, Contenu QMI

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

Édith Perreault
Vice-présidente exécutive, Ventes nationales

Sylvain Bergeron
Vice-président, Fiscalité

Sylvie Cordeau
Vice-présidente, Communications

Guy Desrochers
Vice-président, Audit interne

Isabelle Leclerc
Vice-présidente, Ressources humaines

André Maynard
Vice-président, Opportunités d'affaires

Denis Sabourin
Vice-président et contrôleur corporatif

Claudine Tremblay
Vice-présidente et secrétaire

Martin Tremblay
Vice-président, Affaires publiques

Chloé Poirier
Trésorier

Dominique Fortin
Secrétaire adjoint

RESPONSABLES DES SECTEURS D'ACTIVITÉ

Robert Dépatie
Président et chef de la direction, Corporation Sun Media

Manon Brouillette
Présidente et chef de l'exploitation, Vidéotron ltée

Pierre Dion
Président et chef de la direction, Groupe TVA inc., et président, TVA Publications inc.

Pierre Marchand
Président, secteur Musique, Groupe Archambault inc.

Donald Lizotte
Président, Le SuperClub Vidéotron ltée, et président, secteur Détail, Groupe Archambault inc.

Céline Massicotte
Présidente et chef des opérations, Groupe Sogides inc.

Christian Jetté
Président-directeur général, Les Éditions CEC inc.

Jacques-Hervé Roubert
Président et chef de la direction, Nurun inc.