

QUÉBECOR

CONVERGENCE
CULTURE
ENVIRONNEMENT
INNOVATION

Rapport d'activité

DEUX
MILLE
DIX
NEUF

2019

Table des matières

3	2019 EN BREF
6	FAITS SAILLANTS
9	MESSAGE AUX ACTIONNAIRES
12	TÉLÉCOMS
26	MÉDIA
52	SPORTS ET DIVERTISSEMENT
60	RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE
78	CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR INC.
79	CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉ DE DIRECTION DE QUÉBECOR MÉDIA INC.

2019 en bref

4,29 G\$

REVENUS DE QUÉBECOR
POUR L'EXERCICE 2019,
EN HAUSSE DE 2,7 %
PAR RAPPORT À L'EXERCICE 2018.

+13 %

FLUX DE TRÉSORERIE
D'EXPLOITATION PAR
RAPPORT À 2018.

1,88 G\$

BAIIA AJUSTÉ, EN HAUSSE
DE 5,8 % PAR RAPPORT
À L'EXERCICE 2018.

CLUB ILLICO

Près de 460 000 abonnés et plus de
500 000 visionnements depuis son lancement.

Vidéotron a lancé son **RÉSEAU MOBILE À RIMOUSKI**
en février 2020 et s'implantera en **ABITIBI-TÉMISCAMINGUE**
au cours des prochains mois.

HELIX

a fait son entrée dans les foyers québécois en
août 2019 et compte déjà plus de 190 000 unités
génératrices de revenus. *En date du 12 mars 2020.

+176 700 LIGNES MOBILES

La plus forte augmentation annuelle
depuis le lancement du réseau mobile
de Vidéotron, en 2019.

Vidéotron a acheté **10 BLOCS DE BASSES FRÉQUENCES DANS LA BANDE DE 600 MHz**

pour 256 M\$, lors de la plus récente
enchère de spectre mobile commercial
d'ISDE Canada.

Partenariat avec Samsung Electronics
pour le déploiement des
RÉSEAUX D'ACCÈS LTE-A ET 5G
de Vidéotron.

FIZZ a reçu, en mai 2019, le prestigieux prix
DISRUPTIVE INNOVATION remis
par l'association internationale TM Forum, qui
récompense l'entreprise illustrant le mieux
l'évolution numérique dans l'industrie des
télécommunications à l'échelle mondiale.

LES CHÂÎNES SPÉCIALISÉES

DE GROUPE TVA SONT LES PLUS
REGARDÉES AU QUÉBEC,
AVEC LCN EN TÊTE!

RÉVOLUTION, nommé
Format de l'année par le réputé
magazine *Playback*.

LA FAILLE, une production
originale lancée sur Club illico en
décembre 2019, a enregistré un record
de visionnements pour un premier
week-end de diffusion.

**LES JOURNAUX
DE QUÉBECOR**
REJOIGNENT CHAQUE SEMAINE
**PLUS DE QUATRE MILLIONS
DE LECTEURS** SUR LEURS
DIFFÉRENTES PLATEFORMES.

VIDÉOTRON NOMMÉE PARMI **LES MEILLEURS EMPLOYEURS À MONTRÉAL**

SELON MEDIACORP CANADA.

Le Réseau TVA, toujours n° 1,
avec 23,7% de parts de marché et
une moyenne d'écoute en direct de 90%!

TVA SPORTS DIRECT

Nouvelle plateforme de diffusion
en continu pour les amateurs de sport,
lancée en mars 2019.

81 PRODUCTIONS ORIGINALES

CRÉÉES EN COLLABORATION AVEC
QUÉBECOR CONTENU EN 2019.

LE FONDS MELS

a remis une valeur totale de
1M\$ à sept réalisateurs et
producteurs québécois de longs
métrages de type documentaire
ou fiction à petit budget.

BUREAU D'ENQUÊTE

+200 dossiers et textes de nouvelles produits en 2019 pour les médias de Québecor qui ont révélé au grand jour une multitude de sujets d'intérêt public.

QUB RADIO

+9 M d'extraits audio écoutés et 8,7 M de baladodiffusions téléchargées depuis son lancement.

TVA PUBLICATIONS

UNE CROISSANCE MARQUÉE
DE 7 % DU LECTORAT
MULTIPLATEFORME
DES MAGAZINES.

Classé au 92^e rang des amphithéâtres à l'échelle mondiale en fonction des recettes générées par la présentation de spectacles selon Pollstar, le Centre Vidéotron a accueilli

**97 ÉVÉNEMENTS CULTURELS
ET SPORTIFS** en 2019, une hausse de

6,6 % par rapport à 2018.

N°1 au Québec,
**LE MAGAZINE 7 JOURS A CÉLÉBRÉ
SON 30^e ANNIVERSAIRE**

en septembre 2019.

Les maisons d'édition de Québecor ont publié
**7 DES 20 ROMANS QUÉBÉCOIS
LES PLUS VENDUS EN 2019.**

Anna et l'enfant-vieillard, publié chez Libre Expression, s'est classé en première position de ce palmarès.

Acquisition par Québecor d'une participation minoritaire de l'ensemble des actifs de **MULTICOLORE**, en décembre 2019.

Les chansons de deux artistes des maisons de disques de Québecor, Alex Nevsky et 2Frères,

ont été **LES CHANSONS
FRANCOPHONES LES PLUS
JOUÉES À LA RADIO EN 2019**,

selon le Top 100 BDS et le Top 100 Correspondants respectivement!

100 % ÉLECTRIQUE

Lancement, en janvier 2020, du plan d'action de Québecor visant à accélérer l'électrification de son parc de véhicules.

Québecor a remis une valeur de plus de
**45 M\$ EN DONNS ET COMMANDITES
À 500 ORGANISMES**

partout au Québec.

Croissance de près de 60 % du
**CATALOGUE EN FLUX CONTINU
DE MUSICOR** entraînant une hausse des
revenus de 37 % dans ce marché, en 2019.

FAITS SAILLANTS

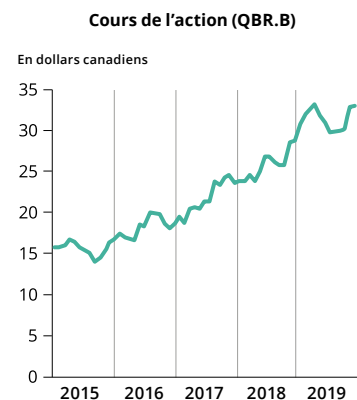
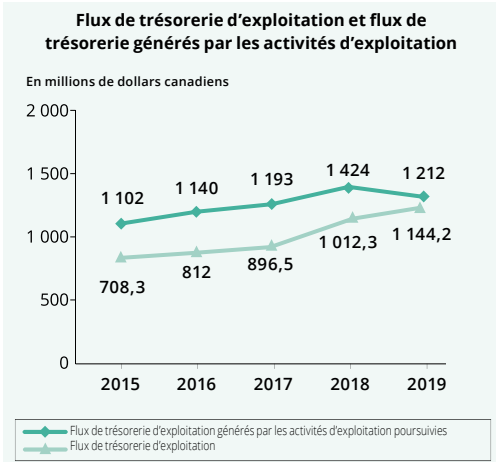
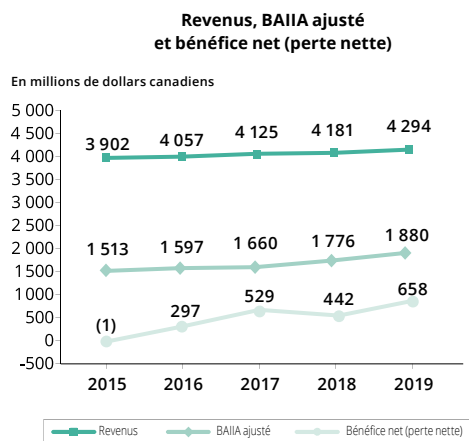
EXERCICES TERMINÉS LES 31 DÉCEMBRE 2019, 2018 ET 2017

(en millions de dollars canadiens, sauf pour les montants relatifs aux données par action)

	2019	2018 ²	2017 ²
EXPLOITATION			
Revenus	4 293,8 \$	4 181,0 \$	4 125,1 \$
BAlIA ajusté ¹	1 879,5	1 776,3	1 659,5
Flux de trésorerie d'exploitation ¹	1 144,2	1 012,3	896,5
Contribution au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies ¹	581,0	469,8	348,2
Perte sur évaluation et conversion des instruments financiers	(6,1)	(61,4)	(195,6)
Éléments inhabituels	(19,6)	(8,2)	223,3
Activités abandonnées	97,5	3,5	14,8
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	652,8	403,7	390,7
Flux de trésorerie générés par les activités d'exploitation poursuivies			
	1 211,8	1 424,0	1 193,4
DONNÉES DE BASE PAR ACTION			
Contribution au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies ¹	2,27 \$	1,96 \$	1,44 \$
Perte sur évaluation et conversion des instruments financiers	(0,02)	(0,26)	(0,81)
Éléments inhabituels	(0,08)	(0,03)	0,92
Activités abandonnées	0,38	0,02	0,06
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	2,55	1,69	1,61
Dividendes			
	0,39	0,19	0,10
Capitaux propres attribuables aux actionnaires			
	3,84	1,87	3,62
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en millions)			
	255,6	239,3	241,8
Nombre d'actions en circulation (en millions)			
	254,6	257,1	238,2
SITUATION FINANCIÈRE			
Dette à long terme	5 957,5 \$	6 428,2 \$	5 536,6 \$
Obligations locatives	137,9	144,4	167,9
Débitures convertibles, y compris les dérivés incorporés	165,8	155,2	892,2
Capitaux propres	1 072,1	568,5	1 397,0
Total de l'actif	9 725,9	9 657,5	10 108,7
EMPLOYÉS			
	10 000	10 000	10 100

¹ Voir définitions de « BAlIA ajusté », « Bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies » et « Flux de trésorerie d'exploitation » aux pages suivantes.

² Les données comparatives ont été retraitées afin de refléter l'adoption de l'IFRS 16, *Contrats de location*.



DÉFINITIONS

BAIIA AJUSTÉ

Dans son analyse des résultats d'exploitation, la Société définit le BAIIA ajusté, tel que concilié avec le bénéfice net conformément aux IFRS, comme le bénéfice net avant l'amortissement, les frais financiers, la perte sur évaluation et conversion des instruments financiers, la restructuration des activités d'exploitation, litiges et autres éléments, les impôts sur le bénéfice et le bénéfice lié aux activités abandonnées. Le BAIIA ajusté, tel que décrit ci-dessus, n'est pas une mesure des résultats définie conformément aux IFRS. Ce n'est pas non plus une mesure destinée à remplacer d'autres outils d'évaluation du rendement financier ou l'état des flux de trésorerie comme indicateur de liquidités. Cette mesure ne devrait pas être considérée isolément ou comme substitut aux autres mesures de rendement calculées selon les IFRS. La Société se sert du BAIIA ajusté pour évaluer le rendement de ses investissements dans Québec Média. La direction et le conseil d'administration de la Société utilisent cette mesure pour évaluer tant les résultats consolidés de la Société que les résultats des secteurs d'exploitation qui en font partie. Cette mesure élimine le niveau substantiel de dépréciation et d'amortissement des actifs corporels et incorporels et n'est pas affectée par la structure du capital ou par les activités d'investissement de la Société et de ses secteurs d'activité.

En outre, le BAIIA ajusté est utile, car il constitue un élément important des régimes de rémunération incitative annuels de la Société. Toutefois, cette mesure est limitée puisqu'elle ne tient pas compte du coût périodique des actifs corporels et incorporels nécessaires pour générer les revenus des secteurs de la Société. D'autres mesures qui tiennent compte de ces coûts, telles que les flux de trésorerie d'exploitation des secteurs et les flux de trésorerie libres liés aux activités d'exploitation poursuivies de la filiale Québec Média, sont également utilisées par la Société. La définition du BAIIA ajusté de la Société peut différer de celle utilisée par d'autres entreprises.

Le tableau ci-dessous présente le rapprochement du BAIIA ajusté avec le bénéfice net divulgué aux états financiers consolidés de Québecor.

RAPPROCHEMENT DU BAIIA AJUSTÉ AVEC LE BÉNÉFICE NET

EXERCICES TERMINÉS LES 31 DÉCEMBRE 2019, 2018 ET 2017

(en millions de dollars canadiens)

	2019	2018	2017
BAIIA ajusté	1 879,5 \$	1 776,3 \$	1 659,5 \$
Amortissement	(750,4)	(753,1)	(740,1)
Frais financiers	(327,5)	(332,0)	(317,2)
Perte sur évaluation et conversion des instruments financiers	(6,5)	(61,3)	(199,8)
Restructuration des activités d'exploitation, litiges et autres éléments	(28,6)	(29,1)	(17,5)
Gain sur vente de licences de spectre	-	-	330,9
Dépréciation de l'écart d'acquisition et d'actifs incorporels	-	-	(43,8)
Perte sur refinancement de dettes	-	-	(15,6)
Impôts sur le bénéfice	(205,7)	(162,8)	(146,0)
Bénéfice lié aux activités abandonnées	97,5	3,8	18,3
Bénéfice net	658,3 \$	441,8 \$	528,7 \$

FLUX DE TRÉSORERIE D'EXPLOITATION

Les flux de trésorerie d'exploitation représentent le BAIIA ajusté moins les acquisitions d'immobilisations et d'actifs incorporels, incluant les montants liés à la variation nette courante des créiteurs afférents, mais excluant les acquisitions ou les renouvellements de licences. Les flux de trésorerie d'exploitation représentent les fonds totaux disponibles pour les paiements d'intérêts et d'impôts, les déboursés relatifs aux programmes de restructuration, les acquisitions d'entreprises, les acquisitions et renouvellements de licences, le paiement de dividendes, les remboursements de la dette à long terme et les rachats d'actions. Les flux de trésorerie d'exploitation ne sont pas une mesure de la liquidité établie conformément aux IFRS. Il ne s'agit pas d'une mesure destinée à remplacer d'autres outils d'évaluation du rendement financier ou l'état des flux de trésorerie comme indicateur de liquidités. Les flux de trésorerie d'exploitation sont utilisés par la direction et le conseil d'administration de la Société pour évaluer les fonds générés par l'exploitation de tous les secteurs. La définition des flux de trésorerie d'exploitation de la Société peut différer de celle adoptée par d'autres entreprises.

Le tableau ci-dessous présente le rapprochement des flux de trésorerie d'exploitation avec les flux de trésorerie générés par les activités d'exploitation poursuivies divulgués aux états financiers consolidés de Québecor.

RAPPROCHEMENT DES FLUX DE TRÉSORERIE D'EXPLOITATION AVEC LES FLUX DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉS PAR LES ACTIVITÉS D'EXPLOITATION POURSUIVIES

EXERCICES TERMINÉS LES 31 DÉCEMBRE 2019, 2018 ET 2017
(en millions de dollars canadiens)

	2019	2018	2017
Flux de trésorerie d'exploitation			
BAIIA ajusté	1 879,5 \$	1 776,3 \$	1 659,5 \$
Acquisitions d'immobilisations ¹	(486,2)	(552,7)	(594,5)
Acquisitions d'actifs incorporels ^{2,3}	(249,1)	(211,3)	(168,5)
	1 144,2	1 012,3	896,5
Plus (moins)			
Portion monétaire de la charge d'intérêt	(319,4)	(324,9)	(310,2)
Portion monétaire de la charge de restructuration des activités d'exploitation, litiges et autres éléments	(9,8)	(14,2)	(17,2)
Impôts exigibles	(107,9)	(154,9)	(8,8)
Autres	(1,3)	(4,6)	4,1
Variation nette des actifs et passifs d'exploitation	(229,3)	146,3	(134,0)
Acquisitions d'immobilisations ¹	486,2	552,7	594,5
Acquisitions d'actifs incorporels ^{2,3}	249,1	211,3	168,5
Flux de trésorerie générés par les activités d'exploitation poursuivies	1 211,8 \$	1 424,0 \$	1 193,4 \$

¹Incluant une baisse des acquisitions d'immobilisations de 15,4 M\$ en 2019 (hausse de 3,2 M\$ en 2018 et baisse de 4,4 M\$ en 2017) liée à la variation nette courante des créiteurs afférents.

²Incluant une hausse des acquisitions d'actifs incorporels de 8,0 M\$ en 2019 (13,9 M\$ en 2018 et 26,6 M\$ en 2017) liée à la variation nette courante des créiteurs afférents.

³Excluant le rachat de licences de spectre au montant de 255,8 M\$ en 2019 (aucun en 2018 et 2017).

BÉNÉFICE AJUSTÉ LIÉ AUX ACTIVITÉS D'EXPLOITATION POURSUIVIES

La Société définit le bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies, tel que concilié avec le bénéfice net attribuable aux actionnaires conformément aux IFRS, comme le bénéfice net attribuable aux actionnaires avant la perte sur évaluation et conversion des instruments financiers, la restructuration des activités d'exploitation, litiges et autres éléments, déduction faite des impôts sur le bénéfice afférents aux ajustements et du bénéfice net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle afférent aux ajustements et avant le bénéfice lié aux activités abandonnées attribuable aux actionnaires. Le bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies, tel que décrit ci-dessus, n'est pas une mesure des résultats définie conformément aux IFRS. Cette mesure ne devrait pas être considérée isolément ou comme substitut aux autres mesures de rendement calculées selon les IFRS. La Société utilise le bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies pour analyser les tendances en matière de rendement de ses activités. Les éléments énumérés ci-dessus sont exclus du calcul de cette mesure puisqu'ils nuisent à la comparabilité des résultats financiers. Le bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies est plus représentatif aux fins d'évaluation du bénéfice prévisible. La définition du bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies peut différer de celle utilisée par d'autres entreprises.

MESSAGE AUX ACTIONNAIRES

C'est à l'image de son fondateur, Pierre Péladeau, que Québecor continue d'ancrer ses actions dans les mêmes valeurs d'engagement, d'audace et d'excellence qui nous permettent, plus que jamais, d'innover et de participer activement au développement économique du Québec. Aujourd'hui, avec le développement de son réseau mobile, Vidéotron fait partie des illustrations qui démontrent bien le rôle actif que nous jouons au sein de l'industrie en stimulant une concurrence saine et en favorisant les investissements dans les infrastructures au Québec. Nous sommes d'ailleurs fiers que le Bureau de la concurrence ait souligné, en novembre 2019, que la présence d'un quatrième joueur fort comme Vidéotron au Québec a un effet direct et positif sur le marché et les prix, pour le plus grand bénéfice des consommateurs.

Ces mêmes valeurs nous ont également amenés, en 2019, à élever notre voix afin de dénoncer les iniquités qui fragilisent, depuis de nombreuses années, notre industrie télévisuelle et notre culture. Nous l'avons dit à maintes reprises : les instances réglementaires et gouvernementales doivent faire preuve de courage et poser les gestes nécessaires pour assurer la compétitivité des entreprises d'ici face aux géants étrangers non réglementés, à une société d'État hors mandat et à une entreprise pancanadienne hégémonique.

La solidité de notre entreprise nous permet d'être bien positionnés pour faire face à ces défis, comme en témoignent les résultats de l'exercice 2019, qui furent remarquables. Nos revenus, en croissance de 2,7 % par rapport à 2018, ont atteint 4,29 G\$. Le BAIIA ajusté a, quant à lui, affiché une hausse de près de 6 %. De plus, nous avons généré 1,14 G\$ de flux de trésorerie d'exploitation, ce qui représente une hausse de 13 % et notre meilleure performance à ce jour. Ces résultats très favorables nous permettent d'être en droite ligne avec notre objectif d'augmenter graduellement les dividendes versés à nos actionnaires afin qu'ils représentent, d'ici deux ans, de 30 à 50 % de nos flux de trésorerie disponibles nets.

Ces réussites sont le fruit des réalisations de nos talentueuses équipes dans tous nos secteurs, soit Télécommunications, Média et Sports et divertissement.

COMPLICE DE LA VIE CONNECTÉE DES QUÉBÉCOIS

L'année 2019 fut faste pour Vidéotron. Une année de grandes réalisations, de croissance et de construction de l'avenir. Une année marquée par l'arrivée d'un nouveau président et chef de la direction, Jean-François Pruneau. Une année de créativité et d'excellence en expérience client.

Vidéotron a continué d'investir dans des projets porteurs et de miser sur les meilleures technologies pour soutenir sa croissance. Avec un BAIIA ajusté en hausse de 5 % comparativement à l'an dernier, les résultats sont probants.

Nos activités en téléphonie mobile ont connu leur plus forte augmentation annuelle de lignes depuis le lancement de notre réseau mobile, en 2010, grâce à une hausse record de 176 700 nouvelles lignes.

Le lancement d'Helix, notre nouvelle plateforme de divertissement et de gestion du domicile, a fait son entrée dans les foyers québécois en août 2019. Basée sur la plateforme Xfinity X1 de notre partenaire Comcast Corporation, Helix comptait déjà, en mars 2020, plus de 190 000 unités génératrices de revenus.

Le succès de Fizz, soutenue par une expérience entièrement numérique, est un autre exemple dont nous pouvons être fiers. Son modèle novateur lui a d'ailleurs valu le prestigieux prix Disruptive Innovation, remis par l'association internationale TM Forum, qui récompense l'entreprise illustrant le mieux l'évolution numérique dans l'industrie des télécommunications à l'échelle mondiale.

Toujours à l'avant-garde des grands changements technologiques, nous nous préparons également au déploiement de nos réseaux d'accès LTE-A et 5G, notamment aux côtés de Samsung, notre partenaire pour la construction de notre réseau de nouvelle génération. Visant une mise en service graduelle au cours des prochains mois, Vidéotron pourra offrir à ses clients ce qui se fait de mieux dans le monde en matière de télécommunications.

Parallèlement, Vidéotron poursuit son expansion pour rejoindre un nombre grandissant de clients dans toutes les régions du Québec. En février 2020, elle a lancé officiellement son réseau mobile à Rimouski après plusieurs mois de déploiement et de tests. Également, à la suite d'une décision rendue par le CRTC en décembre 2019, Vidéotron s'établira en Abitibi-Témiscamingue, au cours des prochains mois, mettant ainsi fin au monopole historique jusqu'alors détenu par Cablevision, une filiale de Bell. En plus de permettre aux citoyens de ces deux régions de profiter de la meilleure expérience client au Québec, l'arrivée de Vidéotron permettra de créer une réelle concurrence dans le marché.

Véritable fleuron québécois, Vidéotron a été élue entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois pour une 14^e année selon l'étude Réputation, de Léger, ainsi que marque la plus influente de l'industrie des télécommunications pour une 6^e année, selon l'indice Ipsos-Infopresse. Vidéotron a aussi été nommée parmi les meilleurs employeurs à Montréal, selon MediaCorp Canada, et ce, pour une 2^e année consécutive. Ces distinctions, nous en sommes très fiers et nous les devons entièrement à nos employés, qui sont les artisans de notre succès.

CHEF DE FILE EN CRÉATION DE CONTENU QUÉBÉCOIS EN FRANÇAIS

Pour Québecor, innover pour se démarquer ne passe pas seulement par la technologie. Cela passe également par la création de contenu original en français. C'est notre force et c'est ce qui nous a toujours permis de nous différencier, dans différents secteurs et à différentes époques.

Aujourd'hui, face à la mondialisation, notre contenu demeure notre meilleure arme. Un contenu créé et produit au Québec par les talents d'ici. Un contenu qui sait refléter la richesse de notre langue, de notre culture et de notre identité. Un contenu qui se démarque et qui a une fois de plus excellé en 2019.

Portée par l'expérience et le leadership de France Lauzière, présidente et chef de la direction de Groupe TVA et chef du contenu de Québecor Contenu, l'offre de contenu original s'est multipliée et diversifiée dans une foule de genres, en 2019.

Parmi les 81 productions originales créées en collaboration avec la talentueuse équipe de Québecor Contenu, l'on compte notamment les nouveautés du Réseau TVA *Alerte Amber* et *Studio G* ainsi que l'incontournable *Révolution*, qui présentait sa deuxième saison à l'automne 2019. Phénomène télévisuel au Québec, *Révolution* rayonne également à l'international : il a été vendu et diffusé en Russie, en Chine et en Lituanie, en plus d'être en développement ou en option dans plusieurs autres pays. Ces succès, combinés à ceux de l'ensemble de nos chaînes spécialisées, ont contribué à l'indéniable popularité des chaînes de Groupe TVA, qui demeurent les plus regardées au Québec avec 38,4 % de parts de marché pour l'exercice 2019.

Pour sa part, Club illico a affiché, en 2019, un solide taux de croissance de sa clientèle avec un nombre d'abonnés en hausse de 9,1 % comparativement à 2018, et ce, dans un contexte de forte concurrence internationale. Son offre de productions originales en français a été triplée pour la saison 2019-2020. De nombreuses séries de grande qualité ont fait leur marque telles que *Les Honorables* et, plus récemment, *La Faille*, qui a enregistré un record d'un million de visionnements moins de sept jours après son lancement.

Au chapitre de la performance financière, notre secteur Média a affiché une progression de 24,7 % de son BAIIA ajusté, alors que celui de Groupe TVA a augmenté de 32,9 %. Nous sommes très satisfaits de la hausse de rentabilité de Groupe TVA, qui est notamment due à l'intégration réussie des acquisitions effectuées en cours d'année ainsi qu'aux économies réalisées dans le cadre des compressions budgétaires effectuées à l'été 2019. De plus, après avoir revendiqué pendant de nombreuses années un vrai rééquilibrage des redevances des chaînes spécialisées, nous sommes heureux d'avoir pu renouveler la majorité de nos ententes de distribution avec les câblodistributeurs, qui ont reconnu la juste valeur marchande de nos chaînes. Sans grande surprise, Bell s'y oppose, s'empêtrant dans son statu quo et refuse de renoncer à ses privilèges historiques découlant de son statut d'ancien monopole. Si la bataille n'est pas encore complètement gagnée, elle a toutefois permis à Groupe TVA de faire des gains qui ont contribué aux résultats de l'exercice 2019.

DES MÉDIAS QUI INFORMENT ET QUI PERFORMENT

Alors que l'avenir des médias a été au cœur des grands débats publics en 2019, Québecor tire une immense fierté de la vitalité, de la solidité et de la pérennité de ses médias d'information.

Socle sur lequel notre entreprise s'est érigée, nos journaux sont toujours n° 1 au Québec et rejoignent, sur l'ensemble de leurs plateformes, plus de 4 millions de lecteurs chaque semaine. À l'ère où les fausses nouvelles font ravage, nous sommes fiers d'être une référence indéniable en matière d'information rigoureuse, grâce au travail de grande qualité auquel se livrent nos équipes du *Journal de Montréal*, du *Journal de Québec*, du *24 Heures*, de l'Agence QMI ainsi que du Bureau d'enquête et du Bureau parlementaire.

Autres références incontournables en information, TVA Nouvelles s'est retrouvé une fois de plus en tête de classement dans son créneau, alors que LCN a réitéré sa position de chaîne spécialisée la plus regardée au Québec, avec des parts de marché de 5 % en 2019.

QUB radio a, pour sa part, poursuivi son succès grâce à une équipe d'animateurs et de chroniqueurs chevronnés à la barre d'émissions en direct et de baladodiffusions couvrant notamment l'actualité, la politique et la culture. Cette programmation riche et diversifiée a suscité l'écoute de plus de 9 millions d'extraits audio et le téléchargement de plus de 8,7 millions de balados depuis le lancement de QUB radio.

Puis, fort de son expertise en production de contenu vidéo, NumériQ a produit, en 2019, plusieurs documentaires et grands reportages percutants, en collaboration avec le Bureau d'enquête, pour nos diverses plateformes d'information.

Avec une croissance marquée de 7 % de son lectorat multiplateforme comparativement à 2018, TVA Publications a réitéré son statut de chef de file au Québec et d'incontournable au Canada. Grâce à des titres comme *7 Jours*, véritable institution au Québec qui a fêté son 30^e anniversaire en 2019, nos magazines continuent d'offrir une vitrine sans pareille à la culture et aux artistes du Québec.

Enfin, nous sommes également très fiers du travail exceptionnel de nos maisons d'édition qui, à travers les 411 titres parus en 2019, mettent en lumière le grand talent des auteurs québécois, tel que celui de Francine Ruel, qui a publié, chez Libre Expression, *Anne et l'enfant vieillard*, le roman le plus vendu au Québec en 2019, tous éditeurs de langue française confondus. Soulignons également la performance du *Guide de l'auto*, le livre pratique le plus vendu au Québec, qui a enregistré une hausse de ses ventes de 12 % comparativement à 2018.

UN ACTEUR MAJEUR DU DIVERTISSEMENT CULTUREL ET SPORTIF AU QUÉBEC

Sous le leadership de Martin Tremblay, chef de l'exploitation de notre Groupe Sports et divertissement, le Centre Vidéotron a connu une hausse de 6,6 % du nombre d'événements culturels et sportifs présentés en 2019, comparativement à l'exercice précédent. Réputé pour la qualité exceptionnelle de ses installations et de ses équipements, le Centre Vidéotron a notamment accueilli la première mondiale de la tournée *Courage World Tour*, de Céline Dion, ainsi que le spectacle du rappeur Loud, vedette québécoise de l'heure, qui a d'ailleurs permis d'attirer un nouveau segment de clientèle.

Le succès de nos maisons de disques, Les Disques Musicor, MP3 Disques et STE-4 Musique, s'est poursuivi alors que plusieurs de nos artistes ont figuré parmi les palmarès clés de l'industrie en 2019. *Pour commencer*, d'Alex Nevsky, et *Un peu de toi*, de 2Frères, ont toutes deux été les chansons francophones les plus jouées à la radio en 2019, selon le Top 100 BDS et le Top 100 Correspondants respectivement. L'ensemble de nos succès radio ont d'ailleurs permis une croissance des droits voisins de 93 % comparativement à 2018.

De plus, dans le but de créer une réelle concurrence dans le marché du divertissement et de la musique à Montréal, nous avons acquis une participation minoritaire dans l'ensemble des actifs de Multicolore, qui est notamment reconnue pour ses événements phares *Piknic Électronik* et *Igloofest*.

UNE ENTREPRISE CITOYENNE RESPONSABLE ET DÉVOUÉE

Alors que nous venons de témoigner des grandes réalisations de l'entreprise en 2019, il nous semble tout aussi important de partager l'impact qu'ont ses succès dans notre collectivité. Grâce à la maîtrise et à la convergence de nos leviers technologiques et culturels, nous participons activement au développement économique, social et culturel du Québec. Nous jouons également un rôle majeur au sein de notre communauté en accompagnant plus de 500 organismes œuvrant dans plusieurs sphères de la société, partout au Québec.

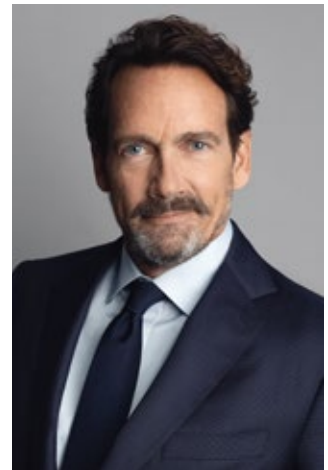
Nous avons également à cœur de nous engager vers l'avenir et d'agir de façon responsable face à l'environnement. Aujourd'hui, à l'ère où les sociétés doivent transitionner vers une économie durable, nous sommes fiers d'avoir lancé, en janvier 2020, un plan visant l'accélération de l'électrification de l'ensemble de nos parcs de véhicules. L'objectif, devenir 100 % électrique d'ici 2030, est l'un des plus ambitieux pour une entreprise au Canada, considérant l'ampleur du nombre et de la diversité des véhicules de nos filiales. C'est donc une grande fierté de prendre cet engagement pour l'ensemble de notre communauté.

Enfin, forts de cette grande année, tant au chapitre de la rentabilité financière que des avancées technologiques, nous entamons cette nouvelle décennie en demeurant axés sur nos priorités stratégiques et en continuant d'investir dans la croissance de nos secteurs porteurs. Ces solides assises nous permettent d'être bien positionnés pour faire face à la situation inédite causée par la crise de la COVID-19, qui affecte notamment le Québec depuis mars 2020. Nous maintiendrons le cap de l'excellence et continuerons d'assumer notre rôle de leader au Québec, et ce, grâce à l'agilité et au dévouement exemplaires de nos collaborateurs et collaboratrices. Nous les en remercions grandement et profitons de l'occasion pour témoigner notre reconnaissance envers nos actionnaires, nos administrateurs, nos annonceurs, nos partenaires et, bien sûr, nos clients.



Le président du conseil,

Le très honorable Brian Mulroney



Le président et chef de la direction,

Pierre Karl Péladeau



Vidéotron

Chef de file en télédistribution, en services d'accès Internet ainsi qu'en téléphonie par câble et mobile, Vidéotron fait sans cesse preuve d'innovation et de leadership afin d'offrir à ses clients la meilleure expérience. Poursuivant sa volonté de demeurer à l'avant-garde des nouvelles technologies, Vidéotron met à la disposition de ses clients les plateformes Helix et Club illico.

UN NOUVEAU PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION

L'année 2019 aura notamment été marquée par l'arrivée, en janvier, d'un nouveau président et chef de la direction au sein de Vidéotron, Jean-François Pruneau. Occupant auparavant le poste de vice-président principal et chef de la direction financière de Québecor, Jean-François Pruneau s'était joint aux rangs de l'entreprise en 2001. Doté d'un fort leadership, d'un remarquable sens des affaires ainsi que d'une vision unique des opérations, il a poursuivi, en 2019, avec son équipe de 6 500 talents, le développement et le lancement de plusieurs projets phares afin d'assurer la croissance et le succès de Vidéotron.

Vidéotron cumule une fois de plus les honneurs

- Marque la plus influente de l'industrie des télécommunications au Québec, pour la 6^e année consécutive, selon l'indice Ipsos-Infopresse 2019.
- Entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois pour une 14^e année consécutive, selon l'étude Réputation, réalisée par Léger en 2019.
- Entreprise de télécommunications la plus « cool » selon les Québécois de 13 à 37 ans, pour une 2^e année consécutive, selon l'étude Jeunesse, réalisée par Léger en 2019.
- Meilleur employeur au Québec, selon Indeed.
- Entreprise parmi les meilleurs employeurs à Montréal, selon MediaCorp Canada.
- Obtention de la 1^{re} position du palmarès WOW 2019 de la firme Léger par Fizz pour l'expérience en ligne et de la 2^e par Vidéotron dans le secteur des télécommunications.



VIDÉOTRON EN EXPANSION DANS LES RÉGIONS DU QUÉBEC

VIDÉOTRON SERA ENFIN EN ABITIBI!

Déterminée à servir les Québécois partout au Québec, Vidéotron a annoncé, en 2019, son intention de s'établir en Abitibi-Témiscamingue. À la suite des tentatives d'obstruction de Cablevision, une filiale de Bell, visant à bloquer son arrivée dans la région, Vidéotron a demandé au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) d'intervenir afin de briser le manque de concurrence historique jusqu'alors présent en Abitibi-Témiscamingue. La décision du CRTC, rendue en décembre 2019, a obligé Cablevision à fournir à Vidéotron un accès à son service Internet de tierce partie. Vidéotron pourra donc s'établir en Abitibi-Témiscamingue au cours des prochains mois, permettant ainsi aux résidents de la région d'avoir enfin accès à une saine concurrence pour les produits et services de télécommunication.

VIDÉOTRON, NOUVEAU JOUEUR EN MOBILITÉ À RIMOUSKI

Après plusieurs mois de déploiement et de tests dans le Bas-Saint-Laurent, Vidéotron a annoncé, en février 2020, qu'elle lançait officiellement son réseau mobile à Rimouski. L'arrivée de Vidéotron a encore une fois permis de favoriser une saine concurrence dans le marché de la mobilité. Les résidents de Rimouski et de 12 autres municipalités de la région peuvent maintenant bénéficier de la meilleure expérience client au Québec.

**L'ABITIBI
MÉRITE CE
QU'IL Y A
DE MIEUX.**

Vidéotron est impatiente de pouvoir enfin vous offrir son service exceptionnel et ses toutes dernières technologies à des prix compétitifs. Mettons fin au monopole de Cablevision et de Télébec, propriétés de Bell.

 **VIDÉOTRON** | L'ENTREPRISE DE TÉLÉCOMMUNICATIONS
LA PLUS ADMIRÉE DES QUÉBÉCOIS.

COMPLICE DE LA VIE CONNECTÉE DES QUÉBÉCOIS

Repoussant constamment les limites, Vidéotron a connu une année couronnée de succès, notamment avec le lancement d'Helix, basé sur la plateforme Xfinity X1 de Comcast. Les réalisations de 2019 démontrent une fois de plus la capacité du fleuron québécois à comprendre et anticiper les besoins évolutifs de ses clients afin de leur offrir une expérience unique et des solutions innovantes.

HELIX

Toujours à l'avant-garde, Vidéotron a officiellement lancé, en août 2019, Helix, son nouvel écosystème offrant aux foyers québécois une toute nouvelle expérience de divertissement et de gestion de la vie connectée. Totalisant déjà en mars 2020 190 000 unités génératrices de revenus depuis son lancement, Helix illustre bien la capacité de Vidéotron à commercialiser des technologies évoluées qui répondent aux besoins de ses clients.

UNE PLATEFORME QUI COMPREND TOUT

- **Un accès à tout divertissement au même endroit :** À partir d'un seul mot, Helix lance une recherche centralisée et propose par le biais d'un catalogue unifié des contenus provenant autant d'enregistrements, de chaînes télévisées, de contenu sur demande ou de plateformes de visionnement en ligne.
- **Une commande vocale adaptée à la réalité québécoise :** Soucieuse d'offrir des produits adaptés à la réalité propre de ses clients, Vidéotron a déployé de nombreux efforts afin que la commande d'Helix reconnaisse le français et l'anglais provenant de partout au Québec, de Gatineau à Rivière-du-Loup, en passant par Saguenay et Montréal.
- **Un Wi-Fi ultra-intelligent et bienveillant :** Ultrarapide, performant et sécuritaire, le Wi-Fi d'Helix donne la possibilité de contrôler son foyer peu importe le nombre d'appareils connectés. Sa borne Helix Fi permet entre autres de contrôler les heures d'accès des enfants à Internet et de déconnecter un appareil du réseau facilement.

Soutenu par une innovation qui se déploie en continu, Helix évoluera au gré des nouvelles technologies et en fonction de l'évolution des besoins des consommateurs, afin de demeurer toujours à l'avant-garde.



MOBILITÉ

DES FORAITS CONÇUS SUR MESURE POUR LES CLIENTS

Vidéotron a continué d'innover, en 2019, avec ses forfaits mobiles. Visant à répondre toujours mieux aux besoins grandissants de ses clients, Vidéotron devance même leurs attentes en créant des offres novatrices qui se démarquent sur le marché. Les forfaits Zen et Famille en sont d'excellents exemples.

FORAITS ZEN

Conçus pour permettre aux clients de «déstresser» face à l'usage de leurs données, les forfaits Zen ont connu un vif succès dès leur lancement. Alors que ses concurrents misent sur l'évitement du dépassement de données avec des solutions qui amoindrissent inévitablement l'expérience client – forte réduction du débit après un certain palier de données ou blocage des données en fin de forfait –, Vidéotron adopte une tout autre vision. Elle permet plutôt à ses clients de dépasser leurs données mensuelles sans être facturés et sans subir aucune restriction de vitesse ou d'usage. Non seulement ont-ils accès à plus de données, mais ils peuvent également les utiliser de manière flexible, en fonction de leurs besoins et des périodes spéciales de l'année, comme pendant le congé des Fêtes ou durant les vacances.

FORAITS FAMILLE

Forts du succès remporté à la suite de leur lancement, en 2018, les forfaits Famille ont été bonifiés en 2019. Uniques sur le marché canadien, ils permettent aux clients qui optent pour deux forfaits Zen et qui détiennent un accès Internet Vidéotron d'obtenir jusqu'à deux lignes – voix et SMS illimités – totalement gratuites. Pour quelques dollars supplémentaires, Vidéotron donne maintenant la possibilité d'ajouter des données aux deux lignes offertes gratuitement avec ce forfait. Une valeur unique pour les familles québécoises ou les membres inscrits au même compte.

Une année record!

Vidéotron a enregistré, en 2019, une hausse de 176 700 lignes en téléphonie mobile, ce qui représente l'augmentation annuelle la plus élevée du nombre de lignes depuis le lancement du réseau mobile de Vidéotron, en 2010.

VIDÉOTRON

QUAND Y EN A PLUS,
Y EN A ENCORE

100GO
EN PRIME
PAR ANNÉE*

NOUVEAUX FORAITS ZEN

The advertisement features a bright yellow background with a circular arrangement of various mobile-related icons like a smartphone, Wi-Fi signal, location pin, and social media symbols. At the bottom, a smartphone is shown with a similar icon pattern on its screen.

VIDÉOTRON

VOTRE ADD
VOUS REMERCIERA, EN PLIANT
DES TAS DE BRASSÉES.

SAMSUNG Galaxy A8

OFFREZ-LUI UN TÉLÉPHONE
ET UN FORFAIT 1 GO

POUR SEULEMENT **10\$** /MOIS*

* À l'abonnement. Le forfait 1GO est disponible uniquement pour les clients résidents.

The advertisement has a yellow background. It shows a Samsung Galaxy A8 smartphone displaying a woman's surprised face. Next to it is a white laundry basket filled with colorful clothes. The text is centered and uses a mix of bold and regular fonts.

Jean-François Pruneau, président et chef de la direction de Vidéotron, Paul Kyungwhoon Cheun, vice-président exécutif et chef de la division Réseaux de Samsung Electronics, Pierre Karl Péladeau, président et chef de la direction de Québecor, et Jeff Jo, président et chef de la direction de Samsung Canada.



ACHAT DE 10 BLOCS DE BASSES FRÉQUENCES DANS LA BANDE DE 600 MHz

Vidéotron a fait l'achat, en avril 2019, de 10 blocs de basses fréquences dans la bande de 600 MHz au terme d'une enchère de spectre mobile commercial du ministère fédéral de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique. Couvrant les régions de l'est, du sud et du nord du Québec, en plus de l'est de l'Ontario et de l'Outaouais, ces licences permettent à Vidéotron de poursuivre sa lancée sur le marché de la téléphonie mobile au Québec et dans la grande région d'Ottawa. Grâce à l'acquisition de ces fréquences propices au déploiement de réseaux de cinquième génération (5G), Vidéotron se positionne favorablement pour la révolution technologique à venir.

LABVI : UN TOUT PREMIER SITE DE CAPACITÉS 5G

Vidéotron et ses partenaires du Laboratoire à ciel ouvert de la vie intelligente (LabVI) ont annoncé, en mai 2019, la mise en service d'un premier site offrant des capacités 5G dans le Quartier de l'innovation, à Montréal. Ce nouveau site a permis de poser les bases du développement d'un réseau mobile de prochaine génération. Effectuant des tests sur la technologie 5G, Vidéotron, par l'entremise du LabVI, peut maintenant offrir à la communauté scientifique et aux entreprises en démarrage l'opportunité de tester les applications et les projets de demain, ce qui contribuera à nourrir l'innovation et l'avancement de la recherche.

Samsung, partenaire tout désigné pour la 5G

Toujours à l'avant-plan des grands changements technologiques, Vidéotron a annoncé, en décembre 2019, que Samsung Electronics (Samsung) a été choisie comme partenaire pour le déploiement des technologies d'accès radio LTE-A et 5G au Québec et dans la région d'Ottawa. Cette annonce marque le début d'une nouvelle étape qui permettra à Vidéotron d'accélérer la construction de son réseau de nouvelle génération en visant une mise en service graduelle au courant des prochains mois. Grâce à ce partenariat avec Samsung, Vidéotron pourra offrir aux Québécois ce qui se fait de mieux dans le monde en matière de télécommunications.

DE NOUVELLES ALLIANCES STRATÉGIQUES POUR FAIRE BRILLER LES PRODUITS MOBILES

Au-delà de ses activités de commandite traditionnelles, Vidéotron a développé des programmes commerciaux avec certains partenaires manufacturiers comme Samsung, Motorola et Huawei dans le but d'augmenter la notoriété et la vente de ses produits et services. En voici quelques exemples.

• **Vidéotron X Samsung X MEGA&MIGS** : En 2019, Vidéotron s'est associée à Samsung dans le cadre de MEGA&MIGS, un des plus grands rassemblements de l'industrie québécoise du jeu vidéo. Les visiteurs du MEGA&MIGS ont pu tester la puissance du réseau de Vidéotron sur des appareils et accessoires Samsung tels que des moniteurs de jeux, des téléviseurs, des appareils mobiles, des tablettes et des écouteurs. Du contenu exclusif mettant en vedette des représentants de Samsung et un ambassadeur du monde des jeux vidéo a également été diffusé sur le site Web Pèse sur start, une marque numérique propulsée par le centre d'expertise NumériQ de Québec. De plus, Vidéotron a offert aux participants plusieurs concours exclusifs en collaboration avec Vidéotron Affaires et le programme de fidélité Vidéotron PLUS.

• **Vidéotron X Motorola X Midway Group** : En collaboration avec Motorola et Midway Group, un promoteur et producteur d'événements musicaux de grande envergure, Vidéotron a développé un programme d'offres commerciales visant à augmenter la notoriété et la vente de ses produits mobiles Motorola. Ce programme s'est déployé sur le site du Beach Club et lors des festivals Métro Métro, Oasis et Escapade, à Ottawa. Grâce au temple de la photo Motorola, les visiteurs ont pu immortaliser leur passage tout en découvrant les produits et les nouveautés Motorola, en plus de profiter d'exclusivités chez Vidéotron. Une collaboration gagnante qui a généré 10,5 millions d'impressions sur les médias sociaux de Vidéotron et Motorola sur une période de six mois.





Vidéotron X Huawei X Markantoine

• **Vidéotron X Huawei X Markantoine :**

Vidéotron s’est associée à Huawei dans le cadre du dévoilement de la nouvelle collection du designer montréalais Markantoine. Pour l’occasion, Vidéotron a capté le défilé à l’aide de huit téléphones P30, de Huawei, afin de promouvoir la force des lentilles de ce type d’appareil. Une occasion en or de contextualiser les produits d’une façon qui n’est autrement pas possible avec les médias traditionnels. Certains talents de la grande famille Québecor ainsi que d’autres filiales et marques de l’entreprise telles que NumériQ, QUB radio et Billie ont également collaboré à ce partenariat en créant du contenu dans le cadre de l’événement, qui a généré plus de 160 000 interactions sur les médias sociaux!



> VIDÉOTRON

Jusqu'à
76%
de rabais sur
les billets pour
La Ronde grâce à
Vidéotron PLUS.

Profitez-en >

Un programme de fidélité qui en offre PLUS

Réservé uniquement à ses clients, Vidéotron PLUS est un programme qui offre en continu des privilèges personnalisés et des expériences exclusives de divertissement.

En collaboration avec certains de ses partenaires, Vidéotron a déployé plusieurs efforts depuis la fin de 2018 pour permettre à ses clients de profiter de rabais exclusifs sur des billets d’événements très convoités ainsi que pour leur faire vivre des expériences uniques et mémorables. Parmi celles-ci, l’on peut compter un cocktail en coulisse avec les animateurs du ComediHa! Fest, une rencontre avec les comédiens de la production originale *Léo* lors de son lancement sur Club illico ou encore un voyage à Los Angeles pour voir l’Impact de Montréal jouer contre la mythique équipe LA Galaxy. En plus d’encourager la fidélisation de la clientèle Vidéotron en créant de la valeur ajoutée, le programme Vidéotron PLUS offre également du contenu de qualité pour les différentes plateformes de l’entreprise et contribue par le fait même à en augmenter l’achalandage.



FIZZ

Fournisseur mobile et Internet résidentiel nouveau genre, Fizz est la seule marque sur le marché à offrir une expérience 100 % en ligne. Fonctionnant par l'entremise du réseau filaire et mobile de Vidéotron, Fizz est une marque complémentaire à la société mère.

UNE EXPÉRIENCE D'ABONNEMENT 100 % NUMÉRIQUE

UNE RÉPONSE EMBALLANTE DU MARCHÉ

Fizz a poursuivi son développement en 2019 en se positionnant favorablement sur le marché québécois. Grâce à son service à la clientèle par clavardage, à ses forfaits sur mesure, à ses données transférables d'un mois à l'autre et à ses nombreux avantages Bénéfizz, Fizz s'est grandement démarquée sur le marché depuis son lancement, en octobre 2018. Après avoir lancé dans un premier temps ses services mobiles, Fizz offre officiellement depuis avril 2019 ses services d'Internet résidentiel.

Fizz attire un segment de marché complémentaire à la clientèle de Vidéotron. Son offre, faite sur mesure pour les clients branchés et connectés, est axée sur la simplicité, l'autonomie et le partage.



Un prestigieux prix pour Fizz!

Fizz a reçu, aux côtés de son partenaire d'affaires Etiya, le prestigieux prix Disruptive Innovation, remis par l'association internationale TM Forum, une récompense qui reconnaît l'entreprise illustrant le mieux l'évolution numérique dans l'industrie des télécommunications.

FIZZ A ATTEINT, LORS DE SA PREMIÈRE ANNÉE D'EXPLOITATION, LE PLUS HAUT TAUX DE RECOMMANDATION NET DE L'INDUSTRIE, SELON LÉGER!

CLUB ILLICO

Lancé en 2013, Club illico permet un accès illimité à un impressionnant catalogue de séries originales développées en collaboration avec Québec Contenu, de films, de séries en exclusivité, d'émissions jeunesse, de documentaires et de spectacles en provenance des plus grands studios d'ici et d'ailleurs.

L'OFFRE LA PLUS RICHE ET VARIÉE DE CONTENU ORIGINAL À CE JOUR

Porté par sa volonté d'offrir à ses abonnés le meilleur en matière de divertissement et poursuivant son engagement envers la création de contenu d'ici, Club illico a annoncé que son offre de productions originales québécoises serait triplée pour l'année 2019-2020.

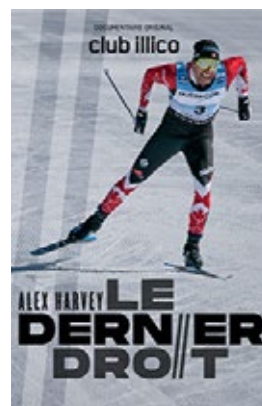
Club illico a ainsi annoncé la programmation la plus riche et variée depuis son lancement, il y a 6 ans. Avec 30 nouveaux contenus originaux et une emphase sur la diversification des genres, Club illico vise à rallier le plus large public possible. En multipliant les collaborations avec les créateurs d'ici et Québec Contenu, Club illico fait notamment exploser le nombre de séries de fiction et bonifie son offre de documentaires et de grands reportages.



Club illico, toujours aussi populaire

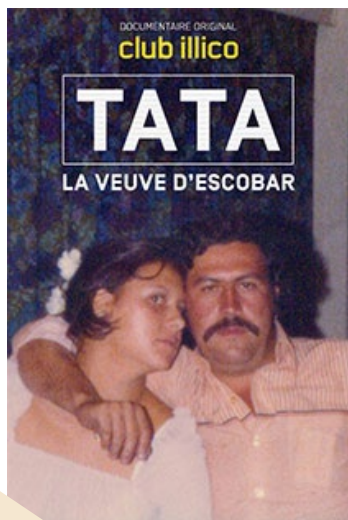
Dans un contexte de forte concurrence provenant des grands fournisseurs internationaux de contenu, Club illico continue d'afficher un solide taux de croissance de sa clientèle, comme en témoigne l'augmentation de 9,1% du nombre d'abonnés en 2019.

- La plateforme par abonnement de vidéo sur demande en français la plus populaire au Québec.
- Un taux de notoriété de plus de 80 % au Québec.
- 500 millions de visionnements depuis son lancement.
- Près de 460 000 abonnés.



Quelques productions originales phares présentées sur Club illico en 2019

- **Des retours très attendus :** *Victor Lessard : Ghetto X*, *LÉO 2 : nouveaux chapitres* et *La Dérape 2*.
- **De nouveaux records de visionnement :** *Les Honorables* et *La Faille*, avec un million de visionnements en moins de sept jours!
- **Une nouvelle fiction :** *Appelle-moi si tu meurs*.
- **Des documentaires exclusifs :** *Tata, la veuve d'Escobar* et *Meurtriers sur mesure*.
- **Pour les amateurs de sport et de divertissement :** *Alex Harvey : le dernier droit*, *Team White*, la série documentaire et la série *One mini show*.
- **Des documentaires du Bureau d'enquête de Québecor :** *Le pilote des stars*, *Narcos PQ*, *Piégées : l'esclavage moderne des nounous étrangères au Québec*, *Forcé à l'exil : Qui a volé la vie de Michaël?*, *Détox : infiltration chez les imposteurs de la gestion de poids*.



Les plus grandes séries internationales en français et en exclusivité

En plus des contenus originaux créés ici, Club illico complète son offre en divertissement en proposant, en français, des séries internationales parmi les plus populaires de l'heure. Plusieurs d'entre elles sont offertes en première fenêtre nord-américaine en exclusivité aux abonnés de Club illico.

VIDÉOTRON AFFAIRES

Fournisseur de choix et point de contact unique pour tous les besoins en télécommunications des entreprises, Vidéotron Affaires propose des solutions intégrées sur mesure permettant de desservir les entreprises d'ici.

VIDÉOTRON AFFAIRES POURSUIT SA CROISSANCE

Déterminée à offrir à ses clients la meilleure expérience qui soit, Vidéotron Affaires a multiplié les efforts, en 2019, en misant sur des offres et des produits qui s'adaptent aux défis évolutifs de sa clientèle.

C'est dans cette optique et afin d'offrir un service-conseil proactif que Vidéotron Affaires a lancé, en 2019, une revue d'affaires distribuée à ses clients. Cet outil unique dans le marché permet aux entreprises de recevoir un tableau de bord personnalisé ainsi que des recommandations de solutions technologiques les aidant à optimiser l'utilisation de leurs services et à être encore plus performantes.

De plus, Vidéotron Affaires a poursuivi ses efforts d'investissement afin de faire évoluer ses services dans le but de les adapter davantage aux besoins de sa clientèle qui, plus que jamais, tend à se tourner vers des solutions complètes livrées par l'Internet. C'est pourquoi Vidéotron Affaires, à l'écoute de ses clients, poursuit le développement de ses solutions de voix sur IP, de Wi-Fi géré à large couverture et, surtout, de redondance. Cette dernière solution permet aux entreprises une réelle continuité de leurs affaires par la transition technologique de l'Internet filaire vers le réseau LTE, et ce, sans interruption des activités commerciales.

Fibretoire

C'est par l'entremise de Fibretoire qu'un éventail de solutions de fine pointe est rendu accessible aux entreprises ayant des besoins distinctifs et sophistiqués. L'approche d'ingénierie-conseil de Fibretoire permet aux entreprises de plus grande taille d'accéder notamment à la fibre optique dédiée à des réseaux privés entièrement gérés et à du SD-WAN.

Bien implantée dans son marché, Fibretoire a poursuivi son développement et sa croissance dans plusieurs sphères d'activité et au sein de différents types d'entreprises telles que les multisites et les organismes privés, publics et gouvernementaux. Grâce à son innovation, son agilité et sa capacité de livraison hors pair, Fibretoire s'est taillé une place importante dans son marché.



MAtv

Au service de la communauté, MAtv, distribuée en exclusivité aux clients de Vidéotron, offre une programmation utile, informative et éducative qui reflète la diversité québécoise. La chaîne communautaire met de l'avant les intérêts locaux et offre aux citoyens un accès unique à un espace d'expression et de diffusion. MAtv est diffusée à la chaîne 9 et à la position 609 sur illico et Helix, en plus d'être offerte sur illico télé au canal 900 et sur illico.tv. Elle propose aussi du contenu complémentaire via son site, matv.ca.

UN ESPACE CITOYEN POUR LES CLIENTS DE VIDÉOTRON

Connectée à la réalité des collectivités qu'elle dessert, MAtv se distingue par son offre de contenu hyperlocal en français et en anglais (à Montréal, à Sherbrooke et à Gatineau), en bonne partie issu des idées et des propositions des citoyens. En 2019, MAtv et ses télévisions communautaires partenaires ont produit plus de 2 400 heures de contenus originaux. En plus d'offrir des émissions d'actualité locale, la chaîne a développé en collaboration avec les citoyens des contenus porteurs qui ont permis de faire rayonner la culture, la diversité et le savoir-faire des Québécois. Au total, 178 projets ont été proposés en 2019, contribuant ainsi à enrichir la programmation et à mettre en lumière les intérêts régionaux.



MON BÉNÉVOLAT, UN PROGRAMME QUI SE DÉMARQUE

Reconnu pour son innovation et sa rigueur, le programme *MON Bénévolat*, alimenté par une équipe professionnelle d'artisans passionnés, a permis à la population de participer activement à l'essor de leur télévision communautaire. En 2019, plus de 13 000 heures de bénévolat ont été réalisées, permettant ainsi aux participants de vivre une expérience de production télévisuelle enrichissante et d'acquérir une formation complète.

Des émissions connectées aux réalités des citoyens

- **40^e finale de Cégeps en spectacle** : Événement présentant de jeunes talents des arts du cirque, du chant, de l'art oratoire, de la danse, de l'humour, de la musique et du théâtre.
- **Le Hockey junior majeur** : Émission mettant à l'avant-plan les jeunes espoirs du sport national du Québec.
- **Ma première Place des Arts** : Émission visant à faire découvrir et briller le talent de la relève en chanson d'expression française.
- **Présence autochtone** : Manifestation culturelle et artistique multidisciplinaire de la créativité des Autochtones des trois Amériques.
- **Mise À Jour / CityLife** : Émission locale d'affaires publiques traitant des grands enjeux qui influencent le quotidien des citoyens.
- **Pensez plus tôt à plus tard** : Émission régionale qui offre l'occasion de réfléchir à l'idée du vieillissement et du second projet de vie.
- **Espace de la diversité** : Émission régionale présentant les différentes communautés qui bâtissent le patrimoine et les activités de rapprochement et de socialisation au sein de celles-ci.
- **L'Adolescent bas-canadien** : L'expression d'adolescents du secondaire sur divers sujets qui les interpellent tels que la politique, le travail, l'environnement, etc.
- **Parler d'argent, c'est pas stressant** : Émission régionale à saveur économique pour les millénariaux, où des trucs et conseils leur sont prodigués.



Vidéotron le superclub et Microplay™

Vidéotron le superclub et Microplay™ ont complété, en 2019, la transformation de leur réseau de magasins franchisés spécialisés dans la commercialisation des produits et des services de télécommunications Vidéotron.

TRANSFORMATION DU RÉSEAU DE MAGASINS : PARI RELEVÉ!

Afin de s'adapter aux évolutions technologiques et aux nouvelles habitudes de consommation des clients en matière de divertissement, Vidéotron le superclub et Microplay™ ont complété, en 2019, la transformation de leur réseau de magasins. L'entreprise a élaboré un plan de transformation ambitieux visant à protéger l'empreinte des magasins franchisés tout en assurant la croissance d'abonnés Vidéotron à l'échelle du Québec pour les années à venir. L'ensemble du réseau de magasins transformés concentre désormais ses efforts exclusivement sur la vente de produits et services Vidéotron, permettant ainsi d'entrevoir une meilleure perspective de rentabilité pour l'avenir.

L'EXPÉRIENCE CLIENT, TOUJOURS AU CŒUR DES PRIORITÉS

Fidèles à leur habitude, Vidéotron le superclub et Microplay™ ont placé l'expérience client au cœur du processus de transformation de leur réseau de magasins. Vidéotron le superclub a été nommé encore une fois parmi les 200 meilleurs détaillants au Québec selon l'indice WOW 2019 de Léger, alors que Microplay a terminé au deuxième rang de ce même palmarès dans son secteur d'activité.



Média

TÉLÉVISION ET CINÉMA

- Réseau TVA et chaînes spécialisées
 - Incendo
 - TVA Films
 - MELS
- Québecor Contenu

JOURNAUX

- Journaux de Québecor
 - Bureau d'enquête
 - Agence QMI

RADIO

- QUB radio

MAGAZINES

- TVA Publications

DISTRIBUTION

- Messageries Dynamiques
- Messageries A.D.P.

NUMÉRIQUE

- NumériQ

AFFICHAGE

VENTES PUBLICITAIRES

LIVRES

- Groupe Homme
- Le Groupe Ville-Marie Littérature
- Groupe Librex
- Les Éditions CEC

Télévision et cinéma

GROUPE TVA

TVA et ses chaînes spécialisées – LCN, TVA Sports, CASA, addikTV, MOI ET CIE, Prise 2, YOOPA, Évasion et Zeste – sont les chefs de file incontestés de la télévision québécoise, avec 38,4 % de parts de marché. Grâce à l'immense fidélité des Québécois, à un engagement soutenu envers les productions originales ainsi qu'à la diversité des contenus présentés, elles sont la référence au Québec pour se divertir, s'informer et se rassembler.

RÉSEAU TVA, TOUJOURS N° 1

Le Réseau TVA est la chaîne de télévision la plus regardée au Québec. Il est n° 1, 7 jours sur 7, avec 23,7 % de parts de marché à lui seul. Reconnu pour sa programmation diversifiée qui réunit les Québécois de toutes générations autour d'histoires qui les interpellent, le Réseau TVA crée des rendez-vous télévisuels à ne pas manquer. Sa moyenne d'écoute en direct s'élève à 90 %, un résultat qui surpasse celui de ses principaux concurrents.

LE RÉSEAU TVA ET SES CHÂÎNES SPÉCIALISÉES SONT LES PLUS REGARDÉS AU QUÉBEC ET REJOIGNENT PRÈS DE 5,8 MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS CHAQUE SEMAINE!



Encore plus de productions originales pour TVA

En plus des émissions rassembleuses comme *Révolution*, *La Voix* et *La vraie nature* et des incontournables comme *Salut*, *Bonjour!*, *Le Tricheur*, *Ça finit bien la semaine* et *Deux filles le matin*, TVA a accéléré, en 2019, la production de nouveaux contenus originaux dans une foule de genres diversifiés.

- **Alerte Amber**, série de fiction
- **Studio G**, variétés
- **Autiste, bientôt majeur**, docu-réalité
- **Animaux à la retraite**, série documentaire
- **Les invisibles**, série de fiction
- **Un zoo pas comme les autres**, docu-réalité
- **Mont Tétons**, série documentaire



DES ÉMISSIONS MILLIONNAIRES

Du lundi au dimanche, en heure de pointe, TVA rassemble les téléspectateurs notamment grâce à ses multiples émissions phares dont les cotes d'écoute dépassent le million de téléspectateurs. Ce fut entre autres le cas pour les émissions suivantes.

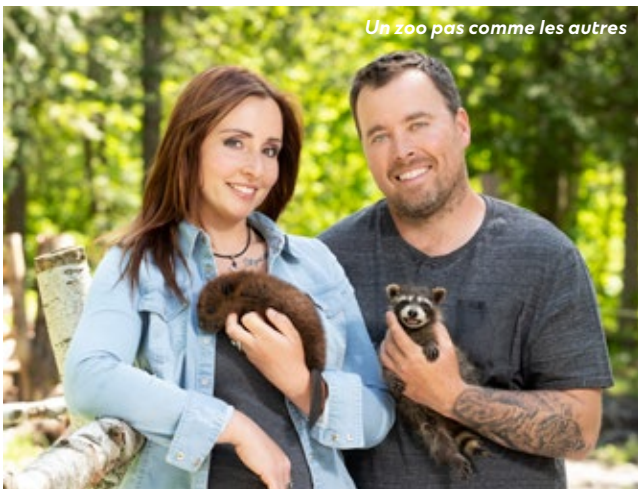
- **La Voix**, dont la popularité ne s'essouffle pas, a rassemblé près de 2 millions de téléspectateurs, totalisant une part de marché de 52,8 %.
- **Alerte Amber**, grande nouveauté de l'automne 2019, a effectué une entrée fracassante pour sa première saison avec des cotes d'écoute de 1 525 000 téléspectateurs et une part de marché de 36,4 %.
- **Révolution** a confirmé son statut d'émission incontournable au Québec avec des cotes d'écoute de 1 379 000 téléspectateurs et une part de marché de 34,3 %.
- **Artis, le Gala**, animé pour une deuxième année par Maripier Morin et Jean-Philippe Dion, a rejoint 1 843 000 de Québécois, pour un total de 59,4 % de parts de marché.
- **L'échappée** a tenu ses 1 297 000 téléspectateurs en haleine au cours d'une saison haute en rebondissements, qui lui a permis d'atteindre 33,5 % de parts de marché.
- **L'heure bleue** a battu un record de saison en rejoignant 1 124 000 téléspectateurs et en obtenant une part de marché de 29 %.
- **Un zoo pas comme les autres** a touché le cœur des Québécois, qui ont été près d'un million à suivre les aventures des nouveaux pensionnaires du zoo, ce qui représente une part de marché de 25,4 %.
- **La rentrée TVA 2019** a donné le coup d'envoi de l'année en rassemblant 1 469 000 téléspectateurs, totalisant 46 % de parts de marché.

LES MATINÉES SALUT, BONJOUR!

Le magazine d'information *Salut, Bonjour!* a obtenu, du lundi au vendredi, une remarquable part de marché de près de 43 %. Lorsque l'on y additionne les résultats de l'édition du week-end, c'est une moyenne de 3,2 millions de téléspectateurs qui suivent Gino Chouinard, Ève-Marie Lortie et leurs équipes chaque semaine.



Salut, Bonjour!



Un zoo pas comme les autres



DES ÉMISSIONS BIEN ANCRÉES DANS LE QUOTIDIEN

Signe du grand attachement des Québécois envers TVA, plusieurs émissions phares ont célébré des anniversaires importants en 2019.

- 25^e saison de *Salut, Bonjour! Week-end*
- 20^e saison de *Deux filles le matin*
- 15^e saison de *Denis Lévesque*
- 10^e saison de *Ça finit bien la semaine*

TVA, À LA RENCONTRE DES TÉLÉSPECTATEURS PARTOUT EN RÉGION!

TVA est allé à la rencontre de ses téléspectateurs partout au Québec afin de leur faire vivre des expériences uniques. En voici quelques-unes.

- Quatre cents fans ont eu la chance de rencontrer les coaches et les animateurs de *La Voix* et de visionner en primeur l'émission du dimanche soir au Centre Vidéotron.
- Quarante familles du Québec ont pu passer une journée inoubliable au fameux Zoo Miller de l'émission *Un zoo pas comme les autres*.
- Des artistes de la grande famille de TVA, dont Marie-Claude Barrette, Pierre Jobin, Nathalie Clark, Stéphane Turcot, Jean-Philippe Dion, Sarah-Jeanne Labrosse ainsi qu'Ève-Marie Lortie et l'équipe de *Salut, Bonjour! Week-end*, ont célébré l'hiver avec les Québécois lors du Carnaval de Québec.



TVA.ca, pour ne rien manquer

Le nombre de visionnements sur TVA.ca a connu une spectaculaire augmentation de près de 38 %, en 2019, totalisant près de 32,3 millions de visionnements.

Plus précisément, les visionnements des épisodes en rattrapage ont augmenté de 32 %, alors que ceux de TVA en direct sur le Web ont bondi de plus de 46 %.



TVA Nouvelles et LCN, les références en information au Québec

En 2019, *TVA Nouvelles* s'est retrouvé encore une fois en tête de classement de son créneau alors que LCN a réitéré sa position de chaîne spécialisée la plus regardée au Québec. Les auditoires cumulés des bulletins de 18 h de *TVA Nouvelles* et de LCN ont même dépassé le million de téléspectateurs à plusieurs reprises, en 2019. Leur moyenne combinée se chiffre à 778 000 téléspectateurs, un résultat qui double celui de son principal concurrent. Ces succès se sont aussi reflétés sur le site Web de *TVA Nouvelles* et sur son application, avec un total de 899 millions de pages vues.

Lors du premier débat francophone de la dernière campagne électorale fédérale, les Québécois ont été plus d'un million à suivre le *Face-à-face 2019* en simultanée à LCN et sur les ondes du Réseau TVA. Le dévoilement des résultats de la campagne sur les deux chaînes a quant à lui réuni près d'un million de téléspectateurs, ce qui représente une part de marché de 32,4 %. Ces résultats surpassent, une fois de plus, ceux de ses concurrents.

Enfin, l'émission de journalisme d'enquête *J.E.*, qui en est à sa 27^e saison, a été revampée. Près de 600 000 téléspectateurs ont bénéficié des enquêtes présentées par *J.E.*, en 2019.

DES CHAÎNES SPÉCIALISÉES QUI PERFORMENT : LCN TOUJOURS EN TÊTE

Couvrant les domaines de l'information, du sport et du divertissement, les chaînes spécialisées de Groupe TVA sont les plus regardées au Québec. Elles détiennent 14,7 % de parts de marché.

LCN

Indétrônable, LCN est demeurée de loin la chaîne spécialisée n° 1 au Québec avec des parts de marché de 5 %, en 2019. Elle s'est également classée au deuxième rang parmi les chaînes généralistes auprès des 25-54 ans, entre 6 h et 18 h.

TVA SPORTS

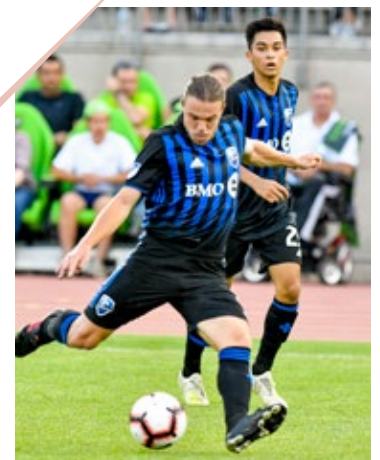
L'année 2019 a débuté en force à TVA Sports avec l'arrivée du réputé animateur Jean-Charles Lajoie et de son émission *JiC*, présentée les soirs de semaine de 17 h à 19 h. Cet ajout a notamment permis à la chaîne de bonifier son offre de programmation originale et de contribuer à la croissance de 0,2 % de la part de marché de TVA Sports en 2019. Parallèlement, plus de 117 millions de pages ont été vues sur le site Web de TVA Sports, ce qui représente une hausse de 45 % comparativement à 2018 ainsi que le meilleur résultat annuel de son histoire. Les réseaux sociaux de TVA Sports ont également enregistré une hausse de 118 % de leur achalandage.

Toujours dans le feu de l'action, TVA Sports est la destination par excellence pour suivre les exploits des athlètes de toutes les disciplines sportives. En 2019, certains sports ont retenu l'attention des téléspectateurs.

- **Hockey :** TVA Sports est demeurée la chaîne de hockey par excellence pour les amateurs du Québec. Ceux-ci ont pu suivre près de 300 matchs, dont ceux de la LNH et des Canadiens de Montréal les samedis soirs, tous les matchs des séries éliminatoires en exclusivité francophone, en plus des matchs de la LHJMQ, de la LCH et de la Coupe Memorial.
- **Soccer :** Diffuseur francophone exclusif de l'Impact et diffuseur officiel de la MLS, TVA Sports a présenté près de 60 rencontres en 2019, incluant tous les matchs du Bleu-blanc-noir ainsi que ceux des séries, en plus de la finale et du match des étoiles de la MLS.
- **Tennis :** TVA Sports a présenté 120 heures d'action lors des tournois masculin et féminin de la Coupe Rogers 2019, qui ont couronné la Canadienne Bianca Andreescu, à Toronto, et Rafael Nadal, à Montréal. Par ailleurs, la chaîne a renouvelé, en octobre 2019, son entente avec la WTA, qui s'étirera jusqu'à la fin de 2022. Les abonnés pourront ainsi continuer à suivre les performances des meilleures joueuses de tennis au monde.
- **Baseball :** En 2019, le baseball a connu un gain de popularité sur les ondes de TVA Sports, avec un auditoire en hausse de 40 % pour les matchs des Blue Jays de Toronto, de 82 % pour les autres matchs de la Ligue majeure de baseball et de 36 % pour ceux des séries éliminatoires.

TVA SPORTS DIRECT, les sports en continu

Pour permettre aux amateurs de sport de ne rien manquer, TVA Sports a lancé, en mars 2019, sa nouvelle plateforme de diffusion en continu TVA Sports Direct. Offrant la possibilité de regarder du contenu en direct ou sur demande, cette nouvelle plateforme est accessible sur tous les écrans.



ZESTE

Depuis son acquisition par Groupe TVA, en février 2019, Zeste, la seule chaîne de télévision francophone et québécoise à offrir un contenu 100 % culinaire, a connu une augmentation significative de ses parts de marché ainsi qu'une hausse d'auditoire remarquable de 35 % à l'automne 2019 chez les 25-54 ans.

ÉVASION

Couvrant principalement les domaines des voyages et du tourisme, Évasion, également acquise en février 2019, a connu un bel essor avec une hausse moyenne de 9 % de son auditoire, en 2019. Elle s'est particulièrement démarquée à l'automne alors qu'elle a connu une croissance de son auditoire de 32 % chez les 25-54 ans. Les 5 émissions les plus regardées sur Évasion sont des productions originales québécoises, telles que *Soleil tout inclus*, *Les vacances de Monsieur Bruno* et *Monstres d'eau douce – prédateurs préhistoriques*.

MOI ET CIE

Poursuivant son virage vers les histoires vraies et les docu-réalités, MOI ET CIE a rallié un vaste public en franchissant la barre du million d'abonnés, en 2019. Ce succès peut notamment être attribué à l'excellente programmation, dont *Autiste, bientôt majeur*, une production originale qui a été l'émission la plus regardée sur les chaînes spécialisées de divertissement au Québec en 2019. De plus, MOI ET CIE a vu son auditoire augmenter de 37 % à l'automne 2019 comparativement à l'automne 2018. À souligner que la chaîne était en débrouillage à l'automne 2018, faisant ainsi des résultats de 2019 un succès encore plus grand.

CASA

Chef de file dans le domaine de la rénovation, de la décoration et de l'immobilier, CASA a vu, en 2019, son auditoire augmenter de 11 % comparativement à 2018. Ses productions originales telles que *Viens voir mes rénos*, *Combien vaut cette maison?*, *Du cœur et des bras* et *Les rénos d'Hugo* se sont particulièrement démarquées au cours de l'année.

ADDIK^{TV}

Rendez-vous incontournable pour les adeptes d'intrigues et de suspense, addik^{TV} a présenté sur ses ondes trois émissions qui se sont hissées dans les dix premiers rangs des émissions les plus écoutées chez les 25-54 ans, toutes chaînes spécialisées de divertissement confondues. La production originale *Victor Lessard : Violence à l'origine* s'est classée en deuxième position de ce palmarès.



YOOPA

Yoopla, qui s'adressait jusqu'alors aux petits de 2 à 6 ans, a créé un tout nouveau volet, Yoo+, destiné aux jeunes de 10 à 12 ans. Grâce à une programmation à la fois variée et divertissante, Yoo+ a permis d'atteindre une hausse de 8 % de la portée hebdomadaire de la chaîne comparativement à celle de 2018.

PRISE2

Rendez-vous par excellence pour découvrir ou redécouvrir les séries et films cultes d'ici et d'ailleurs, Prise2 a été la chaîne spécialisée de divertissement la plus regardée en 2019 durant la journée, de 6 h à 18 h, parmi les chaînes de Groupe TVA.

INCENDO

Incendo est une entreprise canadienne spécialisée dans la production et la distribution de films et d'émissions de télévision destinés au marché mondial. Elle est également responsable de la distribution cinématographique en salle au Québec des films de Paramount Pictures. Basée à Montréal, la compagnie possède aussi des bureaux à Toronto et à Los Angeles.

ARRIVÉE OFFICIELLE AU SEIN DE GROUPE TVA

À la suite de son acquisition, en avril 2019, Incendo a misé sur la consolidation de ses activités au sein de Groupe TVA et la création de synergies avec l'ensemble du groupe. Incendo a notamment accéléré son processus de développement lié aux activités de production et de distribution en télévision afin de bien se positionner face à l'évolution du marché. Cette optimisation permettra à l'entreprise d'accroître son rythme de production en 2020 et d'effectuer une transition de sa production de films à suspense vers la production de comédies romantiques et de séries dramatiques pour répondre à la demande des acheteurs internationaux.

Depuis avril 2019, Incendo a produit 5 films destinés aux marchés internationaux, tous tournés à Montréal en langue anglaise. Ses films à suspense produits en 2019 seront diffusés dans plus de 50 pays au cours des 3 prochaines années et rejoindront des dizaines de millions de téléspectateurs. De plus, depuis juin 2019, plusieurs films d'Incendo sont disponibles sur la plateforme Prime Video, d'Amazon, dans plus d'une vingtaine de pays, ce qui permet ainsi d'augmenter la visibilité et le rayonnement de ces œuvres.

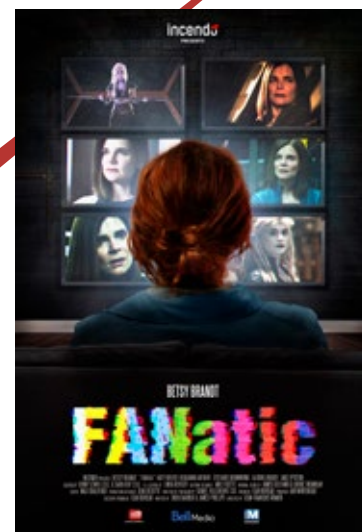
Une expertise reconnue mondialement

En 2019, Incendo a récolté 12 nominations pour divers prix internationaux, notamment dans les catégories suivantes :

- Meilleur film pour la télévision, aux prestigieux C21 International Drama Awards, à Londres, pour *The Sisterhood*;
- Meilleur film pour la télévision, aux Seoul International Drama Awards, pour *Radio Silence*;
- Meilleure performance pour une actrice, aux Actra Montreal Awards, pour Katy Breier dans le film *FANatic*.



EN 2019, 80 % DES FILMS PRODUITS PAR INCENDO ONT ÉTÉ RÉALISÉS PAR DES FEMMES, CE QUI REPRÉSENTE 4 FILMS SUR 5!



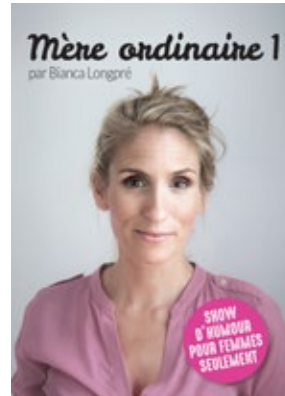
TVA FILMS

Avec un catalogue comprenant plus de 1 000 titres de films québécois et étrangers, de séries télévisées, de spectacles d'humour et de documentaires, TVA Films est depuis plus de 20 ans un joueur important sur le marché canadien de la distribution de contenus audiovisuels. Son équipe est responsable de toutes les étapes entourant la commercialisation des produits de son catalogue, du marketing à la promotion, jusqu'à la vente.

UN CANAL EFFICACE POUR FAIRE RAYONNER LE TALENT QUÉBÉCOIS

Accordant une importance particulière au rayonnement des artistes québécois, TVA Films assure la distribution de leurs produits sur différentes plateformes, notamment dans les salles de cinéma, en vidéo sur demande, en DVD, sur le Web et à la télévision. Ce fut notamment le cas pour les spectacles *Mère ordinaire*, de Bianca Longpré, *Drôle de vie*, de Michel Barrette, *Gouache*, de Simon Gouache, et *Rien qu'une gosse*, de Dominic Paquet. TVA Films a aussi collaboré à la mise en marché d'un coffret de 5 DVD regroupant 200 courts métrages dans le cadre du 15^e anniversaire de Wapikoni Mobile, un organisme à but non lucratif soutenant la formation et la création audiovisuelles chez les Premières Nations.

Enfin, TVA Films a offert aux cinéphiles des productions françaises de haute qualité, dont *Au bout des doigts* et *Les aventures de Rémi* ainsi que des productions étrangères comme *The Peanut Butter Falcon* et *Léo Da Vinci : Mission Mona Lisa*.



MELS

MELS est l'une des plus grandes entreprises de services auprès des producteurs de cinéma et de séries télévisées au Canada. Reconnue mondialement pour ses studios de tournage, ses équipements et sa main-d'œuvre hautement qualifiée, elle propose une gamme complète de services incluant la préproduction, le tournage, la postproduction image et son, les effets visuels ainsi que la distribution physique et numérique.

DES STUDIOS DE TOURNAGE POUR LES PETITS ET GRANDS PROJETS

MELS dispose de 20 studios de tournage situés à Montréal, à Saint-Hubert et à Québec. Avec près de 215 000 pieds carrés de studios de tournage et 75 000 pieds carrés de bureaux de production, les studios de MELS ont été bien convoités en 2019 et ont notamment accueilli les tournages de *Fatherhood*, *La Voix 8*, *Merci pour tout*, *Dreamland*, *Passe-partout* et *Victor Lessard 3*.

UNE EXPERTISE EN EFFETS VISUELS

MELS continue de se positionner parmi les joueurs actifs en effets visuels au Québec. L'expertise des artisans de MELS a été requise pour différents projets québécois, dont *Alerte Amber*, *La femme de mon frère*, *Les Honorables* et *Épidémie* ainsi que pour plusieurs longs métrages et projets internationaux comme *Ad Astra*, *Dark Phoenix*, *Good Sam* et *The Lodge*.

LE DERNIER LABORATOIRE PHOTOCHIMIQUE AU CANADA

MELS dispose du seul laboratoire photochimique professionnel accrédité par Kodak au Canada et d'un des derniers en Amérique offrant les services argentiques pour le cinéma. MELS a connu, en 2019, son année la plus prolifique depuis 2010 avec 1 801 953 pieds de pellicule développée. Son équipe hautement qualifiée et expérimentée a mis à profit son expertise notamment pour les films *Kuessipan*, *14 jours*, *12 nuits*, *See* et *Billie Holliday*.

LES 7 PREMIERS RÉCIPIENDAIRES DU FONDS MELS DÉVOILÉS

Lancé en février 2019, le Fonds MELS, un programme d'aide à la production cinématographique québécoise visant autant les jeunes créateurs que les artisans bien établis, a dévoilé ses récipiendaires durant l'été. Au total, une valeur de 1 M\$ en services de location d'équipement, de postproduction image et son ainsi que d'effets visuels a été octroyée à des réalisateurs et producteurs québécois de longs métrages de type documentaire ou fiction à petit budget (1,5 M\$ et moins).

Récipiendaires du Fonds MELS 2019

ERRANCE SANS RETOUR

Scénarisation et réalisation :

Olivier Higgins, Mélanie Carrier

Production : Mö Films

FEMMES AU SOMMET

Scénarisation : Caroline Côté

Réalisation : Florence Pelletier,
Caroline Côté

Production : Les Films Denali inc.

GRAND NORD

Scénarisation et réalisation :

Annick Blanc

Production : 9244-0241 Québec inc.

LE SANG DU PÉLICAN

Scénarisation et réalisation :

Denis Boivin

Production : Productions Dionysos inc.

LES RAYONS GAMMA

Scénarisation et réalisation :

Henry Bernadet

Production : COOP Vidéo de Montréal

NITASSINAN

Scénarisation : Réginald Volland,

Carlos Ferrand, Joséphine Bacon

Réalisation : Carlos Ferrand,
Joséphine Bacon

Production : 9104-0998 Québec inc.

NULLE TRACE

Scénarisation et réalisation :

Simon Lavoie

Production : 9402-6937 Québec inc.



Une année riche en projets

Studios de tournage et location d'équipements :

- 60 projets

Doublage :

- 67 séries
- 5 téléfilms
- 1 documentaire
- 10 livres audio
- 829 heures doublées en 2019

Sous-titrage :

- 550 longs métrages
- 345 séries

Vidéodescription :

- 104 séries
- 171 longs métrages
- 8 documentaires
- 18 variétés

Postproduction publicitaire :

- 264 projets

Effets visuels :

- 35 projets télévisés québécois
- 26 longs métrages et projets internationaux



MELS Finition image :

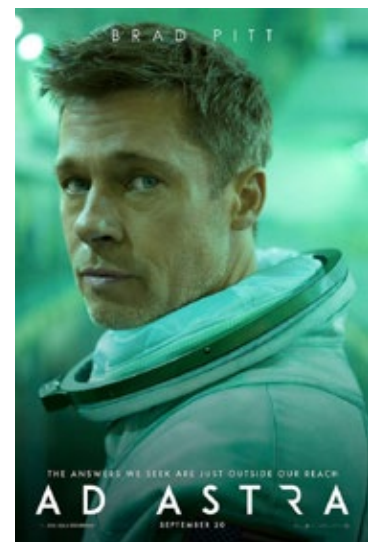
- 17 longs métrages
- 19 séries télévisées
- 3 courts métrages
- 8 projets divers (documentaires uniques ou séries, variétés, magazines)
- 2 séries Web
- 11 restaurations de films

MELS Services sonores :

- 34 longs métrages
- 40 séries télévisées
- 40 documentaires uniques, séries ou films à budget moyen
- 15 variétés
- 8 magazines télévisés
- 6 courts métrages
- 4 séries Web
- 3 projets pour entreprises
- 8 téléfilms
- Un minimum de 40 heures par semaine de surimpression vocale ou VD
- 1 projet de jeux et applications

Division mobile de production :

- 208 jours de tournage



QUÉBECOR CONTENU

Unité d'affaires à part entière, Québecor Contenu crée, développe, exporte, acquiert et diffuse sur les plateformes de Québecor le meilleur des contenus en français d'ici et d'ailleurs. Partenaire privilégié des producteurs, des artistes et des artisans québécois, Québecor Contenu est fière de faire rayonner le grand talent des créateurs d'ici tant au Québec que sur la scène internationale.

DES CONTENUS CRÉÉS ICI, PAR DES ARTISANS D'ICI, AVEC LES MEILLEURS TALENTS D'ICI

Convaincue de la nécessité d'investir dans la culture québécoise et d'offrir des contenus en français, distinctifs et de grande qualité pour maintenir l'intérêt des téléspectateurs d'ici, Québecor Contenu a diffusé 81 productions originales en 2019 sur Club illico, TVA et ses chaînes spécialisées. Séries, émissions de variétés et de style de vie, galas télévisés, documentaires et plus encore : les genres continuent de se multiplier dans le catalogue de productions originales de Québecor Contenu.

LE MEILLEUR DES TALENTS ET DES SUCCÈS QUÉBÉCOIS EXPORTÉS À L'INTERNATIONAL

Grâce aux liens privilégiés qu'elle a su développer avec les plus grands joueurs mondiaux de la télévision, Québecor Contenu continue de maximiser la vente de ses productions et formats originaux à l'international. Les revenus générés par l'exportation des contenus développés ici continuent de croître et permettent de réinjecter de l'argent dans la création et la production de contenus originaux, en plus de faire rayonner le talent québécois partout dans le monde.



RÉVOLUTION rayonne au Québec et à l'international!

Véritable phénomène télévisuel au Québec, *Révolution*, un format unique développé par Québecor Contenu et Fair-Play, a connu un grand succès à l'international dès sa première année sur le marché. Il a notamment été diffusé en Chine, en Russie et en Lituanie, en plus d'être en développement ou en option en Pologne, en Espagne, en Belgique et en France. Nommé Format de l'année par le réputé magazine *Playback*, *Révolution* a également été en nomination pour les prestigieux prix Rose d'Or.



Les Honorables



©YAN TURCOTTE

FORMATS PRODUITS OU EN PRODUCTION À L'INTERNATIONAL

- **Révolution**, en Chine, en Lituanie et en Russie
- **Les Beaux malaises**, en Serbie
- **Boomerang**, en Suède
- **Pour Sarah**, en France

FORMATS EN DÉVELOPPEMENT OU SOUS OPTION DANS PLUS DE 20 MARCHÉS

- **Révolution**, en Belgique, en France, en Espagne et en Pologne
- **Les Beaux malaises**, au Royaume-Uni, en Finlande, aux États-Unis et aux Pays-Bas
- **Blue Moon**, aux États-Unis
- **Boomerang**, en Amérique latine et en Allemagne
- **Combien vaut cette maison?**, en France
- **Fugueuse**, en France et aux États-Unis
- **Les Honorables**, en France et dans plusieurs autres pays de la Francophonie
- **L'imposteur**, au Canada anglais et aux États-Unis
- **Mensonges**, au Canada anglais
- **Victor Lessard**, au Canada anglais

DE GRANDS TITRES INTERNATIONAUX OFFERTS EN FRANÇAIS, AU QUÉBEC

En plus des productions originales, Québecor Contenu mise sur l'acquisition des meilleurs contenus provenant de la scène internationale. Productions primées, franchises incontournables, séries-événements : les acquisitions réalisées par Québecor Contenu rejoignent tous les âges et tous les goûts.

ET MAINTENANT... LE CINÉMA QUÉBÉCOIS

Québecor Contenu a annoncé, en 2018, son intention de redevenir un joueur actif en production de films québécois. L'industrie a accueilli cette nouvelle avec enthousiasme, comme en témoignent la centaine de projets qui ont été présentés à Québecor Contenu depuis l'annonce. Plusieurs d'entre eux sont déjà en développement ou en production.



Combien vaut cette maison?

Journaux

LE JOURNAL DE MONTRÉAL, LE JOURNAL DE QUÉBEC ET LE 24 HEURES

Piliers sur lesquels l'entreprise a été érigée, les journaux de Québecor constituent le plus grand groupe de presse au Québec en termes de portée. Ensemble, ils rejoignent chaque semaine plus de 4 millions de lecteurs au Québec sur leurs différentes plateformes, ce qui représente plus d'un Québécois sur deux.

En 2019, *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* ont dévoilé leur nouvelle signature : Un vrai journal, un journal vrai. À l'ère où les fausses nouvelles font ravage, *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* sont fiers d'être des références indéniables pour distinguer le vrai du faux en produisant une information rigoureusement vérifiée et équilibrée, grâce au travail minutieux auquel se livre chaque jour sa vaste équipe de journalistes, dont celle du Bureau d'enquête de Québecor.

Les éditions papier des journaux de Québecor demeurent incontestablement les plus populaires parmi l'ensemble de ses plateformes, rejoignant à elles seules 3 302 000 de lecteurs. Si plusieurs concurrents se consacrent désormais uniquement au numérique, Québecor tire une grande fierté de son engagement à conserver un modèle d'affaires qui combine les deux.

LE JOURNAL DE MONTRÉAL, ENCORE ET TOUJOURS N°1 AU QUÉBEC

Comptant une avance de plus de 26 % sur son plus proche concurrent, *Le Journal de Montréal* demeure incontestablement au premier rang des quotidiens au Québec avec près de 3 millions de lecteurs chaque semaine sur toutes ses plateformes. Il est le seul quotidien au Québec, avec *Le Journal de Québec*, à produire une version papier de son journal 7 jours sur 7. Sa version imprimée rejoint chaque semaine 2 251 000 lecteurs et est de loin la plus lue au Québec.

LE JOURNAL DE MONTRÉAL :
PRÈS DE **3 MILLIONS DE LECTEURS**
PAR SEMAINE SUR TOUTES
LES PLATEFORMES.





LE JOURNAL DE QUÉBEC :

**1 495 000 LECTEURS REJOINTS
CHAQUE SEMAINE, TOUTES
PLATEFORMES CONFONDUES.**

**LE JOURNAL DE QUÉBEC EN TÊTE DANS LA GRANDE
RÉGION DE QUÉBEC ET DANS L'EST-DU-QUÉBEC**

Chef de file incontesté dans sa région, *Le Journal de Québec* demeure le quotidien n° 1 à Québec tous les jours de la semaine, tant en ce qui concerne l'édition imprimée que celle numérique ou multiplateforme. Il rejoint chaque semaine 1 495 000 lecteurs toutes plateformes confondues. Sa version papier, comptant 1 070 000 lecteurs chaque semaine, évince toute compétition avec plus d'un demi-million de lecteurs d'avance sur son plus proche concurrent.

**LE JOURNAL 24 HEURES, UN INCONTOURNABLE POUR
LES MILLÉNARIAUX URBAINS**

Prisé par les millénariaux urbains, actifs, éduqués et multiculturels de la métropole, le journal gratuit *24 heures* est une plateforme de prédilection pour les annonceurs qui ciblent cette clientèle très convoitée. Il rejoint chaque semaine, dans la grande région de Montréal, 995 000 lecteurs, dont 943 000 pour sa version papier uniquement.

Des imprimeries pour les journaux de Québecor ainsi que pour plusieurs clients externes

Imprimerie Mirabel, une filiale de Québecor, est responsable de l'impression du *Journal de Montréal* et du quotidien gratuit *24 heures*. Grâce à son usine hybride moderne, elle offre ses services tant pour l'impression de journaux que de circulaires commerciaux. En 2019, Imprimerie Mirabel a conclu plusieurs ententes visant l'impression de journaux avec de nouveaux clients tels que les Éditions Nordiques (quatre journaux), le groupe Viva Média (trois journaux) ainsi que les éditeurs américains De Capo Publishing (deux journaux), Addison Independent (trois journaux) et Beacon News (une publication mensuelle). Elle a également signé des ententes avec Centre Hi-Fi et Tropicazoo, deux nouveaux clients du secteur de la vente au détail.

Québecor possède également des presses à Québec qui réalisent l'impression du *Journal de Québec*. En 2019, l'imprimerie de Québec a signé un important contrat avec le groupe Journal.ca inc. pour l'impression de ses neuf journaux de quartier ainsi que de ses journaux d'affaires, *Nouvelles Économiques* et *Le Journal des parcs industriels*.



Bureau d'enquête

Regroupement de professionnels de l'information issus de tous les médias de Québec, le Bureau d'enquête produit des textes pour les journaux, les sites Web et les applications des médias d'information de l'entreprise, en plus de diffuser des livres, des reportages télé, des dossiers interactifs sur le Web et des baladodiffusions sur QUB radio et de rendre disponibles des documentaires sur Club illico.

UN TRAVAIL ESSENTIEL

Véritable référence en matière d'enquêtes journalistiques au Québec, le Bureau d'enquête de Québec a produit en 2019 plus de 200 dossiers et textes de nouvelles qui ont été diffusés dans les médias de Québec ainsi que sur plusieurs autres plateformes de l'entreprise. Plus de 150 d'entre eux ont paru à la une du *Journal de Montréal* au cours de 2019.

Le Bureau d'enquête a encore une fois permis d'informer la population québécoise et de rectifier plusieurs situations douteuses ou scandaleuses en révélant au grand jour une multitude de dossiers d'intérêt public qui, autrement, seraient restés cachés. Les démarches du Bureau d'enquête ont mené entre autres :

- à la publication du livre *PLQ inc.*, qui a rapidement remporté un grand succès de vente;
- au congédiement de quatre hauts gradés de la Caisse de dépôt et placement du Québec après le dévoilement de révélations troublantes sur l'éthique dans une de ses filiales;
- au congédiement du patron du Salon du livre de Québec à la suite d'une enquête sur son allocation de dépenses;
- à des révélations-chocs sur la conduite douteuse de certaines enquêtes à l'Unité permanente anticorruption (UPAC);
- au dévoilement de la première grande compilation des salaires de tous les maires du Québec;
- à l'obtention d'informations compromettantes sur l'industrie du recyclage et des centres de tri;
- à la révélation ayant conduit à la fin d'un controversé séjour au spa organisé par Médecins francophones du Canada, en partie aux frais des contribuables.



Agence QMI

Offrant une couverture en continu de l'actualité canadienne, Agence QMI est une agence de presse intégrée au service des médias de Québec. Elle produit des contenus journalistiques écrits et visuels qui couvrent tous les secteurs de l'actualité, allant de la politique à la culture, aux faits divers et aux sports, en passant par des sujets de société et d'affaires. Ses pupitreurs, journalistes et photographes expérimentés assurent depuis 10 ans une production rigoureuse et de qualité, diffusée aussi bien dans l'imprimé qu'à la télévision ou sur Internet.

©PASCAL GIRARD/AGENCE QMI



La Sûreté du Québec enquête sur une altercation au cours de laquelle une personne a été gravement blessée.

Le nouveau pont Samuel-De Champlain a été ouvert à la circulation, en direction de Montréal.



©ANDY ST-ANDRÉ/TVA NOUVELLES/AGENCE QMI

Radio

QUB RADIO

Créée par l'équipe NumériQ de Québecor et lancée en octobre 2018, QUB radio, la toute première radio numérique de Québecor, a bousculé les conventions en se modulant aux nouvelles habitudes de consommation médiatique des Québécois. Accessible en tout temps sur le Web ou sur son application mobile, QUB radio offre une programmation d'émissions à écouter en direct ou sur demande ainsi qu'un vaste choix de baladodiffusions de tous genres.

UNE ÉMISSION MATINALE À LA CARTE

QUB radio a lancé une innovation de taille, en 2019, en proposant pour la rentrée *Dutrizac sur mesure*, un tout nouveau format d'émission matinale permettant à l'auditeur de personnaliser son écoute en choisissant les segments qui l'intéressent et en les classant dans l'ordre qu'il souhaite. Grâce à une couverture complète de l'actualité, aux bulletins de nouvelles du jour présentés par Alexandre Dubé et aux multiples entrevues menées par notamment Félix Séguin, Caroline St-Hilaire et Mario Dumont, les auditeurs de *Dutrizac sur mesure* ont l'embaras du choix.

LE GUIDE DE L'AUTO DÉBARQUE SUR QUB RADIO

Visant à enrichir encore davantage son offre de contenu radiophonique, QUB radio a lancé, en avril 2019, une nouvelle émission mettant en vedette le Guide de l'auto, une marque multiplateforme dont Québecor a fait l'acquisition en 2018. Avec Antoine Joubert et Germain Goyer à l'animation, l'émission *Le guide de l'auto* est devenue un incontournable du week-end sur QUB radio.

Le succès de QUB radio se poursuit!

- Plus de 238 000 téléchargements de l'application QUB radio.
- Plus de 9 M d'extraits audio écoutés.
- Plus de 8,7 M de baladodiffusions téléchargées.
- Plus de 1,9 M de visiteurs uniques sur le site Web *qub.radio* en 2019.

*Chiffres couvrant la période du 1^{er} octobre 2018 au 29 février 2020.





Antoine Robitaille et Jonathan Trudeau, dans le nouveau studio de Québec.

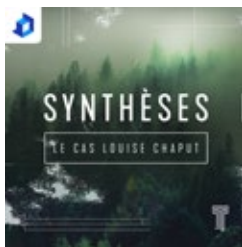
CONSTRUCTION D'UN NOUVEAU STUDIO À QUÉBEC

Afin d'offrir une couverture encore plus large sur le terrain partout au Québec, QUB radio a procédé à la construction d'un studio dans la ville de Québec. Ce nouveau studio a ouvert ses portes en juin 2019 et s'ajoute au studio principal de QUB radio, situé en plein cœur du centre-ville de Montréal.

UNE IMPRESSIONNANTE OFFRE DE BALADOS

Depuis son lancement, QUB radio est rapidement devenue un incontournable dans le créneau de la baladodiffusion. En 2019, 23 nouvelles séries audio ont vu le jour. Abordant une multitude de sujets pour tous les goûts, les baladodiffusions de QUB radio sont animées par une foule de voix aussi pertinentes que différentes. Voici quelques grands succès et nouveautés de l'année.

LE BALADO *LE JEU*, PRODUIT EN COLLABORATION AVEC AMALGA, A **REMPORTÉ LE NUMIX** DANS LA CATÉGORIE **CONVERSATIONS ET ENTRETIENS**.



- Dans le balado à succès *Pourquoi Julie?*, la journaliste Emilie Perreault cherche à comprendre ce qui a incité Julie Masse, grande vedette de la scène musicale québécoise des années 90, à quitter subitement le showbiz. Au-delà du mythe entourant le départ de la chanteuse, le balado explore le rapport qu'entretient la société québécoise face à la célébrité.
- Logeant dans le créneau du documentaire d'enquête criminelle, un genre qui a connu un essor fulgurant au cours des dernières années, *Synthèses 2, Le cas Louise Chaput*, a été lancé en novembre 2019. Cette nouvelle saison fait suite au succès critique et populaire de la première saison, sortie en 2018.
- Produit en collaboration avec le Bureau d'enquête de Québecor et NumériQ, *Narcos PQ*, une série de dix balados animée par les journalistes Félix Séguin et Brigitte Noël, a proposé une incursion inédite dans l'univers des narcotrafiquants québécois.
- *X1 MTL*, produit en collaboration avec TVA Sports, a offert aux amateurs de soccer un balado 100 % dédié à l'Impact de Montréal et à la MLS animé par Frédéric Lord, Hassoun Camara et Patrice Bernier.
- *Emmanuelle présente...* a permis aux auditeurs de découvrir qui sont les hommes et les femmes derrière certaines personnalités politiques du Québec grâce aux entrevues menées de front par la journaliste Emmanuelle Latraverse.

Magazines

TVA PUBLICATIONS

TVA Publications est le plus grand éditeur de magazines francophones du Québec et publie des titres anglophones parmi les plus populaires au Canada. Couvrant les domaines de la mode, de l'art de vivre, de la décoration et de l'actualité culturelle et artistique québécoise, les magazines de TVA Publications rejoignent un très vaste public.

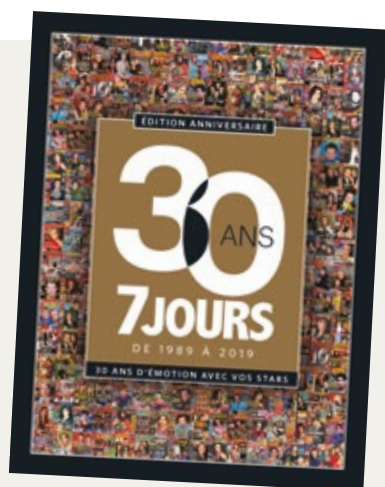
Réitérant son statut de chef de file au Québec et d'incontournable au Canada, TVA Publications a connu une croissance marquée de 7 % de ses lecteurs multiplateformes comparativement à 2018. Ses magazines ont rejoint près de 9 millions de lecteurs en 2019, soit 3,9 millions de francophones et 5,3 millions d'anglophones au Canada.

CLIN D'ŒIL, N° 1 EN MODE ET BEAUTÉ AU QUÉBEC

Véritable référence dans le domaine de la mode et de la beauté au Québec, le magazine *Clin d'œil* a vu son lectorat augmenter de 22 % par rapport à 2018. Il domine de loin ses plus proches concurrents avec 626 000 passionnés chaque mois, toutes plateformes confondues. En octobre 2019, *Clin d'œil* s'est refait une beauté et a changé son format. La nouvelle ligne éditoriale se veut plus complice, branchée et accessible. Cette transformation est accompagnée par une nouvelle version du site Web, qui propose une expérience utilisateur améliorée et une foule de nouveaux contenus exclusifs.

LE MEILLEUR DE L'ACTUALITÉ ARTISTIQUE QUÉBÉCOISE

Les hebdomadaires de TVA Publications, *7 Jours*, *Dernière heure*, *Échos Vedettes*, *La Semaine*, *Star Système* et *TV Hebdo*, continuent d'être la référence par excellence en matière d'actualité artistique et culturelle québécoise. Leurs versions imprimées et numériques rejoignent plus de 1,1 million de lecteurs. Chef de file incontesté en la matière, *7 Jours* demeure n° 1 avec 555 000 lecteurs.



7 Jours : 30 ans de complicité et d'émotion avec les artistes québécois!

7 Jours, le magazine n° 1 au Québec, a célébré son 30^e anniversaire en septembre 2019 avec le lancement d'un numéro anniversaire, un cocktail de célébration ainsi qu'une exposition souvenir à l'Espace musée du siège social de Québecor. Le magazine a profité de l'occasion pour lancer son nouveau site Web, créé par NumériQ, permettant aux Québécois de consulter au même endroit l'actualité artistique d'ici et d'ailleurs. Ce site Web renouvelé a connu une grande popularité, comme en témoignent les quelque 16 millions de pages vues depuis son lancement.



LES MAGAZINES ART DE VIVRE EN PLEINE CROISSANCE

Grâce à des marques fortes et bien établies telles que *Coup de pouce*, *Bel Âge*, *Good Times* et *Canadian Living*, les magazines art de vivre de TVA Publications ont connu une croissance de 12 % comparativement à 2018, avec plus de 6,3 millions de lecteurs multiplateformes. Ils demeurent une source incontournable d'information et d'inspiration à l'échelle du Canada.

Grâce à ses quelque 1,5 million de lecteurs toutes plateformes confondues, *Coup de pouce*, qui a célébré son 35^e anniversaire, domine son créneau. Il est le magazine imprimé payant francophone le plus lu, spécialement auprès des femmes de 18+, des millénariales et des femmes de 25-54 ans. De son côté, *Canadian Living* rejoint à lui seul plus de 4 millions de lecteurs, ce qui représente une hausse de plus de 13 % comparativement à 2018.

DES PILIERS DE LA DÉCORATION

Les magazines de décoration de TVA Publications ont affiché une hausse de 7 % de leur nombre de lecteurs multiplateformes par rapport à 2018, qui s'élève à plus de 2,7 millions. *Les idées de ma Maison* continue d'être la référence en décoration au Québec. Son nombre de lecteurs, se chiffrant à 720 000, a connu une croissance de 11 % comparativement à 2018. *Style at Home* demeure le magazine de décoration le plus lu au Canada, toutes plateformes confondues, chez les femmes 18+, les millénariales et les 35-64 ans.

UN NOUVEAU VENU CHEZ TVA PUBLICATIONS

À la suite de l'acquisition de Groupe Serdy par Groupe TVA, en février 2019, TVA Publications a pu ajouter *Espaces* à son éventail de magazines. Axé sur le plein air, l'aventure et le voyage, *Espaces* a connu une croissance de 24 % comparativement à 2018 et a rejoint 290 000 lecteurs multiplateformes.



Une édition spéciale pour les 40 ans du magazine CROC

TVA Publications, en collaboration avec la cofondatrice du magazine *CROC*, Hélène Fleury, et plusieurs membres de l'équipe d'origine, ont fait renaître, le temps d'une édition spéciale, le célèbre magazine humoristique québécois pour en souligner le 40^e anniversaire. La grande majorité des milliers de points de vente où cette édition spéciale était offerte se sont retrouvés en rupture de stock dans les 24 premières heures suivant sa sortie. Face à ce succès monstre, TVA Publications a procédé à une réimpression pour répondre à l'incroyable demande.





Distribution

MESSAGERIES DYNAMIQUES

Messageries Dynamiques est le premier distributeur de journaux et de magazines au Québec. Son puissant réseau de distribution dessert 7 200 points de vente chez les détaillants, 4 600 restaurants et près de 190 000 foyers.

En 2019, Messageries Dynamiques a assuré la distribution de 39,6 millions d'exemplaires de journaux, dont *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec* et *Le Devoir*. Elle a également distribué en kiosque 33,1 millions de magazines comprenant plus de 3 000 titres, dont les incontournables *7 Jours*, *La Semaine*, *Allô Vedettes*, *Ricardo*, *Coup de pouce*, *Châtelaine* ainsi que les magazines français *Paris Match* et *Science & Vie*.

Messageries Dynamiques est également responsable de la gestion de certains centres d'appels de Québec. En 2019, elle a géré quelque 6 100 appels par semaine pour les clients des journaux de Québec et plus de 1 000 appels pour les abonnés des magazines de TVA Publications.

De plus, poursuivant les actions qu'elle a entreprises en 2018, Messageries Dynamiques continue de maximiser son réseau et de diversifier ses services pour assurer sa croissance en intégrant la distribution de 1,8 million d'exemplaires de magazines de TVA Publications à son service de distribution de journaux à domicile.

MESSAGERIES A.D.P.

Partenaire privilégié et exclusif de plus de 260 éditeurs québécois et européens francophones, Messageries A.D.P. est le plus important diffuseur et distributeur de livres papier et numériques de langue française au Canada. Elle possède une force de frappe unique sur le marché de la diffusion et de la distribution dans les librairies, les grandes chaînes de vente au détail, les écoles et les bibliothèques.

ACCUEIL DE NOUVEAUX ÉDITEURS AU SEIN DE MESSAGERIES A.D.P.

En 2019, Messageries A.D.P. a augmenté la capacité de stockage et de traitement de son entrepôt afin d'être prête à accueillir les ouvrages des nouveaux éditeurs qui ont joint ses rangs à la suite de la signature d'une entente majeure avec Hachette Canada, une filiale de Hachette Livres, le plus important éditeur de livres de langue française au monde. Ses équipes ont ainsi distribué en 2019 plus de 67 800 titres différents, soit 59 % de plus que l'an dernier, et près de 6,9 millions de livres au Canada, ce qui représente 28 % de plus qu'en 2018.

Numérique

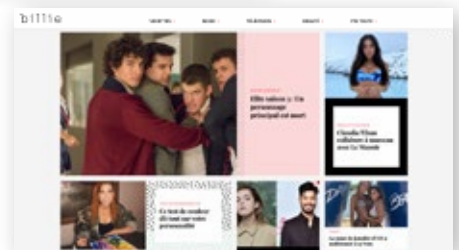
NUMÉRIQ

Centre d'expertise et d'innovation de Québec, NumériQ se spécialise notamment en création de contenu et de marques multiplateformes, en gestion de performance ainsi qu'en commercialisation de contenus numériques, tant pour l'ensemble des filiales de Québec que pour des clients externes. NumériQ est également responsable de la création de QUB radio ainsi que de sa gestion et de ses activités depuis son lancement, en octobre 2018.

UN PUISSANT ÉVENTAIL DE MARQUES NUMÉRIQUES

En 2019, NumériQ a déployé des efforts pour augmenter la performance ainsi que l'expérience offerte par ses marques numériques. D'abord, un tout nouveau site Web a été lancé pour la plateforme médiatique nouvelle génération *TABLOÏD*. Offrant aux jeunes une source d'information unique, accessible et dynamique, ce site Web revampé donne notamment accès à un tout nouvel outil de clavardage qui permet au jeune public de prendre contact directement avec l'équipe de *TABLOÏD* en privé afin de donner son point de vue, de réagir et de collaborer.

De plus, NumériQ a lancé des sites Web à part entière pour ses marques phares telles que *Le Sac de chips*, *Billie*, *Pèse sur start* et *Silo 57*. Ces marques faisaient jusqu'à présent partie du site Web du *Journal de Montréal*. La création d'univers numériques distincts a entre autres permis d'améliorer le ciblage des auditoires et de développer des stratégies spécifiques à chaque marque.



UNE EXPERTISE RECONNUE POUR LA CRÉATION DE CONTENU

Encore une fois cette année, NumériQ s'est démarquée dans la création de contenu numérique novateur de tout genre. En voici quelques exemples.

Un placement média qui prend vie grâce à la réalité augmentée

En collaboration avec le Service des ventes publicitaires de Québecor, NumériQ a innové en déployant notamment une initiative de réalité augmentée unique pour souligner le retour d'*Alegría*, spectacle phare du Cirque du Soleil. Réalisé sur mesure pour le partenaire annonceur, le concept de cette réalité augmentée a rendu interactives les versions papier du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*, grâce à l'application J5. Couronnée de succès, l'initiative a permis d'atteindre le plus haut taux de téléchargement de l'application J5 depuis son lancement. À noter que seuls quelques grands médias internationaux, dont le *New York Times*, ont déjà lancé de pareils contenus en réalité augmentée. NumériQ se positionne donc, une fois de plus, à l'avant-garde dans les nouveaux médias.

Production de documentaires percutants pour le Bureau d'enquête de Québecor

NumériQ a mis son expertise en production de contenu vidéo de tout genre au service du Bureau d'enquête, en 2019. Ensemble, ils ont produit plusieurs grands reportages percutants qui ont été diffusés sur les plateformes d'information de Québecor et sur Club illico, dont *Narcos PQ* et *Piégées : l'esclavage moderne des nounous étrangères au Québec*.

Une expérience multiplateforme pour l' incontournable Guide de l'auto

Placée sous le leadership de NumériQ depuis son acquisition par Québecor, en 2018, la marque Guide de l'auto a poursuivi son évolution. Une intéressante composante numérique a été intégrée sur la page couverture de l'édition 2020 de son fameux guide, paru en juillet 2019. Cette innovation a offert aux lecteurs une expérience de réalité augmentée leur permettant de se rapprocher de l'action comme jamais. En mars 2020, l'expérience de réalité augmentée avait généré près de 12 000 sessions. En plus du livre, la marque Guide de l'auto s'est déployée sur une multitude de plateformes : sur son site Web, guideautoweb.com, dans des chroniques du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*, dans une émission hebdomadaire sur QUB radio et, plus récemment, dans une nouvelle série de baladodiffusion qui a connu un vif succès en générant plus de 194 000 écoutes d'extraits audio depuis son lancement, en août 2019.

Des documentaires salvés par l'industrie!

Signe de leur grande qualité, les documentaires produits par NumériQ pour le Bureau d'enquête ont récolté plusieurs prix et mises en nomination en 2019.

En plus d'avoir été mis en nomination pour un prestigieux prix Judith-Jasmin dans la catégorie Enquête, le documentaire *Des thérapies bidon pour « guérir » l'homosexualité.* a remporté le Géméaux du Meilleur reportage original produit pour des médias numériques. Le documentaire *La pilule – les effets de trop* était également en nomination dans cette même catégorie.



Affichage

Partenaire incontournable pour les annonceurs nationaux, régionaux et locaux, le secteur Affichage de Québecor est le plus important joueur de l'industrie avec 35 % de parts de marché au Québec. Il rejoint chaque mois 93 % de la population des grandes régions de Montréal, de Laval et de Sherbrooke, de l'agglomération de Longueuil ainsi que de Lévis par le biais de ses 15 561 faces publicitaires.

UN SECTEUR EN CROISSANCE

Le secteur Affichage de Québecor a poursuivi sa croissance, en 2019. Son équipe a notamment installé 302 nouveaux abribus standards sur le territoire de la Société de transport de Montréal, avec qui Québecor détient un contrat de 20 ans. L'installation de ces nouvelles structures a permis la modernisation de plus de 71 % du parc d'abribus.

De plus, les ententes signées en janvier 2019 avec le Réseau de transport de Longueuil pour les 10 prochaines années ainsi qu'avec la Société de transport de Laval pour 15 ans ont permis d'ajouter plus de 9 200 faces publicitaires au portefeuille du secteur Affichage de Québecor, ce qui lui offre ainsi un élément intéressant de croissance des revenus.

Par ailleurs, le secteur Affichage de Québecor demeure n° 1 dans le créneau du mobilier urbain numérique, avec 133 sites répartis à Montréal, Laval, Lévis et Sherbrooke, ce qui représente près de 70 % des parts de marché au Québec.

TROIS PRESTIGIEUX TROPHÉES

Québecor a participé cet automne au prestigieux Out of Home Day, à Toronto, un concours pancanadien qui récompense chaque année les meilleures campagnes en affichage extérieur au Canada. Québecor a raflé les honneurs dans 3 catégories, soit :

- Best of show, saluant la meilleure exécution de l'année au Canada. Cet honneur a été décerné à la campagne d'affichage annonçant le spectacle *Alegria*, du Cirque du Soleil;
- Experiential, décerné à la meilleure offensive générant une interaction avec le public. Ce prix a été remis à la campagne d'*Alegria*, du Cirque du Soleil;
- Street Level / Transportation, destiné à la meilleure exécution en affichage de rue ou dans les transports. Ce prix a été remis à la campagne sur la bière belge Hoegaarden.



CRÉATEURS D'IMPACT

Repoussant constamment les limites de la créativité, le secteur Affichage de Québecor a développé, en collaboration avec ses annonceurs, des campagnes qui se sont démarquées grâce à des concepts innovants et à des exécutions de grande qualité.

Par exemple, le secteur Affichage, en collaboration avec l'équipe des ventes publicitaires de Québecor, a développé pour son partenaire annonceur Joe Fresh une campagne unique incluant à la fois un impressionnant abribus à deux étages, une présence à *Salut, Bonjour!*, l'émission matinale préférée des Québécois, ainsi qu'une offensive sur les plateformes numériques de l'entreprise.

Ventes publicitaires

Incomparable partenaire pour les annonceurs, le Service des ventes publicitaires de Québecor offre à ses clients des solutions d'affaires sur mesure propulsées par la puissance de son réseau. Québecor se démarque sur le marché grâce à la portée inégalée de son offre publicitaire, à la convergence de ses plateformes médiatiques et à sa force en numérique.

DES SOLUTIONS EXPLOITANT LE POTENTIEL DE LA DONNÉE

En 2019, un centre d'expertise de données et de performance numérique a officiellement été créé. Ce centre vise à permettre aux clients annonceurs d'optimiser la performance de leurs campagnes publicitaires grâce entre autres à une expertise pointue touchant les placements média programmatiques et les solutions d'audience.

Parallèlement, Québecor a procédé à l'amélioration de ses plateformes dans le but d'être en mesure d'enrichir les données qu'elle possède et ainsi optimiser constamment ses emplacements publicitaires pour générer la meilleure performance pour les campagnes de ses clients.



COLAB STUDIO MARKETING COLLABORATIF

Dans le but de créer de nouvelles synergies et d'élargir son offre commerciale, Québecor a regroupé les activités qui étaient auparavant exécutées au sein de plusieurs filiales de l'entreprise sous une seule nouvelle unité d'affaires : COLAB STUDIO Marketing Collaboratif. Officiellement constitué en janvier 2020, ce studio d'experts privilégie une approche marketing stratégique et collaborative et se spécialise en marketing de contenu, en plus de faire de l'accompagnement stratégique et d'offrir des produits commerciaux traditionnels : stratégies, création et production de contenu, médias sociaux et coaching d'affaires.



Livres

Le secteur Livres de Québecor est le chef de file de l'édition de langue française au Canada. Il comprend, d'une part, la filiale Sogides, comptant 18 maisons d'édition réparties sous les Groupe Homme, Groupe Ville-Marie Littérature et Groupe Librex, et, d'autre part, les Éditions CEC, le plus important éditeur scolaire de niveaux primaire et secondaire du Québec.

SOGIDES, CHEF DE FILE INCONTESTÉ DE LA LITTÉRATURE GÉNÉRALE AU QUÉBEC

Sogides a connu une année couronnée de réussite, en 2019, notamment grâce à plusieurs succès littéraires. Voici quelques ouvrages phares de 2019.

- *Anna et l'enfant-veillard*, publié chez Libre Expression, a été le roman le plus vendu au Québec en 2019, tous éditeurs de langue française confondus.
- L'incontournable *Guide de l'auto*, paru aux Éditions de l'Homme, a été une fois de plus le livre pratique le plus vendu au Québec. Une popularité qui ne s'essouffle pas si l'on considère la hausse de ses ventes de 12 % comparativement à 2018.
- Le secteur des livres de fiction de Sogides s'est d'ailleurs démarqué avec 7 ouvrages qui figurent parmi les 20 romans québécois les plus vendus en 2019.
- Les biographies publiées chez Sogides ont connu une performance spectaculaire, avec 13 des 25 titres les plus vendus au Québec dans ce créneau.

Par ailleurs, afin de diversifier son offre, Sogides a intensifié, en 2019, la production d'ouvrages dérivés de produits provenant d'autres plateformes de Québecor. Les livres *Un zoo pas comme les autres : la folle aventure de Clifford Miller et Émilie Ferland* et *La vraie nature : le livre du chalet*, tous deux tirés des émissions à succès diffusées sur le Réseau TVA, ont ainsi été publiés respectivement aux Éditions de l'Homme et chez VLB éditeur, en 2019.

Comptant déjà parmi ses rangs plusieurs grands noms de la littérature québécoise, Sogides a accueilli de nouveaux écrivains en 2019, dont Martin Michaud, auteur vedette de romans policiers, qui a publié chez Libre Expression son tout nouveau livre, *Ghetto X*, duquel est tiré la troisième saison de Victor Lessard, sorti sur Club illico en octobre 2019.



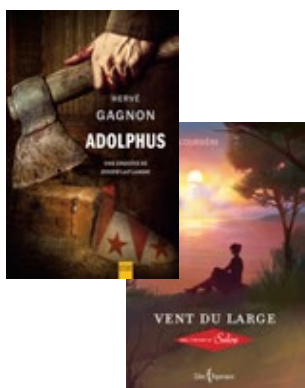
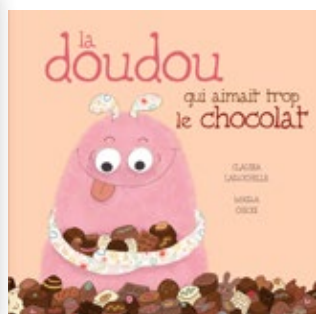
EN 2019, LE SECTEUR LIVRES DE QUÉBECOR A PUBLIÉ UN TOTAL DE 411 TITRES.



DES TITRES PRIMÉS

GRUPE VILLE-MARIE LITTÉRATURE

- *Le tendon et l'os*, d'Anne-Marie Desmeules, publié aux Éditions de l'Hexagone, a remporté le Prix littéraire du Gouverneur général dans la catégorie Poésie.
- Aux Éditions La Bagnole, Claudia Larochelle a reçu le prix Peuplier de la Forêt de la lecture 2019 pour son livre *La doudou qui aimait trop le chocolat*, alors qu'Andrée-Anne Gratton a mérité le prix Philippe-Béha pour *L'enfant qui n'avait jamais vu une fleur*.



GRUPE LIBREX

- Publié chez Libre Expression, *Adolphus*, de Hervé Gagnon, a reçu le prix littéraire canadien Arthur Ellis dans la catégorie Meilleur roman policier en français.
- *Le vent du large*, de Louise Lacoursière, paru chez Libre Expression, a mérité le Prix du livre de l'année – Culture Mauricie.

GRUPE HOMME

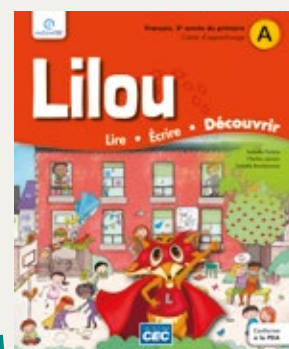
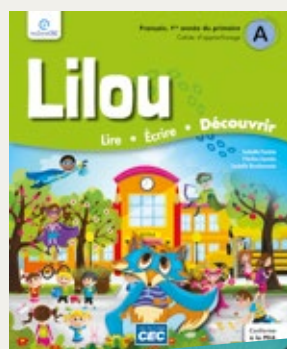
- Publiés aux Éditions de l'Homme, *Le meilleur du bistro*, de Jean-François Plante, et *Famille futée 4*, d'Alexandra Diaz et de Geneviève O'Gleman, ont reçu respectivement le prix Or et Argent dans la catégorie Livres de cuisine générale, aux Taste Canada Awards.
- *Félix Leclerc : l'alouette en liberté*, de Christian Quesnel, publié aux Éditions de l'Homme, a remporté le Prix du Conseil des arts et des lettres du Québec dans la catégorie Œuvre de l'année, en Outaouais.



LES ÉDITIONS CEC, LA RÉFÉRENCE EN ÉDITION SCOLAIRE AU QUÉBEC DEPUIS 60 ANS

Offrant des ouvrages aux écoles primaires et secondaires à l'échelle du Canada et aux institutions collégiales et universitaires partout au Québec, Les Éditions CEC ont réitéré leur position de chef de file. Voici quelques faits saillants de l'année 2019.

- Plus de 1 300 000 ouvrages vendus, toutes catégories confondues.
- Présence des ouvrages des Éditions CEC dans toutes les matières obligatoires et dans tous les niveaux d'enseignement primaire et secondaire au Québec.
- Traduction en anglais de l'ensemble didactique de géographie le plus vendu au Québec.
- Mise en ligne de la toute nouvelle version de la plateforme de diffusion de contenus numériques des Éditions CEC, Ma ZoneCEC, qui a compté plus de 280 000 utilisateurs actifs et près de 7 000 000 de pages vues chaque mois, de septembre à décembre 2019.



Sports et divertissement

ÉVÉNEMENTS ET SPECTACLES

- Centre Vidéotron
- Gestev

HOCKEY

- Les Remparts de Québec
- L'Armada de Blainville-Boisbriand

MUSIQUE

- Musicor
- MP3 Disques
- STE-4
- Musicor Spectacles
- Distribution Sélect

Événements et spectacles

Expert en production, en diffusion et en promotion d'événements culturels et sportifs, Groupe Sports et divertissement de Québecor fait rayonner les talents québécois et internationaux dans son marché.

LE CENTRE VIDÉOTRON, LE MEILLEUR DU DIVERTISSEMENT ET DU SPORT

Reconnu pour la qualité exceptionnelle de ses installations et pour ses équipements répondant aux standards les plus élevés, le Centre Vidéotron accueille des spectacles de tous genres, des événements sportifs d'envergure, des activités offertes au public ainsi que divers événements privés pour entreprises. Selon *Pollstar*, il est classé au 92^e rang des amphithéâtres à l'échelle mondiale en fonction des recettes générées par la présentation de spectacles. En 2019, le Centre Vidéotron a accueilli 97 événements culturels et sportifs, soit 6,6 % de plus qu'en 2018.

LES PLUS GRANDES VEDETTES INTERNATIONALES EN SPECTACLE!

Le Centre Vidéotron a accueilli, en 2019, plusieurs grandes tournées mondiales. En plus de Céline Dion, les spectateurs ont eu la chance de voir à Québec :

- le groupe rock britannique Muse;
- les légendaires icônes de heavy métal Iron Maiden;
- le chanteur canadien Bryan Adams;
- KISS, pour sa tournée d'adieu;
- Godsmack x Volbeat, dont le spectacle au Centre Vidéotron a réuni la foule la plus importante de leur tournée;
- le crooner canadien Michael Bublé;
- le mythique groupe Fleetwood Mac, qui se produisait pour la première fois à Québec.



©ANNIE T. ROUSSELY/
JOURNAL DE QUÉBEC/AGENCE OMI

Céline Dion en première mondiale

Céline Dion a choisi le Centre Vidéotron pour la première mondiale de sa tournée *Courage World Tour*, en septembre 2019. Des fans des États-Unis, de la France et même du Mexique se sont procuré des billets pour assister à l'un de ses trois spectacles présentés au Centre Vidéotron. Elle a également choisi l'amphithéâtre de Québec pour y tenir, pendant trois semaines, les répétitions de son spectacle.

LE CENTRE VIDÉOTRON EST
LE **6^e ARÉNA AU CANADA**
GÉNÉRANT LE PLUS DE
RECETTES PAR LA
PRÉSENTATION DE
SPECTACLES, SELON
POLLSTAR!



UNE PLACE DE CHOIX POUR LES ARTISTES QUÉBÉCOIS ET FRANCOPHONES

Le Centre Vidéotron demeure une destination privilégiée pour les artistes de la francophonie. En 2019, Jean-Pierre Ferland, Patrick Bruel, Éric Lapointe, Loud, Marie Mai et ZAZ y ont notamment foulé les planches. De plus, en mai 2019, le Centre Vidéotron a été l'hôte de *La tournée des idoles*, un spectacle unique mis en scène par Mouffe au cours duquel Plastic Bertrand, Patsy Gallant, Michèle Richard, Pierre Sénécal et plusieurs autres sont venus chanter et danser sur leurs plus grands succès.

UNE OFFRE DIVERSIFIÉE POUR LES AMATEURS DE SPORT

Le Centre Vidéotron a accueilli, en 2019, une foule d'événements sportifs de tous genres. Plusieurs compétitions de sports extrêmes y ont été présentées, telles que le Rockstar Energy Supercross, le Monster Spectacular et le Professional Bull Riders Monster Energy Tour. Des événements de divertissement familial comme Rock the Rink – la tournée d'adieu de Scott Moir et Tessa Virtue, Harlem Globetrotters, *Disney sur glace* et *Axel*, du Cirque du Soleil, ont également fait partie de la programmation 2019 du Centre Vidéotron.

Le Centre Vidéotron est également fier d'avoir présenté le Gala de boxe Dicaire vs Suarez, le tout premier gala présentant un combat féminin comme événement principal d'une carte.

Québecor et Multicolore : un nouveau partenariat stratégique

En décembre 2019, Québecor a fait l'acquisition d'une participation minoritaire de l'ensemble des actifs de Multicolore, une entreprise d'ici qui s'impose sur la scène événementielle québécoise depuis près de 20 ans, notamment grâce à ses événements phares *Piknic Électronik* et *Igloofest*. Le développement d'activités de production de spectacles et celui d'événements à grand déploiement représentent d'importantes opportunités pour l'ensemble des filiales de Québecor en permettant de rejoindre de nouveaux publics et d'exploiter de nouveaux marchés.

Ce partenariat stratégique, soutenu par la consolidation des forces et des expertises du Groupe Sports et divertissement de Québecor et de Multicolore, permettra aux deux entreprises de renforcer encore davantage leur présence en divertissement au Québec. Elles pourront ainsi offrir une option supplémentaire intéressante aux consommateurs qui contribuera à créer une réelle concurrence dans le marché montréalais.



Une nouvelle clientèle pour le Centre Vidéotron

Le Centre Vidéotron a présenté, en décembre 2019, le spectacle de la vedette québécoise de l'heure, Loud, qui a été le premier rappeur québécois à se produire en tête d'affiche dans l'amphithéâtre de Québec. Très apprécié par les millénariaux, Loud a permis au Centre Vidéotron de diversifier son public en attirant une toute nouvelle clientèle.

GESTEV

Basée à Québec et à Montréal, Gestev a poursuivi son évolution en misant sur ses secteurs d'expertise, soit la création de concepts événementiels ainsi que l'organisation d'événements sportifs et culturels.

QUELQUES ÉVÉNEMENTS PHARES PRODUITS PAR GESTEV EN 2019

- **La Coupe du monde FIS de ski de fond** sur les plaines d'Abraham a accueilli une foule de plus de 73 000 spectateurs venus encourager les 175 fondeurs internationaux, dont la vedette locale Alex Harvey, qui a terminé sa carrière en beauté en remportant la médaille d'argent à l'épreuve de 15 km en style classique.
- **L'édition 2019 des Championnats du monde UCI de vélo de montagne** a marqué l'histoire de ce rendez-vous sportif incontournable alors qu'elle se déroulait pour une troisième fois depuis 1991 au mont Sainte-Anne. Gestev est également devenue le seul producteur à avoir organisé trois éditions de cette prestigieuse compétition.
- **Le Marathon SSQ Assurance de Québec**, l'une des cinq courses de la série *Je Cours QC*, dont Gestev est partenaire majoritaire, a accueilli plus de 8 300 coureurs, en 2019. Reconnu pour mettre en valeur toute la beauté et les charmes de la capitale nationale, cet événement unique a présenté des parcours traversant huit quartiers de la ville.

Gestev a également réalisé près de 150 mandats d'agence, en 2019, allant de l'activation de commandite à l'organisation d'événements sur mesure. L'agence marketing de Gestev compte plusieurs prestigieux partenaires tels que la Caisse de dépôt et placement du Québec, Desjardins, Fonds de solidarité FTQ, Brunet, la Fondation du CHUM et Vidéotron.

UNE SAISON BIEN REMPLIE À LA BAIE DE BEAUPORT

Depuis 2008, Gestev est gestionnaire des activités et de la programmation de la Baie de Beauport, une propriété du Port de Québec. En 10 ans, la Baie de Beauport a connu une augmentation importante de son achalandage. En 2019, près de 75 000 visiteurs ont fréquenté ce site situé à 5 minutes du centre-ville de Québec. Le spectacle du rappeur américain Flo Rida a été l'un des événements phares de la programmation 2019 en réunissant une foule de plus de 4 100 spectateurs. La Baie de Beauport a également accueilli de nombreux événements sportifs et d'entreprises.



La Coupe du monde FIS de ski de fond.



L'édition 2019 des Championnats du monde UCI de vélo de montagne.



Le Marathon SSQ Assurance de Québec.



Hockey

LES REMPARTS DE QUÉBEC

Les Remparts de Québec, jouissant d'une popularité sans précédent, ont obtenu, lors de la saison 2018-2019, la meilleure moyenne d'assistance de la Ligue canadienne de hockey, avec un auditoire d'une moyenne de 9 230 partisans par match, un résultat témoignant d'une hausse de 2,5 % comparativement à l'an dernier. De plus, les Remparts ont poursuivi, en 2019, leur engagement au sein de leur communauté par l'entremise du programme Ambassadeurs de cœur. L'équipe s'est associée à divers partenaires, tels que la Fondation du CHU de Québec, la Fondation Rêve d'enfants, Procure, la Fondation Maurice Tanguay, Opération Nez Rouge, la Bouchée Généreuse et Leucan.



L'ARMADA DE BLAINVILLE-BOISBRIAND

L'Armada de Blainville-Boisbriand a franchi un jalon important, en décembre 2019, lorsque son joueur Antoine Demers a marqué le 2000^e but de l'histoire de l'équipe. De plus, afin de permettre à ses partisans de ne rien manquer des moments forts de la saison, l'Armada de Blainville-Boisbriand a lancé, en 2019, sa plateforme Armada TV. Offrant une couverture complète de l'Armada sur les réseaux sociaux, la plateforme diffuse également du contenu exclusif portant sur les joueurs. L'équipe a aussi poursuivi son engagement au sein de sa communauté en soutenant près de 50 organismes, dont Partenaires pour la réussite éducative dans les Laurentides, Moisson Laurentides et le Centre de prévention suicide le Faubourg. L'Armada a également tenu son traditionnel Match en rose, en octobre 2019, au profit de la Fondation du cancer du sein.

Musique

Grâce à ses activités de production d'albums, de vidéos et de spectacles ainsi que de distribution, le secteur Musique de Québec joue un rôle important dans l'industrie musicale au Québec. Partenaire privilégié d'artistes de la francophonie, il représente autant les artistes de grande renommée que les nouveaux talents prometteurs.

LES DISQUES MUSICOR

Figure de premier plan sur la scène musicale francophone au Québec, Les Disques Musicor (Musicor) a poursuivi son développement en mettant en marché 14 albums en format physique, 14 albums numériques, 2 DVD, 1 mini-album numérique ainsi que 4 simples numériques. Elle a également poursuivi son offensive d'acquisitions en réalisant plusieurs nouvelles signatures avec des vétérans de la chanson québécoise tels que France D'Amour, Dany Bédar et Laurence Jalbert ainsi qu'avec plusieurs artistes de la relève musicale comme Sydney Lallier et Raphaëlle Roy. Musicor a également fait l'acquisition du catalogue de Guylaine Tanguay, comptant 5 albums à succès, ainsi que du catalogue éditorial de Claude Gauthier.

À l'ère où l'industrie continue d'évoluer vers le domaine du numérique, Musicor s'assure de mettre en place des initiatives pour s'adapter à cette réalité. L'ensemble de son catalogue en flux continu a connu une croissance de près de 60 % en 2019, qui s'est traduite par une hausse des revenus de 37 % dans ce marché. Musicor a également procédé à la numérisation de plusieurs grands albums marquants de l'histoire de la musique québécoise, dont notamment les premiers albums en carrière de Jean-Pierre Ferland, de Robert Charlebois, de Stéphane Venne et de Renée Claude. Ces albums, qui n'étaient plus offerts au grand public, peuvent maintenant être découverts ou redécouverts par les Québécois sur les plateformes de diffusion continue.



De grands succès pour les artistes du secteur Musique

Plusieurs artistes des maisons de disques de Québec ont figuré parmi les palmarès clés de l'industrie en 2019. Les grands succès obtenus à la radio ont d'ailleurs permis une croissance des droits voisins du secteur Musique de 93 % comparativement à 2018.

Les chansons *Pour commencer*, d'Alex Nevsky (Les Disques Musicor), et *Un peu de toi*, de 2Frères (MP3 Disques), ont toutes deux été les chansons francophones les plus jouées à la radio en 2019, selon le Top 100 BDS et le Top 100 Correspondants respectivement!

Parmi les meilleures ventes d'albums francophones de l'année :

- *Désormais / Pelchat chante Aznavour*, Mario Pelchat, n° 9
- *Au pays de Nana Mouskouri*, Laurence Jalbert, n° 10
- *Papillon*, Lara Fabian, n° 11
- *Quand les hommes vivront d'amour*, Les prêtres, n° 19
- *Ma maison favorite*, Paul Daraïche, n° 22
- *La route*, 2Frères, n° 25

Parmi les meilleures ventes d'albums, autres langues :

- *La Voix 2019*, artistes variés, n° 6
- *Que les fêtes commencent!*, Guylaine Tanguay, n° 23

Des prix de l'industrie et du public

Gala de l'ADISQ 2019

- 14 nominations pour le secteur Musique de Québecor
- *Ma maison favorite*, de Paul Daraïche, a remporté le Félix de l'Album de l'année – Country.
- *La Course des tuques* a mérité le Félix de l'Album ou DVD de l'année – Jeunesse.
- Christophe Maé a remporté le Félix de l'Artiste de la francophonie s'étant le plus illustré au Québec.

Gala Canadian Country Music Association Awards

- Guylaine Tanguay a remporté le prix Top Selling Canadian Album of the Year pour son album *3764 Elvis Presley Boulevard*.

SOCAN

- *Je ne t'aime plus*, de Mario Pelchat, qui a été jouée plus de 25 000 fois à la radio canadienne depuis son lancement, a été intronisée aux Classiques de la SOCAN lors du Gala de la SOCAN 2019.
- *Au sommet*, de 2Frères, et *La nuit grande*, de Kaïn, ont tous deux remporté un des dix prix de la catégorie Chansons populaires francophones lors du Gala de la SOCAN 2019.
- *Pour commencer*, interprétée par Alex Nevsky, *La nuit grande*, de Kaïn, ainsi qu'*Au sommet* et *Léo Gagné*, de 2Frères, ont tous reçu un Prix No. 1 SOCAN.



MP3 DISQUES CONTINUE SON ASCENSION

À la suite de son acquisition, en novembre 2018, par le Groupe Musique de Québecor, MP3 Disques a entamé son intégration en faisant paraître ses premiers simples et ses premiers albums. Permettant au Groupe de diversifier encore davantage les styles de musique qu'il propose, MP3 Disques a lancé en 2019 un album de reprises d'Aznavor interprétées par Mario Pelchat, une compilation de Nana Mouskouri revisitée par Laurence Jalbert, un nouvel album rock'n'roll de France D'Amour et le tout premier album pop rock de Simon Morin.

STE-4, UNE ÉTIQUETTE ALTERNATIVE

À la suite d'un repositionnement orienté vers la musique urbaine, STE-4 a connu ses premiers succès en 2019, notamment avec l'album *Irréversible*, de la rappeuse Sarahmée, qui a également été nommée dans la prestigieuse catégorie Révélation de l'année au Gala de l'ADISQ 2019.





MUSICOR SPECTACLES

À la suite de son nouveau départ, en 2018, Musicor Spectacles a poursuivi son développement avec la signature d'artistes nationaux et internationaux de haut calibre. En 2019, elle a réitéré sa capacité à livrer des spectacles et des tournées de grande qualité dans une foule de genres musicaux.

PARMI LES PRODUCTIONS À SUCCÈS PRÉSENTÉES PAR MUSICOR SPECTACLES EN 2019, L'ON TROUVE :

- plus de 50 représentations à l'échelle du Québec du spectacle *3764 Elvis Presley Boulevard*, de Guylaine Tanguay;
- la présentation du nouveau spectacle *American Story 2 – Les années Woodstock* pour souligner le 50^e anniversaire de ce mythique festival.



3764 Elvis Presley Boulevard

DISTRIBUTION SELECT MAINTIEN SA POSITION DE LEADER

Premier distributeur indépendant de musique et de vidéos au Canada, Distribution Select détient 67 % de parts du marché francophone au Québec et 37 % de parts de marché pour l'ensemble des produits audio vendus au Québec. Son catalogue compte plus de 19 600 titres audio, 2 800 produits vidéo et plus de 65 000 chansons numériques. En 2019, près de 1 700 nouvelles parutions audio et 184 nouvelles parutions vidéo ont été mises sur le marché. Son réseau compte 2 488 points de vente comprenant plus de 500 détaillants non traditionnels, comme Korvette et les pharmacies Jean Coutu, pour lesquels Distribution Select est le distributeur exclusif.

Le modèle d'écoute numérique étant de plus en plus présent auprès des consommateurs, Distribution Select a conclu 11 nouvelles ententes notamment avec les marchés de l'Asie et de l'Afrique de TikTok, Tesla et Boomplay Music, portant ainsi à 40 le nombre de boutiques en ligne qu'il dessert.

2019

Responsabilité sociale d'entreprise

ENGAGEMENT ENVERS LES EMPLOYÉS

ENGAGEMENT ENVERS L'ENVIRONNEMENT

ENGAGEMENT PHILANTHROPIQUE

GOVERNANCE

Consciente de sa responsabilité sociale d'entreprise (RSE), Québecor agit comme un chef de file responsable et engagé au sein de la communauté depuis plus de 60 ans. Cet engagement se traduit au quotidien par une multitude d'actions concrètes intégrées au sein même de ses processus, visant à préserver l'environnement, à offrir à ses employés une expérience de travail mobilisante ainsi qu'à soutenir la collectivité par le biais d'un engagement philanthropique fort.

60



Engagement envers les employés

Pour Québecor, les quelque 10 000 employés qui œuvrent au sein de l'ensemble de ses filiales sont sa plus grande valeur. Chaque jour, ils se démarquent par leur créativité et leur innovation, par leur capacité à travailler en équipe en unissant leurs forces et leurs idées, par leur agilité et leur souci de la satisfaction du client ainsi que par leur volonté de donner le meilleur d'eux-mêmes pour atteindre de grands résultats. Québecor s'engage à leur offrir une expérience de travail stimulante, équilibrée et saine afin qu'ils puissent s'épanouir pleinement au sein de l'entreprise.

ATTIRER, DÉVELOPPER ET MOBILISER LE TALENT

Québecor offre à ses employés plusieurs opportunités de développement s'adressant à tous les niveaux hiérarchiques et à toutes les filiales de l'entreprise.

LE CAMPUS QUÉBECOR, POUR PROPULSER LE TALENT

• **Appartenance** : S'adressant aux nouveaux employés de tous les niveaux hiérarchiques, cette journée d'intégration permet d'en apprendre plus sur l'histoire de Québecor ainsi que sur sa vision et ses valeurs. Elle comprend également un volet réseautage dans le but de favoriser une approche collaborative entre les employés des différentes filiales. Depuis son lancement, en 2009, 3 000 nouveaux employés ont été formés.

• **Gérer... tout simplement** : S'étalant sur plusieurs jours, cette formation vise à permettre aux gestionnaires de parfaire leurs compétences en gestion ainsi que de développer un langage commun autour de thèmes comme la délégation, l'intelligence émotionnelle, la motivation, la mobilisation, les habiletés politiques, l'influence, la communication et le feedback. En 2019, 184 gestionnaires ont pris part à Gérer... tout simplement.

• **Dare to lead™** : Lancé sous forme de pilote en 2019, ce nouvel ajout au programme de leadership du Campus Québecor s'adresse aux gestionnaires de deuxième niveau. Basée sur les travaux de la D^{re} Brené Brown, chercheuse en sciences humaines et sociales à l'Université de Houston, au Texas, cette formation aborde les thèmes du courage et de la vulnérabilité.

QUÉBECOR A À COEUR DE
**SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT
PROFESSIONNEL DE SES
EMPLOYÉS!**

DES FORMATIONS LIBRE-SERVICE POUR LES EMPLOYÉS DE VIDÉOTRON

Vidéotron a mis sur pied, en 2019, le programme Se former entre nous, visant à favoriser le *coaching* par les pairs, en permettant à des groupes d'employés d'accéder à du matériel sur une foule de sujets développé par le Service des ressources humaines. Accessible en mode libre-service, ce programme encourage l'autonomie d'apprentissage et favorise la création de nouvelles relations de travail avec ses collègues. En 2019, 400 employés de Vidéotron ont pris l'initiative de parfaire leurs connaissances grâce à cette nouvelle offre.

UNE NOUVELLE INITIATIVE DE MOBILISATION CHEZ GROUPE TVA

Groupe TVA a implanté, en 2019, Les déjeuners de la présidente, une initiative de mobilisation se tenant sur une base mensuelle. Ces rencontres permettent à des groupes d'employés de discuter avec la présidente et chef de la direction de Groupe TVA et chef du contenu de Québecor Contenu, France Lauzière, autour d'un déjeuner, dans une ambiance conviviale favorisant les échanges ainsi que le partage de nouvelles idées et de pistes d'amélioration. Diverses initiatives ont d'ailleurs vu le jour grâce à ces échanges, telles que la mise sur pied d'une plateforme de communication, d'information et d'échanges pour les employés de Groupe TVA.

DES OFFENSIVES DE RECRUTEMENT

Afin d'augmenter sa visibilité auprès d'un plus grand bassin de candidats, Vidéotron a lancé, en 2019, une campagne de recrutement numérique en collaboration avec *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec*, *le 24 heures* et plusieurs plateformes de médias sociaux de Québecor. Groupe Sports et divertissement a, pour sa part, poursuivi son offensive de recrutement en prenant part à des foires d'emploi et en faisant des visites dans des écoles. Son objectif est de présenter aux jeunes toutes les possibilités de carrières dynamiques offertes dans le domaine du divertissement et de l'événementiel.

DES INITIATIVES POUR FAVORISER L'ÉQUILIBRE VIE-TRAVAIL

Québecor a mis en place, en 2019, au sein de plusieurs de ses filiales, des initiatives prônant et facilitant la conciliation entre vie personnelle et travail. Télétravail, horaires flexibles et horaires d'été sont parmi les initiatives instaurées.



Vidéotron, employeur de choix

- Meilleur employeur au Québec en 2019, selon Indeed.
- Parmi les meilleurs employeurs à Montréal, selon MediaCorp.
- Entreprise faisant partie du prestigieux palmarès Best Places to Work in Canada, de Glassdoor.





ASSURER LA SANTÉ, LA SÉCURITÉ ET LE MIEUX-ÊTRE AU TRAVAIL

Québecor continue de miser sur diverses initiatives favorisant la santé, la sécurité et le mieux-être au travail. En voici quelques exemples.

- Mise en place de cliniques de vaccination contre la grippe saisonnière offertes aux employés de toutes les filiales de l'entreprise, sur 22 sites différents.
- Mise à jour des pratiques de prévention des accidents et des risques au travail au sein de Groupe Sports et divertissement en vue de l'implantation d'un nouveau plan de sécurité en 2020.
- Poursuite de la campagne de sensibilisation sur la consommation responsable des médicaments auprès de l'ensemble des employés de Québecor. Communiquée sous forme de capsules éducatives, cette campagne vise à sensibiliser ses employés sur la coresponsabilité entre l'employeur et l'employé en matière de consommation de médicaments.
- Mise sur pied d'une formation sur la gestion du stress pour les employés et les gestionnaires de Vidéotron travaillant dans les centres d'appels.
- Mise à jour et déploiement du système d'information sur les matières dangereuses utilisées au travail (SIMDUT) et de formations sur la prévention des accidents en milieu de travail pour les employés de Groupe TVA.

Un nouveau point de cueillette des Fermes Lufa

Poursuivant ses efforts visant la promotion de saines habitudes de vie, Québecor a mis à la disposition de ses employés un nouveau point de cueillette de paniers des Fermes Lufa afin de leur offrir une option simple de manger frais, local et responsable. Situé au siège social de Québecor, ce nouveau point de cueillette s'ajoute à celui mis en place en 2018 au siège social de Groupe TVA.



©PATRICK SÉGUIN

DES EMPLOYÉS IMPLIQUÉS SUR LE TERRAIN



Vingt-cinq employés et talents de la grande famille Québecor ont parcouru les routes du Québec à vélo dans le cadre de l'épreuve du 1000 km du Grand défi Pierre Lavoie, un mouvement de société en faveur des saines habitudes de vie dont Québecor est partenaire d'action depuis 10 ans. Une équipe de 120 employés s'est également jointe à eux pour participer à l'épreuve de La Boucle.



Plusieurs employés de l'ensemble des filiales de Québecor et de nombreuses personnalités publiques de TVA ont participé à la Grande marche du Grand défi Pierre Lavoie, à Québec, Saguenay et Montréal, où le président et chef de la direction de Québecor, Pierre Karl Péladeau, a également emboîté le pas.



Des employés et personnalités publiques de la grande famille Québecor se sont mobilisés, partout au Québec, pour amasser des dons et des denrées dans le cadre de la Grande guignolée des médias, une campagne d'entraide que l'entreprise soutient depuis les tout débuts.



Des employés de certaines filiales de l'entreprise ont eu la chance de prendre part au Défi Entreprises, un événement qui favorise la mise en place de saines habitudes de vie en milieu de travail. Au total, 375 employés ont participé aux épreuves qui se sont déroulées à Québec, Gatineau, Chicoutimi et Montréal. Vidéotron y a d'ailleurs remporté le prix Entreprise la plus en forme, dans la catégorie Très grande entreprise.

Pour une 10^e année, Québecor a fait vivre à plus d'une centaine d'employés de l'ensemble de ses filiales l'expérience du Granfondo Garneau-Québecor en formule VIP. En compagnie du président d'honneur, Dave Morissette, animateur à TVA Sports, ils ont parcouru à vélo 121 km dans le but d'amasser des dons pour l'organisme Les Petits Frères du Québec.



© STÉPHANIE C. MALTAIS



Cocktail de remise des Prix Femmes d'exception. Au centre, Valérie Pelletier, gagnante dans la catégorie Femme d'exception, et Stéphanie Delagrave, gagnante dans la catégorie Relève, sont entourées des dix finalistes, des membres du jury et du comité de direction de Québecor.

PROMOUVOIR UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL RESPECTUEUX, INCLUSIF ET DIVERSIFIÉ

Québecor est engagée à créer un milieu de travail inclusif, respectueux, équitable et accessible à tous. Ainsi, chaque talent a la chance de faire valoir ses compétences et ses forces au sein de l'entreprise, indépendamment de son genre, de sa culture, de sa religion, de son handicap ou de son orientation sexuelle.

UNE PREMIÈRE « PETITE REINE » CHEZ QUÉBECOR

Grâce à un partenariat avec la Fondation Les Petits Rois, Québecor a pris part à un programme d'encadrement en milieu de travail visant à faciliter le cheminement vers l'indépendance de jeunes atteints d'une déficience intellectuelle de légère à sévère. Québecor a ainsi accueilli une première « petite reine » au sein de son équipe du siège social, en janvier 2019. Appuyant le Service des affaires environnementales, elle contribue à l'engagement de réduction de l'empreinte écologique de Québecor par la gestion de la vaisselle réutilisable et des bacs de recyclage ainsi que par l'entretien des salles de conférence et des plantes.

LANCEMENT DU PRIX FEMMES D'EXCEPTION QUÉBECOR

Québecor a lancé, en 2019, la première édition de ses Prix Femmes d'exception, une initiative visant à reconnaître le talent et le leadership de femmes qui se démarquent au sein de l'entreprise par leur créativité, leur audace et leur détermination. Parmi les 70 candidatures reçues, 12 finalistes ont été choisies. Les membres du jury, composé de Pierre Karl Péladeau, président et chef de la direction de Québecor, Sylvie Lalande, vice-présidente du conseil d'administration de Québecor et présidente du conseil d'administration de Groupe TVA, Jean-Marc Léger, président de Léger et membre du conseil d'administration de Groupe TVA, et Isabelle Boulanger, directrice générale, Talents et culture de Québecor, ont ensuite déterminé ensemble l'identité des deux gagnantes, qui fut dévoilée en février 2020 lors d'un cocktail reconnaissance animé par Marie-Claude Barrette. Il s'agit de

Stéphanie Delagrave, chef de produits des applications mobiles chez NumériQ, dans la catégorie Relève (35 ans et moins), et de Valérie Pelletier, directrice principale des technologies vidéo de Vidéotron, dans la catégorie Femme d'exception.

FORMATION SUR LE LEADERSHIP AU FÉMININ

Souhaitant encourager les femmes à occuper des fonctions de gestion au sein de l'entreprise afin d'assurer une diversité hommes/femmes à tous les niveaux hiérarchiques, Québecor a offert la chance à 25 employés de ses filiales de prendre part à L'Effet A : Défi 100 jours pour les femmes, un parcours de développement visant à propulser le talent et le leadership au féminin.

UN PLAN POUR LA PARITÉ DES FEMMES EN PRODUCTION

Afin d'encourager et de soutenir la relève des femmes dans le milieu télévisuel, TVA a mis sur pied le plan d'action Femmes en production – en route vers la parité. L'objectif est d'obtenir, d'ici 2025, un pourcentage global de 50 % de femmes assurant les rôles clés de réalisatrice, productrice et scénariste dans ses productions originales de langue française.

Représentation féminine au sein de Québecor et de ses filiales

	Femmes	Femmes occupant un poste de gestion	Comités de direction
Siège social de Québecor	63 %	47 %	46 %
Groupe TVA	48 %	44 %	33 %
Groupe Sports et divertissement	51 %	52 %	29 %
Vidéotron	30 %	33 %	27 %
Secteurs Livres, Journaux, Numérique et Musique	48 %	55 %	58 %

Engagement envers l'environnement

Soucieuse de l'importance de préserver l'environnement, Québecor pose des gestes au quotidien pour réduire son empreinte écologique, tout en encourageant ses employés, ses clients, ses collaborateurs et le grand public à adopter des habitudes responsables.

L'engagement de Québecor passe principalement par les champs d'action suivants.

- Participer à la lutte aux changements climatiques en réduisant les émissions de CO₂ générées par son parc immobilier et son parc de véhicules.
- Gérer proactivement les risques environnementaux et assurer la conformité légale de ses activités.
- Préserver les ressources naturelles en collaborant avec les communautés et les fournisseurs.
- Récupérer, recycler et valoriser les matières résiduelles en mettant l'accent sur la gestion des produits électroniques en fin de vie.

GESTION DE L'ÉNERGIE

PLAN D'ÉLECTRIFICATION DES TRANSPORTS : OBJECTIF 100 % ÉLECTRIQUE

Afin de lutter efficacement contre les changements climatiques, Québecor a lancé, en janvier 2020, un plan d'action visant à accélérer l'électrification de son parc de véhicules. Il s'agit de l'un des plus ambitieux objectifs pour une entreprise au Canada considérant l'ampleur et la diversité des parcs de véhicules détenus par les différentes filiales de Québecor. Ce plan d'électrification des transports touchera à terme la quasi-totalité de ses quelque 1 100 véhicules et s'articulera autour de l'achat de voitures électriques et de la conversion des moteurs à essence de ses camions légers en moteurs électriques.

En 2019, le parc de véhicules de Québecor comptait déjà :

- 30 véhicules 100 % électriques ou hybrides;
- 50 bornes de recharge;
- des systèmes auxiliaires à batterie sur les camions à nacelles, lesquels ont permis d'éviter l'émission de plus de 6 500 tonnes de gaz à effet de serre (GES) depuis 2011.

Parallèlement, en 2019, Groupe TVA a compensé l'ensemble des émissions liées à l'utilisation de l'hélicoptère TVA par l'entremise du programme *La Bourse du carbone Scol'ERE*.



Pierre Karl Péladeau, président et chef de la direction de Québecor, France Lauzière, présidente et chef de la direction de Groupe TVA et chef du contenu, Québecor Contenu, et Jean-François Pruneau, président et chef de la direction de Vidéotron, lors du lancement du plan d'électrification des transports.

UNE FOIS L'OBJECTIF
100 % ÉLECTRIQUE ATTEINT,
**QUÉBECOR RÉDUIRA SA
PRODUCTION DE GAZ À EFFET
DE SERRE DE PLUS DE 50 %,**
CE QUI REPRÉSENTE 85 000 ALLERS
SIMPLES MONTRÉAL-TORONTO
EN AVION POUR UNE PERSONNE!



LE SIÈGE SOCIAL DE QUÉBECOR
POSSÈDE L'UN DES **PLUS HAUTS**
ET DES PLUS VASTES TOITS
VERTS AU QUÉBEC!

©TAUTEM

DES INITIATIVES POUR UNE MEILLEURE EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Québecor a poursuivi, en 2019, l'instauration de mesures visant une meilleure efficacité énergétique dans ses bureaux et salles techniques. En voici quelques exemples.

- Essai et normalisation des systèmes de réfrigération au dioxyde de carbone, plus efficaces et moins polluants, dans les salles techniques.
- Remplacement progressif des équipements des salles des serveurs par des climatiseurs permettant d'utiliser l'air extérieur pour refroidir les salles techniques.
- Optimisation des systèmes de chauffage et de refroidissement de certains bureaux de Vidéotron.

UN SOUTIEN AU DÉMARRAGE D'ENTREPRISES ŒUVRANT EN DÉVELOPPEMENT DURABLE

Québecor contribue à l'essor de l'économie durable par l'entremise de son programme des Bourses Pierre-Péladeau, qui ont permis, en 21 ans d'existence, de soutenir le démarrage de plus de 60 entreprises, dont plusieurs œuvrant dans les domaines de l'électrification des transports et de l'efficacité énergétique, telles qu'AddÉnergie, RVE et Effenco.

Québecor encourage le transport durable auprès de ses employés!

Souhaitant encourager la mobilité durable, Québecor adhère depuis plusieurs années aux programmes OPUS+ de la Société de transport de Montréal et de BIXI pour les entreprises afin d'offrir des rabais sur les abonnements aux employés de plusieurs filiales. Québecor a également tenu une conférence sur les véhicules électriques dans le cadre des Rendez-vous branchés d'Équiterre.



GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

ON RECYCLE

Québecor a poursuivi, en 2019, ses efforts visant à inviter les consommateurs à retourner leurs appareils électroniques défectueux dans le cadre du programme On recycle, de Vidéotron. Depuis sa création, en 2012, On recycle a permis de collecter plus de 8,7 millions de produits et accessoires électroniques à des fins de réemploi et de recyclage. Le recyclage de ces appareils est réalisé en collaboration avec l'organisme communautaire Service d'intégration au travail – Mauricie, dont l'objectif est de favoriser l'intégration sociale et professionnelle de personnes ayant une problématique de santé mentale.

Parallèlement, Vidéotron a mis sur pied, à l'été 2019, une campagne publicitaire pour promouvoir son programme d'échange d'appareils mobiles et ainsi inciter encore plus de clients à offrir une deuxième vie à leur vieux téléphone. Selon son état, l'appareil peut être remis à neuf, revendu ou recyclé. De cette façon, il n'aboutit pas dans un site d'enfouissement.

DES INITIATIVES SUR LES LIEUX DE TRAVAIL POUR AMÉLIORER LA GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

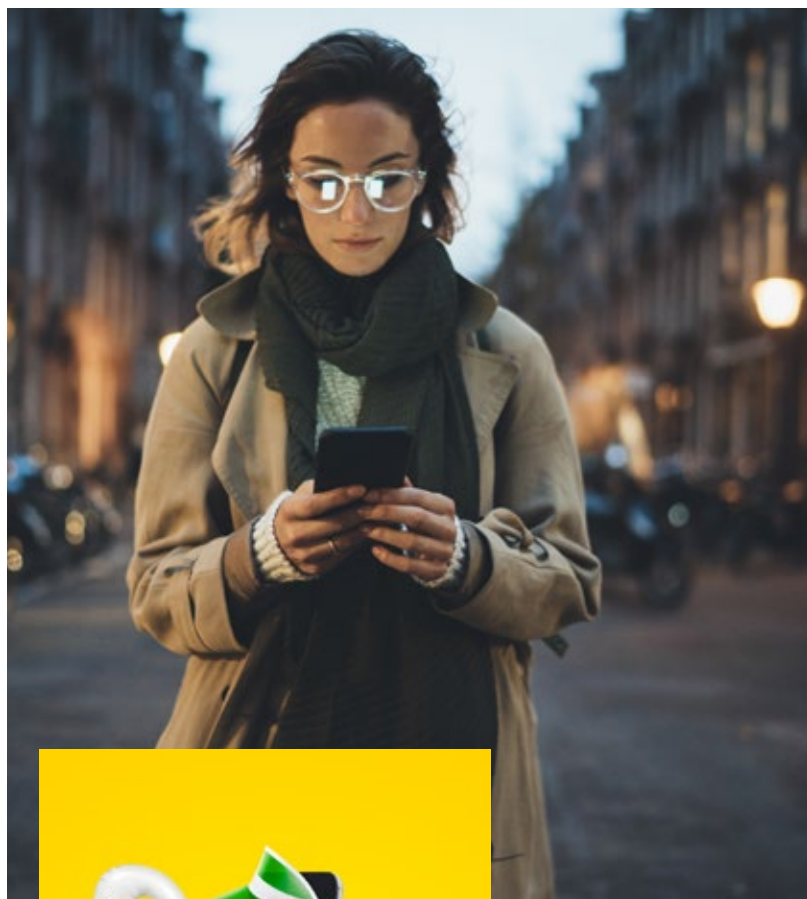
Québecor et ses filiales s'assurent de poser des gestes concrets afin d'améliorer leur gestion des matières résiduelles. L'entreprise a notamment procédé à l'arrêt de l'achat et au retrait des bouteilles d'eau à son siège social ainsi que dans l'ensemble de ses filiales. Des dispositifs de compostage sont également installés dans les bureaux de Groupe TVA, à Montréal, ainsi qu'au Centre Vidéotron, à Québec.

APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

DES INITIATIVES RESPONSABLES IMPLANTÉES AU SEIN DES OPÉRATIONS

Québecor met en place, depuis plusieurs années, différentes mesures visant à assurer le respect des ressources.

- Impression en noir et blanc sur du papier 100 % recyclé postconsommation des livres publiés par le secteur Livres de Québecor.
- Impression des magazines de TVA Publications sur du papier certifié FSC®.
- Adoption et publication d'un code de conduite des fournisseurs.
- Intégration de critères environnementaux dans la conception de l'emballage de produits offerts par Vidéotron.
- Adhésion de Vidéotron à l'Espace québécois de concertation sur les pratiques d'approvisionnement responsable (ECPAR).



VIDÉOTRON FIGURE AU PALMARÈS **EMPLOYEURS LES PLUS ÉCOLOGIQUES DU QUÉBEC**, DE MÉDIACORP!

DES TOURNAGES ET DES ÉVÉNEMENTS ÉCORESPONSABLES

ON TOURNE VERT

Québecor, TVA et MELS ont lancé, en 2018, en collaboration avec le Bureau du cinéma et de la télévision du Québec et le Conseil québécois des événements écoresponsables, le plan d'action On tourne vert, visant à accélérer le déploiement des productions audiovisuelles écoresponsables au Québec.

2019 fut une année pilote au cours de laquelle plusieurs actions ont été posées au sein de TVA et de MELS.

- Organisation de la première édition écoresponsable du Gala Artis, qui a misé notamment sur l'utilisation d'éléments réutilisables pour créer son décor, la valorisation des matières organiques provenant des services de traiteur et la distribution de gourdes d'eau aux invités, qui a permis d'éviter l'utilisation d'environ 500 bouteilles de plastique.
- Redistribution de 10 % des revenus de location de mobiles de production de MELS à des causes environnementales.
- Installation de batteries rechargeables sur les plateaux de tournage de Groupe TVA, ce qui a permis d'éviter l'utilisation de 13 000 piles à usage unique.
- Achat de génératrices électriques sans émissions à l'utilisation pour les plateaux de tournage.
- Installation de 10 bornes électriques chez MELS et TVA, mises à la disposition des clients et des employés.

GESTEV S'EST CLASSÉE PARMIS LES FINALISTES DU CONCOURS LES VIVATS, DANS LA CATÉGORIE RECYC-QUÉBEC – GESTION RESPONSABLE DES MATIÈRES RÉSIDUELLES, POUR L'ORGANISATION DE LA COUPE DU MONDE UCI DE VÉLO DE MONTAGNE 2019.

UNE CERTIFICATION EN GESTION RESPONSABLE D'ÉVÉNEMENTS

Depuis 2011, Gestev, une filiale de Québecor spécialisée en organisation d'événements, est certifiée en gestion responsable d'événements par la norme BNQ-9700-253, du Bureau de normalisation du Québec. Chaque année, elle produit plusieurs événements à grand déploiement sous cette certification, tels que le Vélirium et le Jamboree.

DES CRITÈRES ÉCORESPONSABLES DANS PLUS D'ÉVÉNEMENTS!

Québecor et ses filiales ont organisé, en 2019, plusieurs événements d'entreprise en respectant une liste de critères écoresponsables. L'on parle entre autres de l'assemblée annuelle des actionnaires de Québecor, du Grand Rendez-vous Vidéotron, des formations Appartenance, du Campus Québecor, du lancement du plan d'électrification des transports de Québecor ainsi que du cocktail de remise des Prix Femmes d'exception.



**ENGAGÉS
VERT
L'AVENIR**

DES EMPLOYÉS ENGAGÉS VERT L'AVENIR

UNE BRIGADE DE PRÈS DE 100 AMBASSADEURS VERTS!

En 2019, Québecor et ses filiales ont pu compter sur l'engagement et le dévouement de près de 100 ambassadeurs verts. Ces employés s'impliquent volontairement pour mettre en place des projets et des activités de sensibilisation à l'environnement au sein de leur milieu de travail. Voici quelques exemples des réalisations des ambassadeurs verts de Québecor.



Ateliers sur l'agriculture urbaine proposés aux employés afin de leur faire découvrir tous les bienfaits du jardinage en ville.

Création et entretien de potagers urbains, qui sont mis à la disposition des employés tout au long de la saison estivale, sur quatre sites de Québecor.



Kiosque d'information animé par des experts de l'entreprise Soverdi, pour encourager la plantation et le bon entretien des arbres à la maison.

Conférence sur les véhicules électriques dans le cadre des Rendez-vous branchés d'Équiterre afin de sensibiliser les employés aux modes de transport durables.





Engagement philanthropique

Pour Pierre Péladeau, fondateur de Québec et homme d'une grande générosité, toutes les causes humanitaires étaient bonnes, qu'elles soient petites ou grandes. Ce fondement est resté ancré dans les valeurs de l'entreprise. Ainsi, depuis plus de 60 ans, Québec s'investit activement dans la collectivité, partout au Québec. Chaque année, l'entreprise soutient des causes qui font une réelle différence dans plusieurs sphères de la société et alloue une part importante de ses contributions à la culture.

L'ENGAGEMENT DE QUÉBECOR EN 2019

- Une valeur de plus de 45 M\$ en dons et commandites, soit 2,4 % du BAIIA ajusté.
- Près de la moitié de ses contributions vouées au soutien, au développement et au rayonnement de la culture québécoise.
- Le soutien et l'accompagnement de plus de 500 organismes partout au Québec.

Louise Forestier, lauréate d'un Prix Hommage Québecor, avec à sa gauche Pierre Karl Péladeau et Louise Latraverse. À sa droite : Sylvie Cordeau.



©PATRICK SÉGUIN



Pierre Karl Péladeau, Louise Latraverse et Stéphane Archambault entourent Denise Boucher, gagnante d'un Prix Hommage Québecor.*

©PATRICK SÉGUIN

DES INITIATIVES ENRACINÉES AU CŒUR DE L'ENTREPRISE

SOIRÉE HOMMAGE QUÉBECOR : SOULIGNER LA CONTRIBUTION INESTIMABLE DES GRANDS ARTISTES D'ICI

Visant à honorer les figures marquantes de la culture québécoise, les Prix Hommage Québecor, tous deux accompagnés d'une bourse de 50 000 \$, ont été remis, en juin 2019, à la poète et autrice Denise Boucher ainsi qu'à la chanteuse et comédienne Louise Forestier. Québecor est fière d'avoir pu souligner les carrières exceptionnelles de ces deux grandes artistes qui, chacune à leur façon, ont contribué à faire évoluer la place des femmes au sein de la société québécoise. Plus de 400 personnalités du milieu des arts et des affaires se sont rassemblées à l'occasion de cette 7^e Soirée hommage Québecor, qui s'est déroulée au Chalet du Mont-Royal.

L'ESPACE MUSÉE QUÉBECOR : FAIRE RAYONNER LE TALENT D'ARTISTES QUÉBÉCOIS

Situé au rez-de-chaussée de son siège social, l'Espace musée Québecor offre aux employés, aux visiteurs ainsi qu'aux passants la possibilité de découvrir et d'apprécier les œuvres d'artistes québécois provenant de tous horizons. L'Espace musée Québecor a accueilli, en 2019, les expositions de trois grands artistes québécois : le peintre Louis Boudreault, l'artiste photographe Pierre Dury ainsi que la peintre et poète Louise Robert.



Exposition *Si le Québec m'était conté*, de Pierre Dury, en mai 2019.

©ÉRIC CARRIÈRE



Exposition *Fragment d'écriture*, de Louis Boudreault, en janvier 2019.

©ÉRIC CARRIÈRE



Exposition *Compter le temps*, de Louise Robert, en novembre 2019.

©DOMINIC GOUIN



LES BOURSES PIERRE-PÉLADEAU

SOUTENIR LA RELÈVE POUR CONSTRUIRE L'AVENIR ENSEMBLE

Pour une 21^e année, Québecor a remis, dans le cadre de son assemblée annuelle des actionnaires, les Bourses Pierre-Péladeau, une initiative visant à soutenir et à propulser la relève entrepreneuriale québécoise. Convaincue que la création de nouvelles entreprises innovantes est essentielle à la diversification de l'économie du Québec pour les années à venir, Québecor est fière d'avoir octroyé, en mai 2019, des bourses d'un montant total de 200 000 \$ à de jeunes étudiants, leur permettant ainsi de concrétiser leur projet d'affaires. Félicitations aux lauréats des Bourses Pierre-Péladeau 2019!

BOURSE DE 100 000 \$ Puzzle Medical Devices

Jade Doucet-Martineau, Gabriel Georges et François Trudeau, de l'École de technologie supérieure et de l'Université de Montréal, ont mis sur pied une entreprise de dispositifs médicaux minimalement invasifs. L'objectif est de repenser la manière dont ces dispositifs sont implantés dans le corps humain afin de réduire les complications et ainsi offrir des options de traitements aux patients plus fragiles.

BOURSE DE 50 000 \$ Biolift

Samuel Lecours, Guillaume Gaudet et Laurent Blanchet, de Polytechnique Montréal, ont conçu Biolift, qui contribue au bien-être des personnes vivant avec une autonomie réduite ainsi qu'à la sécurité et l'efficacité des travailleurs en développant des prothèses, des orthèses et des exosquelettes personnalisés à juste prix.

BOURSE DE 35 000 \$ DeLeaves

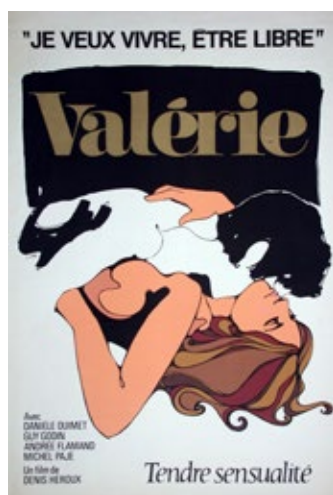
Hughes Lavigne et Guillaume Charron, de l'Université de Sherbrooke, ont travaillé sur le drone échantillonneur DeLeaves, qui permet de récolter des branches au sommet des arbres, peu importe leur espèce, leur hauteur, la densité de la végétation ou le relief du terrain où ils se trouvent.

BOURSE DE 15 000 \$ Cigogne Technologies

Rosemarie St-Yves Ferron et Alexis Chabot-Tremblay, de l'Université de Sherbrooke, ont développé un produit innovateur dans le transport biomédical : Cigogne. Il s'agit d'un compartiment intelligent réfrigéré par réaction chimique qui régule, de façon complètement autonome, la température lors du transport de vaccins, d'organes ou de produits biomédicaux.

ÉLÉPHANT : MÉMOIRE DU CINÉMA QUÉBÉCOIS, POUR UN PATRIMOINE CINÉMATOGRAPHIQUE BIEN VIVANT

Depuis 2008, Éléphant : mémoire du cinéma québécois restaure, numérise et rend accessibles au grand public les films qui ont marqué l'histoire et la culture du Québec. Après avoir fêté son 10^e anniversaire l'an dernier, Éléphant a entamé cette nouvelle étape de son histoire en se dotant d'une nouvelle identité visuelle, dévoilée en septembre 2019. Éléphant souhaite maintenant multiplier les initiatives auprès de nouveaux publics afin de rendre le patrimoine cinématographique du Québec encore plus accessible à toutes les générations, notamment en le faisant découvrir aux jeunes dans les établissements du Québec de niveaux secondaire et collégial.



ÉLÉPHANT

MÉMOIRE DU CINÉMA QUÉBÉCOIS
QUÉBECOR

Éléphant, toujours présent dans les festivals de cinéma du Québec

Au cours de l'année 2019, Éléphant s'est associé à plusieurs festivals de cinéma d'envergure au Québec pour projeter certaines des œuvres les plus marquantes du patrimoine cinématographique québécois. *Portion d'éternité* (1989), *L'assassin jouait du trombone* (1991) et *Le sphinx* (1995) ont été présentées au Festival international de films Fantasia, en juillet 2019. Puis, Éléphant a présenté *Valérie* (1969), qui célébrait son 50^e anniversaire, et *Post mortem* (1999) dans le cadre du Festival de cinéma de la ville de Québec, en septembre 2019. *L'eau chaude, l'eau frette* (1976), *Le vent du Wyoming* (1994) et *La cuisine rouge* (1980) ont quant à elles été présentées au Festival du nouveau cinéma, en novembre 2019. Avant leur restauration et leur numérisation, plusieurs de ces œuvres étaient presque impossibles à visionner. Grâce au travail d'Éléphant, il est maintenant possible de les revoir et, surtout, de les faire découvrir aux nouvelles générations.

UN PARTENAIRE DE CŒUR POUR LES ORGANISMES DU QUÉBEC!

Attachée à ses racines québécoises, Québecor est présente pour sa communauté. Les quelque 500 organismes qu'elle soutient sont implantés dans toutes les régions du Québec, autant dans les grands centres que dans les plus petites municipalités, et œuvrent dans une foule de domaines, dont la santé, l'entrepreneuriat, le sport amateur, l'éducation, l'entraide communautaire et, bien sûr, la culture.

Voici un survol de quelques-uns des partenariats de Québecor, aux quatre coins du Québec!



Fondation Charles-Bruneau
Espace Mieux-Être Québecor



Festival de musique émergente



L'itinéraire



Festival de poésie de Trois-Rivières

©VALLÉRIE L'ALBIN (2017)

ABITIBI-TÉMISCAMINGUE

Festival de musique émergente en Abitibi-Témiscamingue (FME)

OUTAOUAIS

Festival Transistor
Festival Outaouais en fête

LAURENTIDES

Théâtre Gilles-Vigneault
Moisson Laurentides
Festival international Hautes-Laurentides
La Fête de la musique de Tremblant

MAURICIE

Festival international de la poésie de Trois-Rivières

LAVAL

Maison des soins palliatifs de Laval
Culture country
Fondation Cité de la Santé

MONTRÉAL

Expo Entrepreneurs
Suicide Action Montréal
L'itinéraire
Le Chaînon
Festival Présence autochtone
Fondation Sablon
Théâtre Prospero
Chambre de commerce LGBT du Québec
Clinique juridique Juripop
Fondation Charles-Bruneau
L'Ancre des jeunes
Cirque Éloïze
Festival Vue sur la relève
Fonderie Darling



CÔTE-NORD
 Salon du livre de la Côte-Nord
 Festival de la chanson de Tadoussac
 Association du cancer de l'Est du Québec

CAPITALE-NATIONALE
 Motivaction Jeunesse
 Fondation Institut universitaire de cardiologie et de pneumologie de Québec
 Fiducie du patrimoine culturel des Augustines
 Assemblée des Premières Nations Québec-Labrador
 Espace Félix-Leclerc
 Festival de cinéma de la ville de Québec
 Théâtre La Bordée
 Théâtre Premier Acte

PARTOUT AU QUÉBEC!
 Les Banques alimentaires du Québec
 Fondation Bon départ
 Fondation des artistes
 Fondation SPACQ

SAGUENAY—LAC-SAINT-JEAN
 Grand prix cycliste Saguenay
 Fondation Asselin du Cégep de Jonquière
 Festival aérien international de Bagotville

CENTRE-DU-QUÉBEC
 Festival de la poutine
 Théâtre des Grands Chênes

LANAUDIÈRE
 Fondation Académie Antoine-Manseau
 Fondation pour l'encouragement scolaire

MONTÉRÉGIE
 Fabrique St-Roch
 Théâtre de la Ville
 Maison Kekpart
 Festival Artefact

GASPÉSIE—ÎLES-DE-LA-MADELEINE
 Festival international Contes en îles
 Festival en chanson de Petite-Vallée
 Concours de châteaux de sable des Îles-de-la-Madeleine
 Fondation Madeli-Aide

BAS-SAINT-LAURENT
 Festi Jazz international de Rimouski
 Musée du Bas-Saint-Laurent
 Carrefour de la littérature, des arts et de la culture

ESTRIE
 Action Saint-François
 Correspondances d'Eastman
 Musée de Sutton
 Centre Adélar
 Salle Alec et Gérard Pelletier



Gouvernance

Pour Québecor, une bonne gouvernance est essentielle pour assurer la prospérité de l'entreprise ainsi que pour construire une culture organisationnelle efficace et intègre répondant aux besoins des parties prenantes.

Québecor s'assure ainsi que ses actions, mesures, procédures et politiques respectent les normes les plus élevées en matière d'éthique et de transparence.

UN CONSEIL D'ADMINISTRATION FORMÉ MAJORITAIREMENT D'ADMINISTRATEURS INDÉPENDANTS

Son président n'étant pas indépendant, le conseil de Québecor a nommé une vice-présidente et administrateur en chef indépendante.

De plus, les comités du conseil, le comité d'audit et le comité des ressources humaines et de régie d'entreprise sont tous deux formés uniquement d'administrateurs indépendants.

UNE GRANDE IMPORTANCE RÉSERVÉE À L'ÉTHIQUE

Les codes d'éthique de Québecor, de Groupe TVA ainsi que de Vidéotron font régulièrement l'objet de révision afin de garantir le respect des plus hautes normes d'intégrité et d'excellence.

De plus, un service de signalement confidentiel de manquement à l'éthique est en tout temps à la disposition des employés de l'ensemble des filiales de l'entreprise afin qu'ils puissent s'informer ou dénoncer toutes infractions au code d'éthique.

UN CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ÉCOUTE DE SES ACTIONNAIRES

Le conseil d'administration continue également de s'assurer de maintenir un dialogue ouvert et constructif avec ses actionnaires dans le cadre de ses échanges avec des groupes de défense des actionnaires et des investisseurs, notamment afin de discuter des questions relatives à la gouvernance.

Une politique écrite sur la sélection des candidats au conseil visant l'atteinte d'une cible d'au moins 40 % des sièges occupés par des femmes d'ici 2020 a également été adoptée. Cette cible a été atteinte à 44 % en 2019 et sera maintenue en 2020.

CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR INC.

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Chantal Bélanger¹

Administratrice de sociétés

André P. Brosseau^{1,2}

Président du conseil et chef de la direction,
Les Investissements Du Musée inc.

Michèle Colpron

Administratrice de sociétés

Lise Croteau²

Administratrice de sociétés

Sylvie Lalande²

Vice-présidente du conseil et administrateur en chef, et présidente du comité des ressources humaines et de régie d'entreprise,
Québecor inc. et Québecor Média inc.,
présidente du conseil, Groupe TVA inc., et administratrice de sociétés

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

Président du conseil,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et associé principal,
Norton Rose Fulbright Canada, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Robert Paré

Conseiller stratégique,
Fasken Martineau DuMoulin, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Érik Péladeau

Président,
Cie de Publications Alpha inc.

Normand Provost¹

Président du comité d'audit,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et administrateur de sociétés

DIRIGEANTS

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

Président du conseil

Sylvie Lalande

Vice-présidente du conseil et administrateur en chef

Pierre Karl Péladeau

Président et chef de la direction

Marc M. Tremblay

Chef de l'exploitation et des affaires juridiques

Hugues Simard

Chef de la direction financière

Sylvain Bergeron

Vice-président, Fiscalité

Jean-François Parent

Vice-président et trésorier

Denis Sabourin

Vice-président et contrôleur corporatif

Sophie Riendeau

Secrétaire de l'entreprise

Catherine Tees

Secrétaire adjointe

¹ Membre du comité d'audit

² Membre du comité des ressources humaines et de régie d'entreprise

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

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Chantal Bélanger¹

Administratrice de sociétés

André P. Brosseau^{1, 2, 3}

Président du conseil et chef de la direction,
Les Investissements Du Musée inc.

Michèle Colpron

Administratrice de sociétés

Lise Croteau²

Administratrice de sociétés

Sylvie Lalande²

Vice-présidente du conseil et
administrateur en chef,
présidente du comité des ressources humaines et de régie
d'entreprise,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et
présidente du conseil, Groupe TVA inc., et
administratrice de sociétés

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

Président du conseil,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et
associé principal,
Norton Rose Fulbright Canada, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Robert Paré³

Conseiller stratégique,
Fasken Martineau DuMoulin, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Érik Péladeau

Président,
Cie de Publications Alpha inc.

Normand Provost^{1, 3}

Président du comité d'audit,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et
administrateur de sociétés

COMITÉ DE DIRECTION

Pierre Karl Péladeau

Président et chef de la direction

Jean-François Pruneau

Président et chef de la direction,
Vidéotron Itée

France Lauzière

Présidente et chef de la direction,
Groupe TVA inc., et
chef du contenu, Québecor Contenu

Marc M. Tremblay

Chef de l'exploitation et des affaires juridiques

Hugues Simard

Chef de la direction financière

Lyne Robitaille

Vice-présidente principale, Journaux, Magazines,
Distribution et Imprimerie,
Québecor, et
présidente et éditrice, *Le Journal de Montréal*

Martin Tremblay

Chef de l'exploitation,
Québecor Groupe Sports et divertissement

Christian Jetté

Président Édition, secteur Livres, Québecor, et
président, Les Éditions CEC inc.

Mathieu Turbide

Vice-président,
Contenus numériques, Québecor

¹ Membre du comité d'audit

² Membre du comité des ressources humaines et de régie d'entreprise

³ Membre du comité exécutif

Mise en garde concernant l'information prospective

Veuillez vous référer aux mises en garde concernant l'information prospective indiquée dans les documents publics déposés par la Société et qui sont disponibles à <www.sedar.com> et à <www.quebecor.com>.



QUÉBECOR