

QUÉBECOR



**RAPPORT
D'ACTIVITÉ
2020**




TABLE DES MATIÈRES

3		2020 EN BREF
5		FAITS SAILLANTS
10		MESSAGE AUX ACTIONNAIRES
13		TÉLÉCOMS
25		MÉDIA
59		SPORTS ET DIVERTISSEMENT
68		RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE
93		CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR INC.
94		CONSEIL D'ADMINISTRATION ET COMITÉ DE DIRECTION DE QUÉBECOR MÉDIA INC.

2020 EN BREF

1,31 G\$

Flux de trésorerie d'exploitation pour l'exercice 2020, **en hausse de 14,7 %** par rapport à l'exercice 2019.

1,95 G\$

BAlIA ajusté pour l'exercice 2020, **en hausse de 3,9 %** par rapport à l'exercice 2019.

4,32 G\$

Revenus de Québecor pour l'exercice 2020, **en hausse de 0,6 %** par rapport à l'exercice 2019.

Chef de file

des télécommunications, des médias et du divertissement au Québec.

40,6 %

de parts de marché en 2020 pour TVA et ses chaînes spécialisées, no 1 au Québec.

+11,3 %

lignes en téléphonie mobile.

+4 %

clients à l'accès Internet, fournisseur no 1 au Québec.

+10 400

employés.

2020 EN BREF

Le plus important
groupe média
au Québec en
numérique.

3,7 millions
de lecteurs multiplateformes
rejoints chaque semaine par les
journaux de Québecor.

L'environnement
d'information
le plus consulté
au Québec.

+400
organismes
soutenus partout
au Québec.

Une valeur de
28,56 M\$
en dons et commandites
en 2020.

FAITS SAILLANTS

Exercices terminés les 31 décembre 2020, 2019 et 2018

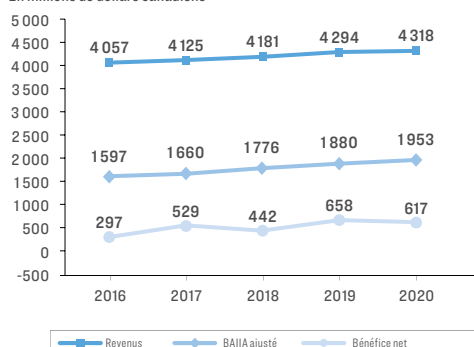
(en millions de dollars canadiens, sauf pour les montants relatifs aux données par action)

	2020	2019	2018
EXPLOITATION			
Revenus	4 317,8 \$	4 293,8 \$	4 181,0 \$
BAlIA ajusté ¹	1 952,6	1 879,5	1 776,3
Flux de trésorerie d'exploitation ¹	1 312,4	1 144,1	1 012,3
Contribution au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies ¹	594,5	581,0	469,8
Gain (perte) sur évaluation et conversion des instruments financiers	7,5	(6,1)	(61,4)
Éléments inhabituels	(28,0)	(19,6)	(8,2)
Activités abandonnées	33,2	97,5	3,5
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	607,2	652,8	403,7
DONNÉES DE BASE PAR ACTION			
Contribution au bénéfice net attribuable aux actionnaires :			
Activités d'exploitation poursuivies ¹	2,36 \$	2,27 \$	1,96 \$
Gain (perte) sur évaluation et conversion des instruments financiers	0,03	(0,02)	(0,26)
Éléments inhabituels	(0,11)	(0,08)	(0,03)
Activités abandonnées	0,13	0,38	0,02
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	2,41	2,55	1,69
Dividendes	0,80	0,39	0,19
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en millions)	251,6	255,6	239,3
SITUATION FINANCIÈRE			
Dette à long terme	5 773,4 \$	5 957,5 \$	6 428,2 \$
Obligations locatives	173,3	137,9	144,4
Débitures convertibles, y compris les dérivés incorporés	156,5	165,8	155,2
Capitaux propres	1 214,1	1 072,1	568,5
Total de l'actif	9 861,6	9 725,9	9 657,5
Ratio d'endettement net consolidé ¹	2,68x	2,91x	3,22x
EMPLOYÉS	10 000	10 000	10 000

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

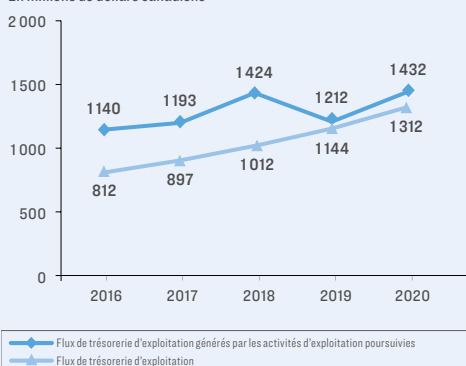
Revenus, BAlIA ajusté et bénéfice net

En millions de dollars canadiens



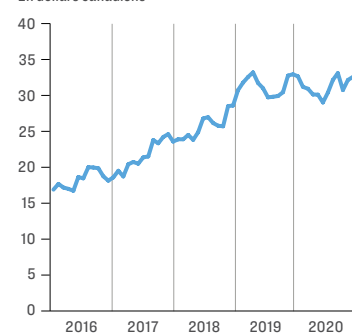
Flux de trésorerie d'exploitation et flux de trésorerie générés par les activités d'exploitation poursuivies

En millions de dollars canadiens



Cours de l'action (QBR.B)

En dollars canadiens



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, le gain (la perte) sur évaluation et conversion des instruments financiers, la restructuration des activités d'exploitation et autres éléments, les impôts sur le bénéfice et le bénéfice (la perte) lié(e) 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 des outils d'évaluation du rendement financier conformes aux IFRS 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 Québecor 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 et les flux de trésorerie libres liés aux activités d'exploitation poursuivies, 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 pour les exercices terminés les 31 décembre 2020, 2019 et 2018 (en millions de dollars canadiens).

	2020	2019	2018
BAIIA ajusté	1 952,6 \$	1 879,5 \$	1 776,3 \$
Amortissement	(803,2)	(750,4)	(753,1)
Frais financiers	(328,2)	(327,5)	(332,0)
Gain (perte) sur évaluation et conversion des instruments financiers	8,0	(6,5)	(61,3)
Restructuration des activités d'exploitation et autres éléments	(39,2)	(28,6)	(29,1)
Impôts sur le bénéfice	(205,8)	(205,7)	(162,8)
Bénéfice lié aux activités abandonnées	33,2	97,5	3,8
Bénéfice net	617,4 \$	658,3 \$	441,8 \$

Flux de trésorerie d'exploitation

Les flux de trésorerie d'exploitation représentent le BAIIA ajusté, moins les acquisitions d'immobilisations et les acquisitions d'actifs incorporels (exclusion faite des acquisitions et des renouvellements de licences). Les flux de trésorerie d'exploitation représentent les fonds 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, le remboursement de la dette à long terme et le rachat 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 des outils d'évaluation du rendement financier conformes aux IFRS 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 l'ensemble de ses 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 pour les exercices terminés les 31 décembre 2020, 2019 et 2018 (en millions de dollars canadiens).

	2020	2019	2018
Flux de trésorerie d'exploitation	1 312,4 \$	1 144,1 \$	1 012,3 \$
Plus (moins)			
Portion monétaire des frais financiers	(320,1)	(319,4)	(324,9)
Portion monétaire liée à la restructuration des activités d'exploitation et autres éléments	(30,7)	(9,8)	(14,2)
Impôts exigibles	(208,7)	(107,9)	(154,9)
Autres	2,8	2,9	4,8
Variation nette des éléments hors caisse liés aux activités d'exploitation	40,0	(229,3)	146,3
Variation des éléments hors caisse courants liés aux acquisitions d'immobilisations ¹	(28,7)	(15,3)	4,7
Variation des éléments hors caisse courants liés aux acquisitions d'actifs incorporels ¹	15,8	8,0	12,4
Flux de trésorerie utilisés pour les acquisitions d'immobilisations	447,2	501,6	549,5
Flux de trésorerie utilisés pour les acquisitions d'actifs incorporels ²	205,9	241,1	197,4
Produit de l'aliénation d'éléments d'actif	(4,4)	(4,2)	(9,4)
Flux de trésorerie générés par les activités d'exploitation poursuivies	1 431,5 \$	1 211,8 \$	1 424,0 \$

¹ Excluant le crédit gouvernemental pour grands projets d'investissement à recevoir.

² Exclusion faite des déboursés liés aux achats et aux renouvellements de licences.

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 le gain (la perte) sur évaluation et conversion des instruments financiers, la restructuration des activités d'exploitation 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 (la perte) lié(e) 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 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.

Le tableau ci-dessous présente le rapprochement du bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies avec le bénéfice net attribuable aux actionnaires divulgué aux états financiers consolidés de Québecor pour les exercices terminés les 31 décembre 2020, 2019 et 2018 (en millions de dollars canadiens).

	2020	2019	2018
Bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies	594,5 \$	581,0 \$	469,8 \$
Gain (perte) sur évaluation et conversion des instruments financiers	8,0	(6,5)	(61,3)
Restructuration des activités d'exploitation et autres éléments	(39,2)	(28,6)	(29,1)
Impôts sur le bénéfice afférents aux ajustements ¹	9,1	8,0	19,0
Bénéfice net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle afférent aux ajustements	1,6	1,4	1,8
Activités abandonnées	33,2	97,5	3,5
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	607,2 \$	652,8 \$	403,7 \$

¹ Y compris l'impact de la fluctuation de l'impôt sur le bénéfice, applicable sur les éléments ajustés, pour des raisons statutaires ou dans le cadre de transactions fiscales.

Ratio d'endettement net consolidé

Le ratio d'endettement net consolidé représente la dette nette consolidée, exclusion faite des débetures convertibles, divisée par le BAIIA ajusté des 12 derniers mois. La dette nette consolidée, exclusion faite des débetures convertibles, représente le total de la dette à long terme, plus les emprunts bancaires, les obligations locatives, la portion à court terme des obligations locatives et les passifs liés aux instruments financiers dérivés, moins les actifs liés aux instruments financiers dérivés et les espèces et quasi-espèces. Le ratio d'endettement net consolidé sert à évaluer le levier financier de la Société et est utilisé par la direction et le conseil d'administration dans les décisions liées à la structure du capital de la Société, y compris la stratégie de financement, et dans la gestion du risque lié aux échéances des dettes. Le ratio d'endettement net consolidé exclut les débetures convertibles puisque ces débetures peuvent être rachetées au gré de la Société, sous certaines conditions, en émettant des actions catégorie B de Québecor. Le ratio d'endettement net consolidé n'est pas une mesure établie conformément aux IFRS. Il ne vise pas à remplacer des outils d'évaluation conformes aux IFRS ou le bilan afin d'évaluer la situation financière. La définition du ratio d'endettement net consolidé de la Société peut différer de celle adoptée par d'autres entreprises.

Le tableau ci-dessous présente le calcul du ratio d'endettement net consolidé ainsi que le rapprochement avec les éléments du bilan divulgués aux états financiers consolidés de Québecor pour les exercices terminés les 31 décembre 2020, 2019 et 2018 (en millions de dollars canadiens).

	31 déc. 2020	31 déc. 2019	31 déc. 2018
Total de la dette à long terme¹	5 786,4 \$	5 986,1 \$	6 461,7 \$
Plus (moins)			
Obligations locatives	139,0	106,6	108,4
Portion à court terme des obligations locatives	34,3	31,3	36,0
Emprunts bancaires	1,7	29,4	24,3
Actifs liés aux instruments financiers dérivés	(625,5)	(679,8)	(887,0)
Passifs liés aux instruments financiers dérivés	28,4	2,1	-
Espèces et quasi-espèces	(136,7)	(14,0)	(21,0)
Dette nette consolidée exclusion faite des débetures convertibles	5 227,6	5 461,7	5 722,4
Divisé par :			
BAIIA ajusté sur 12 mois	1 952,6	1 879,5	1 776,3
Ratio d'endettement net consolidé	2,68x	2,91x	3,22x

¹ Exclut les variations de la juste valeur de la dette à long terme liées au risque de taux d'intérêt couvert et les frais de financement.

MESSAGE AUX ACTIONNAIRES

Alors que nous terminons une année marquée par des événements que nul n'aurait pu prédire, nous ne pouvons faire autrement qu'être fiers et reconnaissants du rôle de premier plan que Québecor a été en mesure de jouer durant la crise de la COVID-19. En tant qu'entreprise responsable et solidaire ainsi que chef de file des télécommunications, de l'information et du divertissement au Québec, nous avons travaillé sans relâche afin de continuer d'offrir à la population nos services essentiels ainsi que pour soutenir nos employés, nos clients et notre communauté.

Que ce soit par le retrait des limites de données sur tous les forfaits Internet Vidéotron, par le débrouillage de nos chaînes LCN et Yoopa, par l'accès gratuit à de nombreux contenus, dont plusieurs de Club illico, par le travail acharné de nos équipes de nouvelles ou encore par la création d'émissions spéciales diffusées à TVA, telles que la production originale *Ça va bien aller*, conçue en seulement 10 jours, nous avons tout mis en œuvre pour offrir le meilleur accompagnement possible aux Québécoises et aux Québécois ainsi que pour leur permettre de rester connectés, informés et divertis.

Nous avons également tenu à être présents pour nos employés touchés par le ralentissement de nos activités dans certains secteurs. En guise de loyauté et de reconnaissance, nous avons d'une part constitué un Fonds d'urgence de 500 000 \$ pour apporter une aide financière immédiate aux employés, collaborateurs et pigistes de Groupe Sports et divertissement, les premiers touchés par la crise. Puis, nous avons également mis en place des mesures d'aide financière afin de bonifier les programmes d'aide gouvernementale au moyen d'un programme de prestation supplémentaire pouvant aller jusqu'à 95 % des salaires dans certains cas.

Si la solidarité et la générosité ont toujours fait partie des fondements mêmes de Québecor, la crise de la COVID-19 n'a fait qu'intensifier notre engagement et notre sentiment de responsabilité face à notre communauté. Nous avons offert, en collaboration avec la Fondation Chopin-Péladeau ainsi qu'avec Groupe TVA et le Dock619, notre appui aux Banques alimentaires du Québec en nous associant à l'initiative des Cuisines Solidaires de la Tablée des Chefs. De plus, afin de contribuer à lutter contre l'isolement, nous avons fourni, grâce à Vidéotron et le gouvernement du Québec, 1 000 téléphones intelligents assortis de forfaits illimités dans les Centres pour jeunes en difficulté ainsi que dans les CHSLD. Puis, en tant que grand partenaire de la Fondation du CHUM, nous avons remis 150 appareils mobiles Vidéotron pour permettre aux professionnels de la santé du centre hospitalier de prendre contact avec leurs patients, tout en minimisant les risques de contagion. Finalement, le grand événement télévisuel *Une chance qu'on s'a*, diffusé à TVA et à Télé-Québec et présenté en partenariat avec le gouvernement du Québec, a permis de remettre 2 M\$ aux organismes SOS violence conjugale ainsi qu'aux Petits Frères.

Si une part d'incertitude demeure quant à la fin de la crise et à la reprise complète de nos opérations, la solidité de notre entreprise ainsi que la gestion prudente de nos activités et de notre bilan nous permettent d'être alignés sur nos objectifs et notre rendement. Ainsi, malgré la crise et son incidence sur certains de nos secteurs, nous avons été en mesure de générer une hausse de 3,9 % de notre BAIIA ajusté et une augmentation de 14,7 % de nos flux de trésorerie d'exploitation, en plus de voir passer notre ratio d'endettement de 2,91x en 2019 à 2,68x en 2020.

Télécoms

Consciente de l'importance capitale de ses services de connectivité et de divertissement, Vidéotron a continué de faire preuve d'excellence et d'innovation tout au long de l'année 2020. Portée par une équipe de direction et des milliers de collaborateurs et collaboratrices, Vidéotron a poursuivi le déploiement de projets porteurs et a continué de miser sur les meilleures technologies pour soutenir sa croissance. Avec des revenus et un BAIIA ajusté en hausse de 4,1 % et de 3,4 % respectivement en 2020, les résultats sont probants.

Nous avons souligné le 10^e anniversaire du lancement de notre réseau mobile en 2020. Nous pouvons être fiers du chemin parcouru, puisqu'en moins de 10 ans Vidéotron est passée de joueur émergent à chef de file incontesté au Québec, affrontant ainsi le cartel des trois grandes entreprises nationales déjà bien établies et créant au passage des milliers d'emplois partout au Québec. Cette progression fulgurante a été rendue possible notamment grâce aux investissements massifs de plus de 2,5 G\$ réalisés par Vidéotron depuis 2008 pour bâtir, déployer et maintenir son réseau ainsi qu'à l'expertise et au savoir-faire incomparables des collaborateurs et collaboratrices de Vidéotron. Toujours en croissance, l'entreprise comptait, au 31 décembre 2020, plus de 1 481 100 lignes connectées pour toutes ses marques, une hausse de 11,3 % comparativement à l'exercice 2019. Dix ans plus tard, force est de constater que la décision stratégique de s'engager dans le sans-fil s'est avérée extrêmement judicieuse.

L'histoire de Vidéotron représente le parfait exemple de l'effet bénéfique que peut avoir un quatrième joueur fort sur la concurrence. Sa présence au Québec a eu comme effet direct de faire diminuer les prix des services sans fil, au bénéfice des consommateurs. Comme souligné par le Bureau de la concurrence, les Québécois paient en effet les tarifs mobiles les plus bas au Canada, soit de 35 à 40 % de moins qu'ailleurs au pays. Vidéotron est également un exemple de réussite et de grande fierté. Elle a été nommée, pour une 15^e année consécutive, l'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois, selon l'étude Réputation 2020 de Léger, en plus de figurer parmi les meilleurs employeurs de Montréal en 2020, selon MediaCorp Canada.

L'année 2020 a également marqué un jalon important de la croissance de Vidéotron avec le lancement de notre réseau 5G, dont la mise en service s'est amorcée à Montréal en décembre 2020 et se poursuivra ailleurs au Québec au cours des prochaines années. Consolidant notre position de chef de file, cette avancée majeure vers une technologie au potentiel infini illustre clairement notre volonté de demeurer à l'avant-plan des grands changements technologiques ainsi que d'offrir à nos clients une expérience de calibre mondial.

En ce qui concerne l'accès Internet, la crise de la COVID-19 a inévitablement démontré l'importance cruciale des infrastructures de connectivité. Dans un contexte de forte pression et de demandes accrues, nous sommes fiers que les Québécois aient pu compter sur un réseau fiable et robuste grâce aux investissements stratégiques effectués au cours des dernières années.

Forts d'un réseau rejoignant plus de 90 % de la population québécoise, nous poursuivons notre stratégie de déploiement de services en région en innovant et en bâtissant de nouvelles infrastructures afin de connecter le plus grand nombre de foyers et d'entreprises à Internet haute vitesse, un élément essentiel au développement économique du Québec. En octobre 2020, nous avons d'ailleurs complété une série d'investissements totalisant plus de 25 M\$ qui ont permis de connecter plus de 30 000 nouvelles résidences et entreprises à notre réseau Internet haute vitesse dans plusieurs régions du Québec.

Notre croissance a continué d'être alimentée également par nos nouveaux services Helix et Fizz. Notre plateforme de divertissement et de gestion du domicile a poursuivi son ascension et comptait, à la fin janvier 2021, plus de 677 000 unités génératrices de revenus. Grâce à l'acquisition de nouveaux clients ou à la migration de clients actuels, Helix contribue à améliorer l'accès à Internet haute vitesse, à vendre des forfaits et des services groupés ainsi qu'à réduire les taux de désabonnement. Fizz, pour sa part, a continué d'apporter une contribution unique sur le marché du sans-fil et de l'Internet résidentiel. Notre marque nouveau genre a maintenu en 2020 l'indice de recommandation client le plus élevé de l'industrie. Fizz s'est aussi classée, pour une deuxième année consécutive, au premier rang de l'étude WOW numérique de Léger pour la meilleure expérience en ligne dans le secteur des télécommunications, en plus d'avoir été nommée dans le top 10, toutes industries confondues.

Poursuivant sa croissance, Club illico continue de se démarquer par sa programmation riche et diversifiée ainsi que par son engagement fondamental envers la production de contenus originaux. Signe de leur grande qualité et popularité, 7 des 10 séries les plus regardées sur Club illico en 2020 sont des productions originales créées en collaboration avec Québecor Contenu et des producteurs québécois.

Média

Notre secteur Média a joué un rôle tout autant crucial en veillant à informer et divertir la population au cours l'année 2020. Malgré le contexte difficile lié à la pandémie, Groupe TVA, mené par sa présidente et chef de la direction, France Lauzière, a continué d'évoluer et de s'adapter à la transformation du marché, notamment en lançant avec succès sa marque actualisée et la nouvelle plateforme numérique TVA+ à l'automne 2020.

Avec leurs contenus rassembleurs et une information de grande qualité, TVA et ses chaînes spécialisées ont démontré la place de choix qu'elles occupent dans le cœur des Québécois en maintenant leur position de chef de file avec 40,6 % de parts de marché en 2020. Grâce à une programmation misant sur une vaste offre de productions originales, plusieurs nouveautés et de grands retours attendus du public, TVA a réuni les Québécois de toutes les générations en enregistrant la plus forte augmentation de parts de marché chez les chaînes généralistes auprès de tous les groupes d'âge en 2020. TVA a également connu une hausse de son auditoire de 4 % chez les 18-34 ans. Reconnu pour ses grands rendez-vous télévisuels à ne pas manquer tels que *La Voix*, TVA demeure un extraordinaire lieu de rassemblement avec une moyenne d'écoute en direct de 90 % en 2020.

Malgré l'obligation d'annuler ou de reporter certains tournages non essentiels, les équipes de TVA et de Québecor Contenu sont demeurées créatives et agiles en présentant 91 productions originales sur les plateformes de Groupe TVA et sur Club illico. La grande qualité et l'unicité de nos contenus font leur marque sur le marché de l'exportation. En plus de la vente de formats comme *Révolution*, la vente de séries de fiction originales à travers le monde a connu une augmentation importante, grâce notamment à des productions comme *Épidémie*, *La Faille* et *La vie compliquée de Léa Olivier*.

Du côté de la production cinématographique et télévisuelle, l'année 2020 fut pour MELS une occasion de mettre en place des projets novateurs au bénéfice de ses clients. Sous la nouvelle présidence de Martin Carrier, MELS a consolidé son statut de joueur important sur les marchés local et international en lançant son nouveau plateau de production virtuelle avec un mur d'écran DEL. Représentant une grande avancée technologique, ce nouveau service permet à MELS de soutenir des clients de toute envergure dans la création de leurs projets, que ce soit pour le cinéma, la télévision, la publicité, la musique ou le divertissement.

En ce qui concerne l'information, TVA Nouvelles et LCN ont été les références indéniables des Québécois pour s'informer et suivre les développements liés à la pandémie. L'auditoire cumulé du TVA Nouvelles, à TVA et LCN, a dépassé le million de téléspectateurs à 117 reprises en 2020. Sa moyenne d'écoute combinée s'est chiffrée à 976 000 téléspectateurs, ce qui représente plus du double de son principal concurrent. LCN, la chaîne spécialisée numéro un, a quant à elle joué un rôle encore plus indispensable auprès des Québécois en 2020, comme en témoignent ses parts de marché de 8 %, en hausse de 3 % par rapport à 2019.

De plus, TVA a réitéré son engagement envers l'information régionale. Depuis l'hiver 2021, TVA propose un format bonifié pour les bulletins de nouvelles de Québec, de Sherbrooke, de Trois-Rivières et de l'Est-du-Québec.

Nos journaux ont également occupé une place de choix dans le quotidien des Québécois en rejoignant chaque semaine 3,7 millions de lecteurs multiplateformes en 2020. Forts d'un contenu de qualité et d'une puissance dans le journalisme d'enquête, nos journaux continuent d'être une source d'information fiable et incontournable, grâce à nos équipes de journalistes et de chroniqueurs du *Journal de Montréal*, du *Journal de Québec*, de l'Agence QMI ainsi que du Bureau d'enquête et du Bureau parlementaire. QUB radio a quant à elle connu une hausse de 101 % de sa moyenne d'utilisateurs par mois, comparativement à 2019.

Sports et divertissement

Alors que l'année s'annonçait faste avec plusieurs grands événements et spectacles prévus au calendrier, notre secteur Sports et divertissement a été le premier touché par la crise avec l'arrêt des activités non essentielles et l'interdiction de la tenue d'événements de plus de 250 personnes. Dans ces circonstances inédites, Groupe Sports et divertissement, dirigé par Martin Tremblay, chef de l'exploitation, a géré ses activités de façon à protéger la pérennité de l'entreprise, à préparer l'après-pandémie afin d'occuper une place encore plus grande qu'auparavant au sein de l'industrie du sport et du divertissement ainsi qu'à trouver des solutions créatives pour relancer ses activités et générer des retombées économiques.

Gestev et Musicor Spectacles ont été parmi les premiers à proposer une activité culturelle approuvée par la santé publique. C'est ainsi que nous avons lancé en mai 2020 les TD musiparcs présentés par Vidéotron, une série d'une centaine de spectacles auxquels plus de 325 artisans de l'industrie ont collaboré. Afin de participer à la relance économique de la ville de Québec, le Centre Vidéotron a pour sa part mis sur pied l'événement d'environnement protégé de la Ligue de hockey junior majeur du Québec, en novembre 2020, l'une des rares rencontres sportives à avoir pris place au Québec durant la pandémie.

À travers les nombreux défis en 2020, Groupe Sports et divertissement a su démontrer sa résilience et sa solidité en poursuivant ses activités avec la même détermination et une confiance certaine en l'avenir de l'industrie du spectacle et du divertissement au Québec. L'acquisition en février 2021 d'Audiogram, la plus importante maison de disques francophone indépendante en Amérique du Nord, en est un exemple probant, tout comme l'acquisition en juin 2020 du Théâtre Capitole de Québec. Nous avons également lancé en mai 2020 QUB musique, une plateforme d'écoute en continu québécoise qui offre une visibilité de choix aux artistes du Québec. En augmentant ainsi nos plateformes et nos lieux de diffusion, nous créons un écosystème diversifié au bénéfice des promoteurs, des artistes et des amateurs de musique et de culture du Québec.

Une entreprise responsable et dévouée

En cette année particulière où l'engagement des entreprises a pris un sens encore plus fondamental, la solidarité a continué d'être au cœur des actions de Québecor. En plus d'apporter un soutien direct et immédiat face à la crise, nous avons offert notre appui à plus de 400 organismes partout au Québec, d'une valeur de plus de 28 M\$, soit 1,46 % de notre BAIIA.

Nous avons ainsi poursuivi le déploiement d'initiatives porteuses pour notre culture, notre communauté, les entrepreneurs d'ici, l'environnement et nos employés. Nous avons notamment lancé en avril 2020 le mouvement d'engagement Culture d'ici, visant à offrir un soutien et un rayonnement aux artistes et aux artisans qui forgent notre culture et qui ont été grandement affectés par cette période sans précédent. De plus, afin de lutter contre les changements climatiques, nous avons poursuivi notre plan d'action ayant pour objectif d'accélérer l'électrification de l'ensemble de notre parc de véhicules, ce qui nous permettra à terme de réduire de 50 % notre production de gaz à effet de serre.

Alors que nous entamons une autre année assujettie à l'imprévisibilité du contexte actuel, nous demeurons très confiants face à l'avenir, grâce à notre capacité d'exécuter nos stratégies de façon efficace et disciplinée, à la solidité de nos résultats et de notre bilan ainsi qu'au talent de nos quelque 10 000 employés. À ce sujet, nous souhaitons souligner leur résilience et leur travail exceptionnel tout au long de l'année. Nous demeurons déterminés à assumer notre rôle de leader et à poursuivre notre croissance pour nos actionnaires, nos administrateurs, nos annonceurs, nos partenaires et, bien sûr, nos millions de clients.



Le président du conseil,

Le très honorable Brian Mulroney



Le président et chef de la direction,

Pierre Karl Péladeau



INNOVER
DIVERTIR
CONNECTER

TÉLÉCOMS

VIDÉOTRON

Mobilité

Fizz

Extension du réseau

Helix

Club illico

Force de vente

Vidéotron Affaires

MAtv



L'ENTREPRISE DE
TÉLÉCOMMUNICATIONS
LA PLUS ADMIRÉE
DES QUÉBÉCOIS.

VIDÉOTRON

Au cœur du quotidien des Québécois avec une expérience client unique et des solutions technologiques innovantes, Vidéotron fait sans cesse preuve de leadership afin d'offrir la meilleure expérience qui soit. Complice de la vie connectée des Québécois, Vidéotron poursuit sa volonté de demeurer à l'avant-garde des nouvelles technologies et de rehausser la qualité de vie de ses clients en proposant des plateformes évolutives telles que Helix et Club illico.

ÊTRE PRÉSENT POUR SES CLIENTS QUAND ÇA COMPTE VRAIMENT

Solidaire et consciente de l'importance capitale de ses services de connectivité, **Vidéotron** a mis en place une série de mesures empreintes de bienveillance pour accompagner les Québécois, entre autres dans leur nouveau quotidien, en plein cœur de la crise de la COVID-19.

Vidéotron brille une fois de plus !

- Fournisseur Internet n° 1 au Québec, selon l'Observateur des technologies médias.
- Entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois pour une 15^e année consécutive, selon l'étude Réputation 2020 de Léger.
- Entreprise parmi les meilleurs employeurs à Montréal en 2020, selon MediaCorp Canada.
- Première entreprise de télécommunications au Canada à s'engager concrètement dans le grand virage d'électrification des transports.
- Obtention du prix de l'organisation de confiance de la décennie dans la catégorie « Technologies et télécommunications », décerné par l'Institut de la confiance dans les organisations.

Plus que jamais,
restons connectés.



► VIDÉOTRON

Des mesures pour permettre à la population de rester connectée et de se divertir

Afin de favoriser la mise en place de mesures de télétravail efficaces au sein des organisations et des foyers québécois, Vidéotron a annoncé le retrait des limites de données sur tous les forfaits Internet résidentiels et affaires de ses clients actuels au début de la crise. L'entreprise a répété la mesure pour le temps des Fêtes afin de permettre à ses clients de rester connectés aux leurs, malgré la distance.

L'entreprise a également instauré plusieurs autres mesures proactives pour aider ses clients dans le contexte de la pandémie :

- Annulation des tarifs d'itinérance pour ses clients qui se trouvaient à l'extérieur du Canada et retrait des frais reliés à l'Option voyageur 24 h;
- Débrouillage d'une cinquantaine de chaînes spécialisées;
- Offre d'une centaine de contenus gratuits sur demande exclusifs sur ses plateformes Helix et illico;
- Installation d'équipements de visioconférence par un technicien, incluant la consultation et le soutien technique;
- Mesures de prévention et d'information sur les tentatives d'hameçonnage liées à la COVID-19.



Plus de 500 employés de Vidéotron se sont mobilisés pour collecter des dons lors de l'événement-bénéfice télévisuel **Une chance qu'on s'a**, diffusé en mai 2020 sur les ondes de TVA et de Télé-Québec, en partenariat avec le gouvernement du Québec.

Vidéotron retire les frais d'appels internationaux vers le Liban

À la suite des explosions qui ont eu lieu à Beyrouth en août 2020, Vidéotron a retiré les frais d'appels internationaux vers le Liban. Cette mesure a été prise afin de permettre à ses clients ayant des proches au Liban de communiquer avec ceux-ci sans se soucier des tarifs internationaux habituels.

Des téléphones intelligents pour briser l'isolement

Vidéotron a fourni 1 000 téléphones intelligents assortis de forfaits illimités dans les centres de réadaptation pour jeunes en difficulté d'adaptation (CRJDA) et dans plusieurs centres d'hébergement et de soins de longue durée (CHSLD) du Québec. Cette initiative, mise en place en collaboration avec le gouvernement du Québec, avait pour but de lutter contre l'isolement des jeunes et des aînés en leur permettant de rester connectés avec leurs familles et leurs proches. Vidéotron a également remis 150 appareils mobiles aux professionnels de la santé du Centre hospitalier de l'Université de Montréal (CHUM) afin de leur permettre de prendre contact avec leurs patients tout en minimisant les risques de contagion.

MOBILITÉ

Vidéotron, en mobilité depuis maintenant 10 ans !

En septembre 2010, Vidéotron entrait dans le marché de la **téléphonie mobile** en lançant son propre réseau et affrontait ainsi les trois entreprises nationales déjà bien établies. En moins de 10 ans, Vidéotron est passée de joueur émergent à chef de file au Québec, créant au passage des milliers d'emplois. L'entreprise a également investi, depuis 2008, plus de 2,5 G\$ pour le déploiement et le maintien de ses infrastructures en mobilité au Québec.

De plus, stimulant la concurrence, la présence d'un quatrième joueur fort au Québec comme Vidéotron a eu pour effet direct de faire diminuer les prix des services sans fil, pour le plus grand bénéfice des consommateurs. Le Bureau de la concurrence du Canada a d'ailleurs dressé, en novembre 2019, un constat sans équivoque : les prix des services sans fil sont de 35 % à 40 % plus bas dans un marché où se trouve un fournisseur régional doté de ses propres infrastructures, comme Vidéotron.

Durant cette décennie en mobilité, la progression de Vidéotron a été impressionnante. L'entreprise compte maintenant plus de **1 481 100 lignes connectées**, ce qui représente une hausse de 11,3 % par rapport à l'exercice 2019 pour Vidéotron, Fizz et Vidéotron Affaires. Ce tour de force a été rendu possible notamment grâce à l'**expérience client** offerte par Vidéotron et ses marques ainsi que par la **performance de son réseau**, deux éléments pour lesquels l'entreprise a été primée à maintes reprises par l'industrie.

Le métro de Montréal entièrement connecté au réseau mobile

La Société de transport de Montréal (STM) et ses partenaires de télécommunications, dont Vidéotron, ont annoncé en décembre 2020 que le déploiement d'un réseau mobile 4G LTE a été mené à terme dans l'ensemble du métro de Montréal. C'est un investissement de près de 50 M\$ assumé à parts égales par les partenaires qui a permis à la STM de devenir le plus important réseau numérique intérieur au Canada et le plus long réseau sans fil sous-terrain au pays.

Des déploiements technologiques porteurs d'avenir

L'année 2020 a permis à Vidéotron de concrétiser encore davantage son souhait de devenir complice du quotidien des Québécois, notamment grâce à des investissements massifs dans ses infrastructures au cours des dernières années et au lancement de son **réseau 5G**.

La mise en service de ce réseau mobile de prochaine génération s'amorce progressivement à Montréal et se poursuivra ailleurs au Québec au cours des prochaines années. Il s'agit d'une avancée majeure vers une technologie au potentiel infini qui révolutionnera la manière d'interagir des Québécois et rendra les entreprises d'ici encore plus compétitives, contribuant ainsi au développement économique du Québec. Comme il a été annoncé en décembre 2019, le déploiement du réseau 5G de Vidéotron se fera en collaboration avec Samsung, un partenaire technologique de premier choix, réputé et expérimenté en la matière.

« La technologie 5G ouvre grand les portes d'un univers qui nous réserve de belles choses, et Vidéotron est très fière de s'engager vers ce futur aussi prometteur qu'effervescent, dans lequel la technologie sera réellement au service du quotidien de nos familles et de nos entreprises. »

– Jean-François Pruneau, président et chef de la direction de Vidéotron.



FIZZ

Fournisseur mobile et Internet résidentiel nouveau genre, Fizz réinvente le marché des télécommunications avec un modèle simple, juste et transparent ainsi qu'une offre 100 % en ligne qui donne le plein contrôle à ses utilisateurs. Fonctionnant par l'entremise du réseau filaire et mobile de Vidéotron, Fizz est une marque complémentaire à la société mère.

Lancée en 2018, **Fizz** continue d'apporter une contribution indéniable dans l'écosystème québécois des télécommunications. La complémentarité entre les offres de Fizz et de Vidéotron vise à s'adresser à un plus large public, tout en créant une émulation qui force l'ensemble du marché à se réinventer constamment. Première dans l'industrie québécoise à avoir permis le **transfert des données mobiles inutilisées** au mois suivant et l'un des rares fournisseurs permettant le don de données entre ses membres, Fizz ne cesse de surprendre avec son **offre simple, différente et personnalisable**.

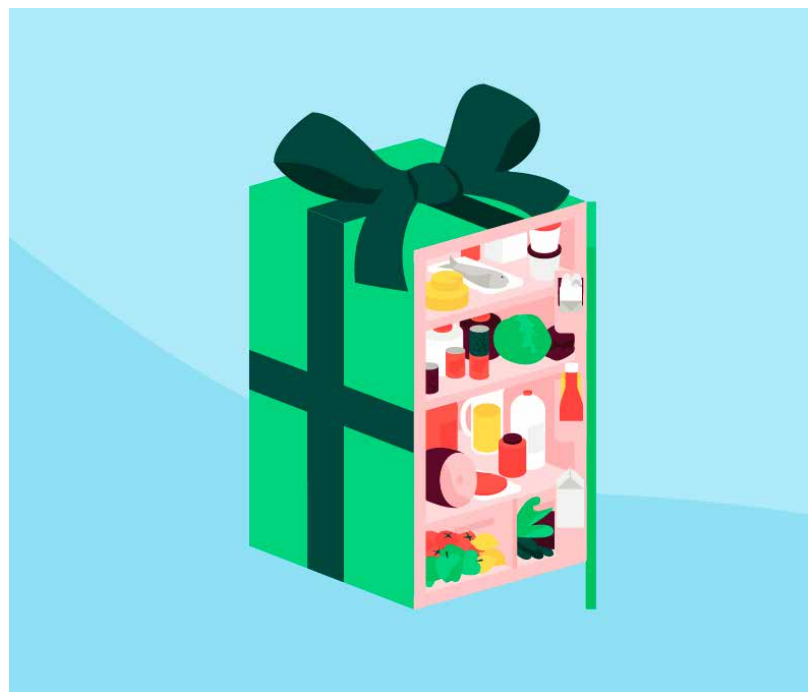
Une année qui surpasse les attentes

En 2020, Fizz a atteint de nouveaux sommets, tant dans le domaine du sans-fil que de l'Internet résidentiel. Répondant plus que jamais aux besoins des consommateurs en matière de forfaits flexibles à prix raisonnables, son **service mobile** a poursuivi sa croissance. Le service **Internet résidentiel** de Fizz a, quant à lui, consolidé sa place sur le marché en proposant de nouveaux accès, tels que celui à la vitesse rapide de 200 Mb/s, depuis mars 2020. Le tout en maintenant l'indice de recommandation client (NPS) le plus élevé de l'industrie !

Fizz continue de se démarquer

En 2020, Fizz s'est classée, pour une deuxième année consécutive, au premier rang de l'étude WOW numérique de Léger pour la meilleure expérience en ligne dans le secteur des télécommunications, en plus de faire son entrée dans le top 10 de cette étude, toutes industries confondues au Canada !

De plus, sa campagne d'affichage Internet a été primée en remportant l'argent dans la catégorie « Campagne intégrée » aux prestigieux Marketing Awards 2020.



Malgré le contexte de la pandémie, Fizz a pu poursuivre ses activités grâce à son **modèle 100 % numérique**, sans magasins physiques.

Fonctionnant jusqu'à présent sous le mode « Apportez votre téléphone » (*Bring your own device*), Fizz offre en version d'essai depuis l'automne 2020 l'achat de téléphones mobiles. Le lancement commercial de ce nouveau service a été complété dans les premiers mois de l'année 2021.

Opération Données à manger

Fizz a appelé sa communauté à se mobiliser dans le cadre de deux levées de fonds mises sur pied par solidarité pour les gens touchés par la crise sanitaire. Les membres de Fizz étaient invités à s'entraider en partageant entre eux leurs données en trop. Pour chaque don effectué entre membres, Fizz faisait à son tour un don à deux organismes, soit Regroupement Partage et Jeunesse au soleil.

EXTENSION DE SON RÉSEAU : VIDÉOTRON À LA CONQUÊTE DU QUÉBEC

La pandémie de COVID-19 aura démontré l'importance cruciale des infrastructures de connectivité, à l'heure où la demande en matière de connexions Internet connaît une hausse importante. C'est dans cette période de forte pression sur son réseau, qui a su répondre à la demande accrue, que Vidéotron a poursuivi en 2020 son expansion à travers le Québec.

Connecter toujours plus de Québécois

Internet haute vitesse est essentiel à la relance économique ainsi qu'à la création d'emplois. La pandémie ayant mis en lumière l'importance de faire entrer tous les Québécois dans la nouvelle ère numérique, Vidéotron a réitéré son engagement visant à assurer une présence au cœur des régions, de façon à faciliter le quotidien des familles et des entreprises partout au Québec.

En octobre 2020, l'organisation a annoncé avoir procédé à une série d'investissements totalisant plus de 25 M\$ qui ont permis de connecter plus de **30 000 nouveaux foyers et entreprises** à son réseau Internet haute vitesse dans Lanaudière, dans les Laurentides, en Outaouais, en Estrie, au Bas-Saint-Laurent, sur la Côte-Nord, au Centre-du-Québec et à Chaudière-Appalaches.

Grâce aux **investissements massifs en infrastructures** réalisés par Vidéotron au cours des dernières années, le Québec peut compter sur l'un des plus grands réseaux hybrides de fibre optique et câble coaxial en Amérique du Nord.

L'Abitibi maintenant connectée à Vidéotron

Près d'un an après avoir annoncé son intention de s'implanter en Abitibi-Témiscamingue, Vidéotron est maintenant en mesure d'offrir à la vaste majorité des résidents d'Amos (et ses environs) ainsi que de Rouyn-Noranda, Val-d'Or, Malartic, Rivière-Héva et Preissac le meilleur de l'expérience client et ce qui se fait de mieux en matière de télécommunications au Québec.

La réponse des citoyens de l'Abitibi est très forte et les demandes de branchements, nombreuses, signe que l'arrivée de Vidéotron était attendue. En effet, la présence de l'entreprise dans la région marque enfin le début d'une saine concurrence dans le domaine des télécommunications en Abitibi.



Des forfaits Internet encore plus rapides que promis !

Selon une étude publiée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, Vidéotron offre des vitesses de téléchargement 110 % plus rapides qu'annoncé en période de pointe et 111 % plus rapides aux autres moments de la journée.

« Nos réseaux pour vous »

En collaboration avec les autres grands câblodistributeurs canadiens, Vidéotron a participé à la campagne *Nos réseaux pour vous* dans le but de réitérer la force des réseaux, dont les infrastructures solides – construites, entretenues et mises à niveau au coût de plusieurs dizaines de milliards de dollars – permettent aux Canadiens de bénéficier d'une connectivité fiable et de haute qualité.

LE RÉSEAU DE
VIDÉOTRON REJOINT
PLUS DE 90 %
DE LA POPULATION
QUÉBÉCOISE !

HELIX : UNE EXPÉRIENCE UNIQUE ET DES SOLUTIONS INNOVANTES

En 2020, la plateforme de divertissement et de gestion de la vie connectée **Helix** a souligné son premier anniversaire. À la fin de janvier 2021, Helix comptait plus de 677 000 unités génératrices de revenus, faisant de son lancement dans le marché un réel succès.

Une plateforme en constante évolution

Incarnant le futur de Vidéotron, Helix se veut une plateforme évolutive qui se transforme au gré des nouvelles technologies et des besoins des consommateurs. De nouvelles fonctionnalités y sont intégrées régulièrement afin d'offrir aux utilisateurs de nouvelles applications, une plateforme toujours plus performante et une expérience bonifiée. En voici quelques-unes.

- Lancement de l'offre en domotique libre-service évolutif.
- Lancement de l'appli Helix TV, permettant de visionner tous ses contenus à la maison comme à l'extérieur, sans avoir à acquérir un terminal pour son téléviseur.
- Nouveau parcours client 100 % numérique.
- Intégration d'un processus complet d'auto-installation, un facteur clé de succès, notamment en temps de pandémie.

PLUS DE 117 MILLIONS
DE COMMANDES
VOCALES ONT ÉTÉ
EFFECTUÉES PAR
LES CLIENTS HELIX
EN 2020 !

A black and white advertisement for the Helix TV remote control. The background features a close-up of a woman's mouth. The remote control is shown in the center, with a yellow flame icon above it. Text elements include: 'HELIX' logo, 'Ça comprend tout.', 'Encore plus après un an.', 'COMMANDE VOCALE ÉVOLUTIVE', 'Offre spéciale anniversaire', 'TÉLÉ INTERNET ILLIMITÉ', 'À partir de 90\$/mois', and 'Frais d'équipements inclus Tarif courant de 103 \$/mois'. A yellow arrow points to the right.

A black and white advertisement for the Helix TV app. The background shows a child sitting in a car seat, looking out the window. The app interface is overlaid on the image. Text elements include: 'HELIX' logo, 'Ça comprend que les grands-parents habitent loin.', and 'APPLI HELIX TV'. A yellow arrow points to the right.

Les contenus québécois plus populaires que jamais sur Club illico !

Parmi les 10 séries les plus écoutées sur la plateforme de visionnement de Vidéotron, 7 d'entre elles sont des séries originales Club illico écrites, créées, filmées et produites par des artisans d'ici : *La vie compliquée de Léa Olivier*, *Mon fils*, *La Faille*, *L'Académie* saison 3, *Léo* saison 2, *La dérape* saison 3 et *Rue King*.

CLUB ILLICO

Lancé en 2013, Club illico est la plateforme de divertissement en ligne offrant le plus large éventail de contenu francophone en vidéo sur demande par abonnement au Canada. Club illico permet un accès illimité à un impressionnant catalogue de contenus originaux développés en collaboration avec Québec Contenu ainsi que des films, des séries en exclusivité, des émissions jeunesse, des documentaires et des spectacles en provenance des plus grands studios d'ici et d'ailleurs.

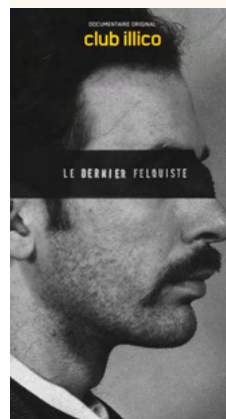
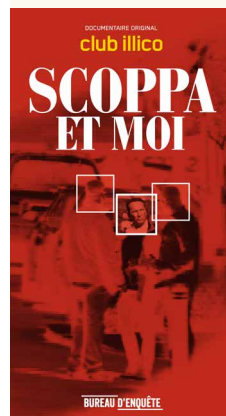
Un nombre record de productions originales

Comptant près de **470 000 abonnés** partout au Québec, Club illico a présenté une programmation 2020-2021 marquée par une diversification des genres encore plus soutenue ainsi que par l'arrivée de plusieurs nouveaux créateurs québécois.

Face à la place de premier plan qu'a pris le divertissement dans le quotidien des foyers québécois depuis le début de la crise, Club illico a réitéré son **engagement fondamental à investir dans la production de contenus d'ici** de tout horizon. Avec un total de plus d'une cinquantaine de contenus originaux et une centaine de séries internationales offertes en première fenêtre francophone, Club illico a pu accompagner et divertir des centaines de milliers d'abonnés avec une offre entièrement francophone, répondant ainsi concrètement à l'appel à la consommation locale et au soutien de la culture d'ici.

Club illico se lance dans le cinéma !

Afin de diversifier encore davantage son offre de productions originales et de continuer à être un acteur de premier plan dans la vitalité de la culture d'ici, Club illico a annoncé son engagement à participer, en collaboration avec Québec Contenu, à la **production de films québécois**. Grâce à un véritable travail de partenariat avec les différents acteurs de l'industrie, le financement de quatre premiers longs-métrages fort prometteurs a été confirmé.



Quelques-unes des productions originales présentées sur Club illico en 2020

- **Séries originales :** *L'appartement*, *La vie compliquée de Léa Olivier*, *Mon fils*, *L'Académie* saison 3, *Rue King*, *La dérape* saison 3 et *Escouade 99*.
- **Documentaires originaux :** *Pandémie*, *En fugue*, *Le dernier felquiste*, *Lara*, *Frontière*, *Supernaturel*, *histoires de vin nature*, *Coroner*, *la voix des victimes*, *Le marché du K.O.*
- **Grands reportages du Bureau d'enquête de Québec :** *Kumtor*, *Affronter l'inconnu*, *La Manic*, *Scoppa et moi*, *Indignité*.



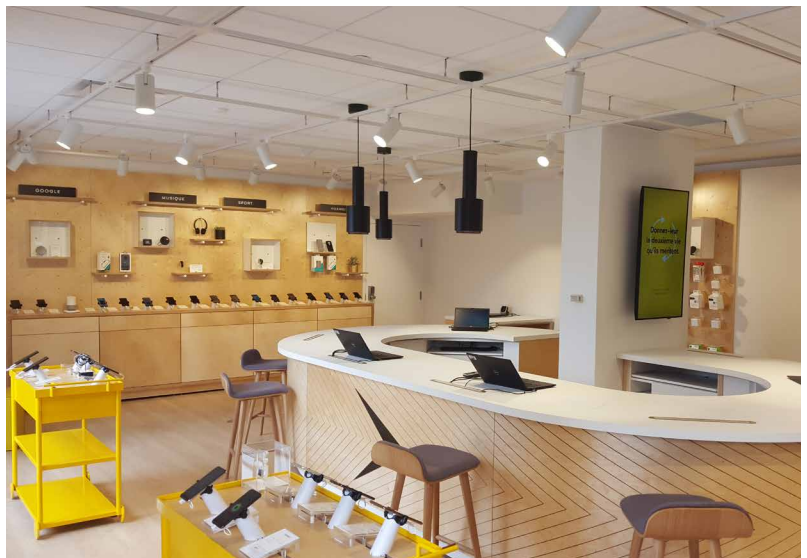
UNE FORCE DE VENTE PERFORMANTE

En 2020, malgré la pandémie et la fermeture des boutiques durant plusieurs mois, les magasins du **réseau de détail** ainsi que l'équipe du marketing de quartier, leader dans la vente porte-à-porte, ont continué de contribuer activement à la performance de Vidéotron. Anciennement connue sous le nom de *ventes résidentielles*, l'équipe du marketing de quartier a comme mission principale l'acquisition de nouveaux clients.

Un nouveau concept de boutiques

Passant de l'ère transactionnelle à l'ère relationnelle, le réseau de détail a été au cœur d'une grande transformation en 2020. Profitant de la période de fermeture des magasins non essentiels, plusieurs boutiques ont été rénovées, de concert avec les franchisés.

Nommé *Albatros*, ce concept de **boutique nouvelle génération** permet de mieux intégrer les technologies dans la vie des clients et de placer l'humain au cœur de toute son activité. Son approche réinventée vise à faire vivre à ses visiteurs des expériences uniques et inégalées, ce qui permet à Vidéotron de continuer à se différencier en misant sur la personnalisation ainsi que la proximité.





VIDÉOTRON AFFAIRES ET FIBRENOIRE

Le groupe Affaires est le point de contact unique pour l'ensemble des solutions technologiques des entreprises de toute taille, proposant des solutions intégrées et sur mesure. Ces solutions et services de télécommunications sont offerts sur son réseau constitué de fibre optique, de câble coaxial et de la plus récente technologie mobile.

Aller au-delà des attentes des clients

En 2020, le **groupe Affaires** a su être agile et saisir les opportunités pour accompagner ses clients dans la poursuite et la reprise de leurs activités durant la pandémie. Grâce à la relation de proximité bâtie au fil du temps avec ces derniers, aux liens de confiance établis ainsi qu'à la compréhension des enjeux auxquels ils font face, le groupe Affaires a continué à tout mettre en place pour dépasser les attentes et maintenir un haut taux de satisfaction dans ce contexte particulier.

Dépasser l'offre en télécommunications

Indéniablement orienté vers l'avenir, le groupe Affaires a multiplié les efforts en 2020 afin de développer de nouveaux **produits agiles et innovants**. Sa vision : desservir ses clients au-delà de la connectivité par une approche de solutions complètes adaptées aux organisations et aux entreprises de toute taille.

À l'écoute des besoins des entreprises, le groupe Affaires a proposé à sa clientèle une gamme de **solutions supportant le télétravail** et alignées avec les nouveaux besoins des organisations. Ces nouvelles solutions sont conçues pour améliorer la collaboration, la sécurité et la productivité au sein des équipes de toutes les industries, et ce, peu importe le type de connexion.

Récemment, l'ajout de services gérés a remporté un vif succès auprès de la clientèle. Services réseaux de nouvelle génération, Téléphonie IP et Wi-Fi pro : ces nouveaux services permettent au groupe Affaires de bonifier les offres de connectivité et de proposer des solutions clé en main. Cet ajout marque un virage important vers une nouvelle croissance et vient compléter l'offre de service du secteur Affaires, assurant d'être le seul point de contact en matière de solutions technologiques.

De solides bases pour soutenir la croissance

En 2020, le groupe Affaires a réaffirmé son leadership. Que ce soit par ses solutions sur mesure, l'offre d'un accompagnement constant ou le meilleur de l'expérience client, le groupe Affaires est bien positionné pour accompagner les entreprises dans leurs besoins actuels et pour mieux conquérir de nouveaux marchés.

MAtv

Au service de la communauté, MAtv est distribuée en exclusivité aux clients de Vidéotron. Elle offre une programmation utile, informative et éducative qui reflète la diversité québécoise. La chaîne communautaire met de l'avant les intérêts locaux et valorise l'émergence des talents en offrant aux citoyens l'accès à un espace d'expression et de diffusion. MAtv est diffusée à la chaîne 9 (Helix et illico) ainsi qu'au 609HD (illico). Elle est également offerte en vidéo sur demande au canal 900, sur le Web, avec illico.tv, et sur mobile, avec l'application illico.

LE REFLET DES COMMUNAUTÉS LOCALES

Connectée à la réalité des collectivités qu'elle dessert, **MAtv** crée majoritairement sa programmation à partir des idées et des propositions des citoyens et des organismes locaux. La programmation de MAtv met en valeur la culture d'ici, assure la promotion de saines habitudes de vie, offre un service à la communauté et informe cette dernière grâce à la présentation de l'actualité locale.

LA CHAÎNE POSITIVE : PROPAGER L'ESPOIR EN TEMPS DE PANDÉMIE

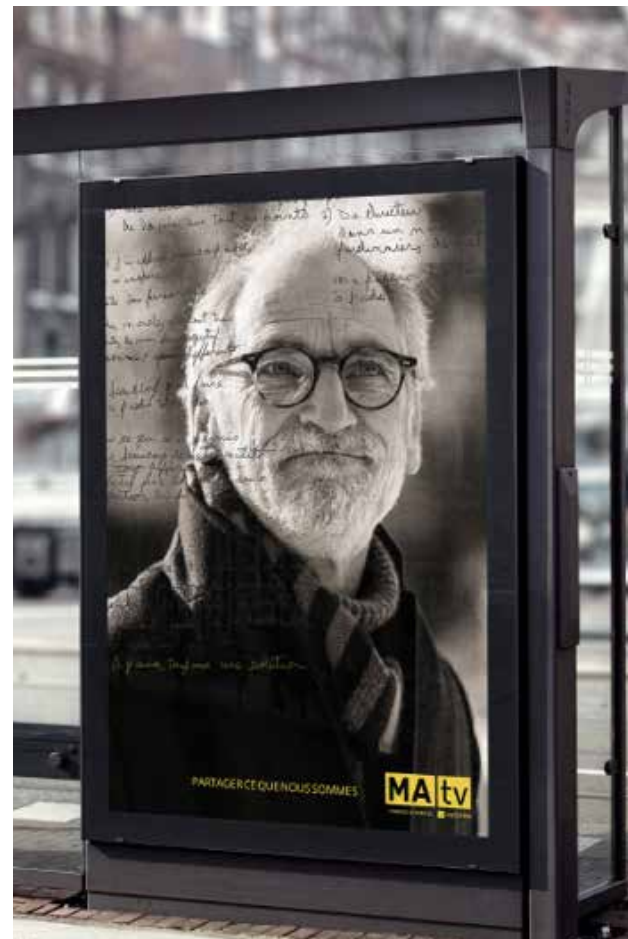
La Chaîne positive est une nouvelle émission née au cœur du confinement du printemps dernier et qui fait écho à la populaire phrase « Ça va bien aller ». Cette initiative, adaptée à chacune des régions du Québec et produite entièrement en mode télétravail, a permis de partager des idées inspirantes et une foule de ressources utiles provenant de citoyens ou d'organismes locaux. En ces temps difficiles, l'objectif était de propager l'espoir et de créer un sentiment de communauté.

Plus de 250 organismes et entreprises d'ici, 76 citoyens et 75 artistes ont partagé du positivisme par l'entremise de cette chaîne, qui a rejoint près de 80 000 personnes sur les médias sociaux entre avril et juin 2020. Ce bilan démontre bien l'élan de solidarité extraordinaire dont ont fait preuve les clients de Vidéotron aux quatre coins du Québec !

En 2020, MAtv et ses télévisions communautaires partenaires, c'est...

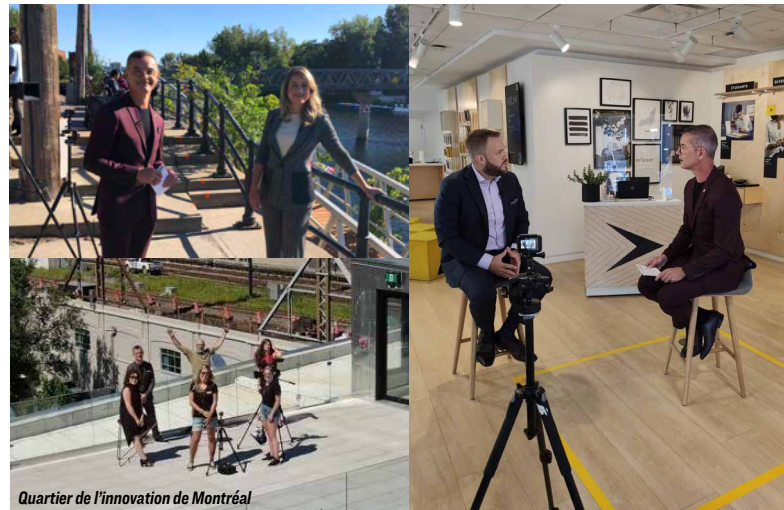
... plus de 2 500 heures de contenus originaux produits par les équipes passionnées de MAtv, épaulées des bénévoles qui ont cumulé plus de 7 000 heures de bénévolat.

... 204 projets d'émissions proposés, contribuant ainsi à enrichir la programmation et à témoigner de l'effervescence et de la créativité des régions desservies par Vidéotron.



PARTAGER CE QUE NOUS SOMMES

Avec comme slogan **Partager ce que nous sommes**, MAtv a lancé en février 2020 une vaste campagne de notoriété à l'échelle du Québec. L'objectif était de positionner MAtv comme le miroir de la société québécoise et de sa diversité. Grâce à un concept et une trame narrative qui mettaient de l'avant les différences qui nous unissent, MAtv a présenté une série de capsules vidéo racontant de vraies histoires vécues par des gens ordinaires au parcours extraordinaire. Cette initiative a permis de réaffirmer la force de MAtv, qui réside dans sa capacité à mettre en lumière les réalités de nos communautés et de célébrer nos différences sans gêne et sans limites.



DES ÉMISSIONS RÉALISÉES PAR ET POUR LES CITOYENS

- **Fierté Montréal 360 et Intersectionnalité** : Manifestation culturelle multidisciplinaire provenant de la diversité LGBTQ+, en collaboration avec le Festival Fierté Montréal.
- **Histoire de champs** : Émission régionale qui raconte les histoires de producteurs agroalimentaires de l'Outaouais, permettant ainsi de connecter le consommateur aux producteurs locaux.
- **MUZ** : Émission musicale qui fait rayonner les multiples univers de musiques métissées qu'offre l'événement annuel majeur MUZ.
- **Quartier de l'innovation de Montréal** : Émission qui nous plonge au cœur de l'innovation et des projets permettant à Montréal de rayonner parmi les plus grandes métropoles de la planète.
- **Parler d'argent, c'est pas stressant** : Émission régionale à saveur économique pour les millénariaux, où des trucs et conseils leur sont prodigués.
- **Écrire sa vie!** : Janette Bertrand convie les aînés à se lancer dans l'écriture de leur autobiographie grâce à des ateliers inspirants et chaleureux.



DIVERTIR
INFORMER
RASSEMBLER

MÉDIA

TÉLÉVISION ET CINÉMA

Réseau TVA et chaînes spécialisées

MELS

Incendo

TVA Films

Québecor Contenu

JOURNAUX

Journaux de Québecor

Bureau d'enquête

Agence QMI

NUMÉRIQUE

QUB radio

24 heures

NumériQ

QUB musique

MAGAZINES

TVA Publications

DISTRIBUTION

Messengeries Dynamiques

Messengeries A.D.P.

AFFICHAGE

VENTES PUBLICITAIRES

LIVRES

Groupe Homme

Groupe Ville-Marie Littérature

Groupe Librex

Les Éditions CEC



TVA

AIMÉ DES QUÉBÉCOIS
DEPUIS PRÈS
DE 60 ANS.

TÉLÉVISION ET CINÉMA

TVA et ses chaînes spécialisées – LCN, TVA Sports, CASA, addik^{TV}, MOI ET CIE, Prise 2, YOOPA, Évasion et Zeste – occupent une place de choix dans le cœur des Québécois. Grâce à l’immense fidélité du public, 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.

UNE MARQUE ACTUALISÉE POUR TVA

En novembre 2020, le **Réseau TVA** a dévoilé son grand repositionnement sous le thème **On se reconnaît**, se dotant ainsi d’une nouvelle stratégie de marque et d’une toute nouvelle destination numérique, TVA+. Témoinnant de sa volonté d’être le reflet des gens partout au Québec et d’occuper une place de choix dans leur quotidien, la marque phare aimée des Québécois depuis près de 60 ans s’est actualisée en respectant son ADN et son héritage culturel, tout en se tournant vers l’avenir. La vision rassembleuse derrière ce repositionnement englobe toutes les sphères d’activité de TVA, tant en ce qui concerne la marque employeur que les contenus en ondes et les plateformes numériques. L’information étant un pilier de TVA, la marque TVA Nouvelles a été également actualisée. Celle de TVA Sports le sera au cours de 2021.

« TVA a une place de choix dans le cœur du public et nous en sommes très reconnaissants. Nous sommes fiers de notre engagement envers les gens d’ici, de notre culture, de la proximité développée avec nos artistes, nos artisans et nos publics ainsi que de notre capacité unique d’informer et de créer des événements de divertissement! »

– France Lauzière, présidente et chef de la direction, Groupe TVA, et chef du contenu, Québecor Contenu.

TVA+ : tout le contenu aimé de TVA et encore plus

Au-delà d'une chaîne télé, TVA est un écosystème de contenus. **TVA+** a donc été lancée afin de refléter cette vision et de notamment permettre aux Québécois de visionner gratuitement leurs émissions préférées sur son site Web et son application. TVA+ donne également accès à TVA en direct, à des milliers d'heures de divertissement sur demande, à plusieurs émissions et séries complètes de TVA ainsi qu'à une sélection de contenus issus de ses chaînes spécialisées. TVA+ se bonifiera au cours des prochains mois pour évoluer vers une plateforme numérique complète.

TVA réunit toutes les générations

Tout au long de 2020, TVA a accompagné ses téléspectateurs en les informant et les divertissant. Signe de son caractère rassembleur, elle a enregistré une augmentation de parts de marché chez les chaînes généralistes auprès de tous les groupes d'âge en 2020. Elle a également connu une hausse de son auditoire de 4 % chez les 18-34 ans. TVA demeure un extraordinaire lieu de rassemblement pour toutes les générations, avec une moyenne d'écoute en direct de 90 % en 2020.



TVA et ses chaînes spécialisées : toujours aussi près de leurs téléspectateurs !

Grâce à leur relation de proximité avec les téléspectateurs, TVA et ses chaînes spécialisées ont pu cumuler 40,6 % de parts de marché en 2020. Portées par des contenus rassembleurs dans lesquels les Québécois peuvent se reconnaître, TVA est demeurée la chaîne de télévision la plus populaire avec 24,2 % de parts de marché en 2020, alors que ses chaînes spécialisées ont été les plus regardées avec 16,4 % de parts de marché en 2020.



TVA, présente pour ses auditeurs en temps de crise

Malgré l'obligation d'annuler ou de reporter certains tournages non essentiels, tels que certaines fictions et émissions de variétés, afin de respecter les directives émises par le gouvernement, l'équipe de TVA est demeurée créative et agile pour offrir aux Québécois des contenus réconfortants empreints d'espoir.

Conçue en 10 jours seulement par Québecor Contenu et Trio Orange, l'émission **Ça va bien aller**, qui a rejoint quotidiennement près d'un million de téléspectateurs, en est un parfait exemple. L'événement-bénéfice télévisuel **Une chance qu'on s'a**, créé en collaboration par Productions Déferlantes, TVA, Télé-Québec et le gouvernement du Québec, a pour sa part réuni 2 330 000 téléspectateurs et a permis de remettre 2 M\$ aux organismes SOS violence conjugale et Les Petits Frères.



TVA Nouvelles et LCN : l'information, plus indispensable que jamais!

En 2020, **TVA Nouvelles** et **LCN** ont été la destination de prédilection des Québécois pour s'informer tout au long de la crise. Les équipes des nouvelles ont effectué un travail exceptionnel et sans relâche sur le terrain. L'écoute et l'achalandage sur les plateformes de TVA et de LCN ont démontré toute la pertinence du travail des équipes d'information. Le *TVA Nouvelles 18 h* a occupé une place importante chez les Québécois, avec un auditoire cumulé à TVA et à LCN dépassant le million de téléspectateurs à 117 reprises au cours de 2020. La moyenne combinée de son écoute s'est chiffrée à 976 000 téléspectateurs, soit plus du double de son principal concurrent.

On s'appelle : un grand élan de réconfort à travers le Québec

En décembre 2020, TVA a initié le mouvement de solidarité **On s'appelle**, qui invitait tous les Québécois à appeler des personnes de leur entourage qui se retrouvaient seules pendant les Fêtes. Plusieurs personnalités de Groupe TVA ont pris part à l'initiative et ont encouragé les Québécois à faire de même.

Une programmation audacieuse et variée qui rejoint les Québécois

Engagée dans la création de contenus qui interpellent les auditeurs et qui sont le reflet de leur réalité, TVA a proposé une programmation 2020 haute en couleur. Remaniée en quelques mois seulement, en réponse à la crise sanitaire et pour faire écho à la nouvelle réalité de son auditoire, la chaîne a misé à la fois sur ses productions originales, des nouveautés et de grands retours attendus du public.

TVA et ses chaînes spécialisées ont réitéré leur engagement envers le contenu original en donnant le feu vert, malgré la pandémie, à 73 productions québécoises, dont 32 nouveautés, en 2020!



La tour

La tour, produite par Trio Orange, en collaboration avec Québecor Contenu, est devenue un incontournable pour bien débuter la soirée, avec une moyenne de près de 800 000 téléspectateurs au rendez-vous!



Épidémie



Si on s'aimait

De nouvelles productions originales!

Notamment :

- La tour**
- Épidémie**
- Bijoux de famille**
- En studio**
- Si on s'aimait**



En studio



Bijoux de famille

Des émissions très attendues

Fugueuse, saison 2

Léo, saison 2

L'échappée, saison 5

Le Tricheur, saison 10

La poule aux œufs d'or,
saison 28

Ça finit bien la semaine,
saison 11

Bien, saison 4

Vlog, saison 16

J.E, saison 28



La poule aux œufs d'or, saison 28



Avec une moyenne de 648 000 téléspectateurs et des parts de marché de 20,7 %, qui sont 1,3 fois plus élevées que celles de l'émission de son plus proche concurrent, **J.E** a connu une augmentation de son auditoire de 8,5 % comparativement à l'année dernière, démontrant ainsi toute sa pertinence.

J.E

La Voix : le rendez-vous incontournable du dimanche soir



La 8^e saison de *La Voix* a continué à toucher les Québécois, comme en témoigne sa moyenne d'écoute de 1 858 000 téléspectateurs.

Des matinées qui accompagnent les Québécois



**Salut, Bonjour !, Salut, Bonjour !
Week-end et Deux filles**

le matin : Gino Chouinard, Eve-Marie Lortie, Marie-Claude Barrette et leurs chroniqueurs ont été plus que jamais au cœur du quotidien des Québécois, avec une remarquable part de marché de près de 42 %, du lundi au vendredi, et 3,1 millions de téléspectateurs rejoints chaque semaine, lorsque l'on ajoute les résultats de l'édition du week-end.

Salut, Bonjour ! Week-end



Un engagement réaffirmé envers l'information régionale

TVA a réitéré son **engagement envers l'information régionale** et l'importance de sa présence sur le terrain partout au Québec, notamment en proposant depuis février 2021 le bulletin *TVA Nouvelles Québec* dans un tout nouveau format d'une heure. Les éditions du *TVA Nouvelles* des stations de Sherbrooke, Trois-Rivières et de l'Est-du-Québec, rejoignant les citoyens de l'Estrie, de la Mauricie, du Bas-Saint-Laurent et de la Côte-Nord, sont également présentées depuis mars 2021 dans un nouveau format de 30 minutes. Ces bulletins bonifiés permettent de couvrir encore plus en profondeur les préoccupations des gens des différentes régions du Québec et de suivre l'actualité locale, régionale, internationale, artistique et sportive touchant leur quotidien de même que la météo.

DES CHÂÎNES SPÉCIALISÉES QUI PERFORMENT

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 16,4 % de parts de marché.

LCN : la référence indéniable en matière d'information

En 2020, **LCN** a conservé son titre de chaîne spécialisée n° 1 au Québec avec des parts de marché de 8 %, soit une augmentation de 3 % comparativement à l'année précédente. En mars 2020, alors que l'état d'urgence avait été décrété par le gouvernement du Québec, Groupe TVA a été le premier média à donner l'accès sans frais à sa chaîne d'information continue. LCN s'est ainsi classée au second rang parmi tous les réseaux généralistes entre 6 h et 18 h, avec des parts de marché de 14,1 %, devant Radio-Canada, à 7,6 %, et après TVA, à 25,2 %.

LES CHÂÎNES
SPÉCIALISÉES
DE GROUPE TVA
SONT LES PLUS
REGARDÉES
AU QUÉBEC.



TVA Sports : un vent de renouveau

Alors que le monde du sport a été mis sur pause une bonne partie de l'année 2020, **TVA Sports** a fait preuve de créativité afin de continuer de divertir les Québécois. La chaîne a notamment mis en ondes de grands rendez-vous sportifs marquants de l'histoire du Québec, tels que des matchs mythiques entre les Canadiens et les Nordiques et des confrontations de boxe québécoise légendaires.

Toujours à l'écoute de ses auditeurs, TVA Sports a entrepris en 2020 un virage stratégique basé sur les habitudes et le profil des consommateurs de sports. La chaîne sportive a innové avec une offre de nouvelles exclusivement en format numérique. TVA Sports a également bonifié sa programmation avec encore plus d'événements sportifs présentés en direct, tout en restant fidèle aux émissions phares de la chaîne en soirée, telles que **Dave Morissette en direct** et **JiC**.

De plus, afin de bonifier la présentation des matchs des Canadiens sur ses ondes, TVA Sports a annoncé l'arrivée de nouvelles recrues venant s'ajouter à la solidité des vétérans comme Dave Morissette et Louis Jean. Maxim Lapierre, Guillaume Latendresse et Alexandre Picard se sont joints à l'équipe de même qu'Elizabeth Rancourt, une des premières femmes à animer les soirées de la LNH, ainsi que la double médaillée olympique Mélodie Daoust.



Elizabeth Rancourt

Un record pour TVA Sports!

Le match d'ouverture de la saison des Canadiens de Montréal, présenté à TVA Sports en janvier 2021, a réuni une moyenne de 872 600 téléspectateurs, atteignant même une pointe de près de 1,2 million de personnes. Il faut remonter en 2017 pour voir un match des Canadiens en saison régulière connaître de meilleures cotes d'écoute, et ce, tous réseaux confondus.

DE NOUVEAUX
COLLABORATEURS DE
RENOM À TVA SPORTS.



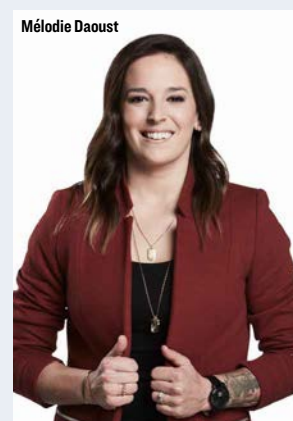
Jean-Charles Lajoie



Guillaume Latendresse, Louis Jean et Maxim Lapierre.



Dave Morissette



Mélodie Daoust

Évasion

Évasion a connu une croissance de 30 % de ses auditoires au cours de l'été 2020 par rapport à la même période l'an dernier. À ce chapitre, la nouvelle production originale **Van Aventure** était première du palmarès des émissions les plus regardées de la même période.

MOI ET CIE

Nouveau record pour **MOI ET CIE** en 2020, grâce à une portée moyenne hebdomadaire d'un million de téléspectateurs, ce qui témoigne de la variété et de la richesse de son offre, qui réussit à rejoindre un public toujours plus large.

CASA

CASA a connu une année exceptionnelle en enregistrant une hausse de 17 % de ses auditoires en 2020 auprès des jeunes adultes de 18 à 34 ans, un public particulièrement difficile à fidéliser.

Zeste

Zeste a enregistré une croissance de son auditoire de 18 % en 2020, notamment grâce à son offre impressionnante de productions originales mettant en vedette les chefs d'ici et les saveurs locales, à l'image des intérêts du public québécois.



Zeste – Station Potluck



Évasion – Van Aventure



Yoopa – Léna, rêve d'étoile



MOI ET CIE – Artiste maintenant majeur



Prise 2 – Taxi 0-22



CASA – Rénover pour louer



MELS

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

L'année 2020 a été remplie de défis pour l'industrie de la production audiovisuelle, qui a dû se renouveler. MELS y a vu une occasion unique de propulser le savoir-faire de ses équipes et de mettre en place des projets novateurs pour offrir le meilleur à ses clients, démontrant ainsi sa capacité d'innover en toute circonstance.

Lancement d'un tout nouveau plateau de production virtuelle

Consolidant son statut de joueur de marque sur les marchés local et international, MELS a entrepris un virage technologique en lançant son nouveau **plateau de production virtuelle** avec un mur d'écran DEL, en octobre 2020.

Créé en collaboration avec Solotech et propulsé par la technologie Unreal Engine, d'Epic Games, ce nouveau service permet à MELS de soutenir des clients de toute envergure dans la création de leurs projets, que ce soit pour le cinéma, la télévision, la publicité, la musique ou le divertissement, tout en leur offrant une plus grande liberté créative. Avec son plateau de production virtuelle, MELS offre une solution de rechange novatrice aux écrans verts en permettant aux créateurs

Un nouveau président pour MELS!

En juin 2020, France Lauzière, présidente de Groupe TVA et chef du contenu, Québecor Contenu, a annoncé la nomination de Martin Carrier à titre de nouveau président de MELS. Cumulant plus de 20 ans d'expérience en gestion et en direction d'entreprises de renommée mondiale, Martin Carrier a comme mandat de poursuivre le développement et d'accélérer la croissance de MELS, notamment en jumelant une vision technologique au savoir-faire historique de l'entreprise.

de proposer des environnements réels, des expériences interactives et des mondes virtuels immersifs avec moins de contraintes que jamais auparavant.

Par ailleurs, parfaitement adapté au contexte de pandémie, le plateau de production virtuelle favorise le respect de la distanciation physique en réduisant l'ampleur des tournages et des scènes de foule ainsi que la taille des décors.

Des technologies sonores d'avenir

Il s'agit d'une première au Canada : MELS a obtenu la certification **Dolby Atmos 9.1.4 Home Entertainment** en septembre 2020 et s'est ainsi doté d'une technologie de conception de mix sonore à la fine pointe.

Réservée aux entreprises respectant les normes les plus élevées et visant à offrir une qualité sonore optimale aux cinéphiles du monde entier, cette certification vient réitérer le statut de chef de file de MELS dans l'univers de la production et de la postproduction cinématographiques. La certification Dolby Atmos 9.1.4 est garante d'avenir puisqu'elle permettra à MELS de continuer à attirer des projets d'envergure et à favoriser le rayonnement de ces œuvres. Cette reconnaissance internationale ouvre également des portes pour MELS, qui pourra désormais répondre aux demandes de producteurs de contenu comme Netflix, notamment, qui exigent cette certification pour leurs productions originales.

Fonds MELS : 1 M\$ pour soutenir la production d'ici

C'est avec fierté que MELS a annoncé les dix longs-métrages québécois qui ont été bénéficiaires du **Fonds MELS** en 2020. Créé pour soutenir la production cinématographique québécoise – plus précisément les longs-métrages de type documentaire et fiction à petit budget – le Fonds MELS a remis, pour une troisième année, une valeur de 1 M\$ en services de location d'équipement, de postproduction image et son ainsi que d'effets visuels.

Récipiendaires du Fonds MELS 2020

Les enfants du large

Scénarisation et réalisation : Virginia Tangvald
Production : micro_scope et ONF

L'inhumain

Scénarisation et réalisation : Jason Brennan
Production : 10614726 Canada inc.

Sam Tata dans les villes

Scénarisation et réalisation : Manon Cousin
Production : Cent Trente 8 Films

305 Bellechasse

Scénarisation et réalisation : Maxime-Claude L'Écuyer
Production : Tulp Films

La bataille pour l'âme du Québec

Scénarisation et réalisation : Francine Pelletier
Production : Periphéria

Cette maison

Scénarisation et réalisation : Miryam Charles
Production : Embuscade Films

Billy

Scénarisation et réalisation : Lawrence Côté-Collins
Production : COOP Vidéo

Jouvencelles

Scénarisation et réalisation : Fanie Pelletier
Production : 9400-7572 Québec inc.

Le plein potentiel

Scénarisation et réalisation : Annie St-Pierre
Production : Métafilms inc.

Niagara

Scénarisation et réalisation : Guillaume Lambert
Production : Entract Studios

PARMI LE TOP 20
DES MEILLEURS
LONGS-MÉTRAGES
DE *ROLLING STONE*.



Une prestigieuse distinction pour *La nuit des rois*

Ayant contribué au succès de cette production, MELS est fier de souligner la distinction qu'a reçue *La nuit des rois* en se classant au 14^e rang du palmarès 2020 des meilleurs longs-métrages du prestigieux magazine *Rolling Stone*. Plusieurs artisans de MELS ont collaboré à la colorisation, à la finition image, à la conception sonore ainsi qu'à la distribution de ce projet qui ne cesse de se démarquer depuis sa sortie.

MELS, une expertise et des services reconnus mondialement

- 20 **studios de tournage** situés à Montréal, Saint-Hubert et Québec, d'une superficie totale de 212 395 pi².
- Des **bureaux de production** totalisant 96 880 pi².
- Une expertise en **effets visuels** mise à profit sur de nouveaux projets d'envergure en 2020, notamment avec Netflix, Amazon Prime et Sony.
- Un tout nouveau **plateau de production virtuelle** à la fine pointe de la technologie.
- Des **services sonores** toujours à la fine pointe, notamment grâce à l'obtention de la certification Dolby Atmos 9.1.4 Home Entertainment en 2020.
- Des services en **finition image, montage, doublage et postproduction publicitaire** au profit d'une multitude de projets d'ici et d'ailleurs.
- Une nouvelle offre de service de **mobile de production** utilisant des caméras vidéo légères.
- Le seul **laboratoire photochimique** au Canada.
- Des centaines de **projets locaux et internationaux** en 2020, dont :
 - *Le guide de la famille parfaite* (KO 24)
 - *Épidémie* (Sphère Média)
 - *Ligne de fuite* (Cinémaginaire)
 - *Baby Sitter* (Amérique Film)
 - *Maria Chapdelaine* (Pionniers Productions inc.)
 - *Coda* (Vendôme Pictures / Pathé Films)
 - *Jupiter's Legacy* (Netflix)
 - *Bill and Ted Face The Music* (MGM)
 - *The Glorias* (FilmNation / Amazon Studios)
 - *The Map of Tiny Perfect Things* (FilmNation / Amazon Studios)
 - *Home Alone* (Disney)
 - *Moonfall* (Centropolis Entertainment)
 - *The Moodys* (FOX)



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.

2020, une année record pour les tournages

Près de 20 ans après sa création, **Incendo** a amorcé une transition importante en passant de la production de *thrillers* à celle de comédies romantiques. Ce virage, qui visait à répondre à la demande croissante du marché international, s'est avéré fructueux pour Incendo, qui a vu son nombre de productions augmenter, et ce, malgré le ralentissement général dû à la pandémie. En 2020, Incendo a tourné 7 films, dont 2 projets en coproduction avec la Nouvelle-Zélande, tout en respectant les mesures sanitaires strictes pour éviter toute contagion au sein des équipes.

Distribuées dans plus de 160 pays, les productions d'Incendo rejoignent plusieurs millions de téléspectateurs lors de leurs multiples diffusions. Certaines d'entre elles sont également disponibles sur des plateformes internationales telles que Netflix, Amazon Prime et Roku, ce qui contribue à augmenter leur visibilité et leur rayonnement.

Par ailleurs, dans le but de maximiser la synergie et les revenus entre les différentes filiales de Groupe TVA, Incendo et TVA Films collaborent afin d'optimiser l'exploitation des produits de catalogue sur différentes plateformes numériques et télévisuelles.

De plus, en 2020, Incendo a conclu une entente de distribution qui l'amènera à gérer les ventes d'émissions à contenu non scénarisé de FOX Entertainment au Canada. Les marques et franchises de FOX qui seront représentées par Incendo incluent plusieurs séries de divertissement fort appréciées du public et des nouveautés attendues, dont *The Masked Singer*, *Gordon Ramsay's 24 Hours to Hell and Back* et *Ultimate Tag*.



Incendo récompensée par l'industrie

Le film *Un héritage sinistre* (*Thicker Than Water*), produit par Incendo, a gagné un prix au WGC Screenwriting Awards 2020 dans la catégorie « Films pour la télévision et miniséries », en plus d'obtenir trois nominations aux prix Écrans canadiens 2020.

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.

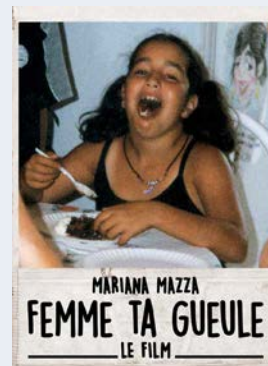
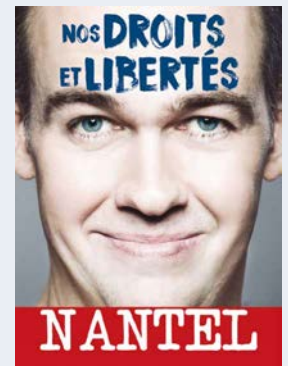
Un distributeur qui fait rayonner le talent québécois

Accordant une importance toute 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. TVA Films offre également aux cinéphiles des productions de haute qualité, pour la plupart maintes fois primées, en provenance des quatre coins du monde.

- *Les Misérables*, de Ladj Ly (gagnant du César du meilleur film)
- *Sorry We Missed You (Désolé de vous avoir manqué)*, de Ken Loach
- *Hope Gap (Ce qui nous sépare)*, avec Annette Bening
- *Military Wives (Chœur de femmes)*, avec Kristin Scott Thomas
- *The Glorias (Gloria, ma vie sur la route)*, avec Julianne Moore
- *Seberg*, avec Kristen Stewart
- *Spy Cat (La Grande cavale)*
- *SamSam*, le film d'animation basé sur la série télévisée et la bande dessinée bien connue des Québécois.



- Simon Leblanc, *Malade*
- Peter Macleod, *Libre*
- Anthony Kavanagh, *Showman*
- Guy Nantel, *Nos droits et libertés*
- Mariana Mazza, *Femme ta gueule – le film*



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 d'ici et d'ailleurs. Partenaire privilégié des producteurs, des artistes et des artisans québécois, Québecor Contenu est fière de faire rayonner le talent des créateurs d'ici, tant au Québec que sur la scène internationale.

Un engagement sans cesse renouvelé envers les productions originales

Malgré les nombreux défis imposés par la pandémie, dont l'arrêt et le report de plusieurs tournages, Québecor Contenu a réitéré son engagement envers la création de contenu québécois avec **91 productions originales diffusées en 2020** sur les différentes plateformes de Groupe TVA ainsi que sur Club illico.

Faisant preuve de créativité, Québecor Contenu a rapidement ajusté ses stratégies de contenus afin de continuer à produire une offre concurrentielle combinant à la fois émissions de variétés, documentaires et fictions.

Émissions de variétés et non scriptées

<i>La Voix</i>	<i>Rue King</i>
<i>Ça va bien aller</i>	<i>Le grand show : Une chance qu'on s'a</i>
<i>La tour</i>	
<i>Bijoux de famille</i>	<i>En studio</i>
<i>À tour de rôles</i>	

Fictions

<i>La Faille</i>	<i>Fugueuse</i>
<i>Épidémie</i>	<i>L'échappée</i>
<i>Mon fils</i>	<i>L'heure bleue</i>
<i>La vie compliquée de Léa Olivier</i>	<i>En tout cas</i>
	<i>Escouade 99</i>

Documentaires et docu-réalités

<i>Si on s'aimait</i>	<i>Les Rose</i>
<i>Coroner, la voix des victimes</i>	<i>Lara</i>
<i>Le dernier felquiste</i>	<i>Supernaturel</i>



Rue King



Bijoux de famille



À tour de rôles



Mon fils



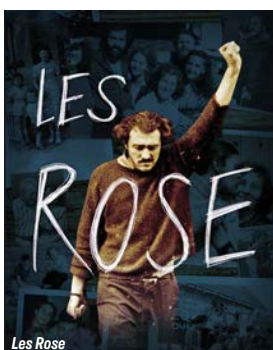
Épidémie



Coroner, la voix des victimes



Escouade 99



Les Rose



Supernaturel

Films originaux : les premières productions cinématographiques en tournage !

Souhaitant redevenir active dans la production de films québécois afin de diversifier encore davantage son offre de contenu original en français, Québecor Contenu s'est associée à quatre premiers longs-métrages, en collaboration avec des producteurs, distributeurs et artisans d'ici de grand talent.

- *Babysitter*, une adaptation cinématographique de la pièce de théâtre à succès de Catherine Léger, réalisée par Monia Chokri.
- *Maria*, une comédie imaginée et scénarisée par Mariana Mazza et Justine Philie, réalisée par Alec Pronovost.
- *Niagara*, un *road movie* tragi-comique scénarisé et réalisé par Guillaume Lambert.
- *Sam*, un drame réalisé par Yan England et coscénarisé avec André Gulluni.

Des acquisitions qui charment le public québécois

En plus des productions originales, Québecor Contenu mise sur l'acquisition des meilleurs contenus provenant de la scène internationale afin de les proposer en langue française aux gens d'ici. Productions primées, franchises incontournables, séries-événements : les acquisitions réalisées par Québecor Contenu rejoignent un vaste public et contribuent au succès des plateformes de l'entreprise. C'est notamment le cas des séries *Le bon docteur*, *911* et *La recrue*, présentées à TVA, *Veronica Mars*, disponible sur Club illico, ou encore *Le fils prodige*, sur addikTV.

Le talent québécois s'exporte à l'international

Grâce aux liens privilégiés qu'elle a su développer avec les plus grands joueurs mondiaux de la télévision et du cinéma, Québecor Contenu continue de maximiser le rayonnement de ses productions et formats originaux partout dans le monde.

En 2020, Québecor Contenu a connu une croissance de ses revenus en matière de distribution internationale malgré le contexte de pandémie. En plus de la vente de formats, comme *Fugueuse* en France et *Révolution* en Chine et en Russie, la vente de ses séries de fiction à travers le monde a connu une augmentation importante.

Succès d'exportation pour les productions originales de Québecor Contenu en 2020

Séries de fiction vendues à l'international

Boomerang
Léo
Les beaux malaises
Pour Sarah
Épidémie
Les honorables
Victor Lessard
La vie compliquée de Léa Olivier
La Faille

Formats produits ou en production à l'international

Révolution, saison 2, en Chine
Révolution, saison 2, en Russie
Fugueuse, en France





LES JOURNAUX
DE QUÉBECOR,
INCONTOURNABLES
DU PAYSAGE
MÉDIATIQUE D'ICI.

JOURNAUX

Véritables piliers sur lesquels l'entreprise a été érigée, les journaux de Québecor constituent le plus important groupe de presse au Québec en termes de portée. Ensemble, ils rejoignent chaque semaine plus de 3,7 millions de lecteurs au Québec sur leurs différentes plateformes.

LES JOURNAUX DE QUÉBECOR, PLUS ESSENTIELS QUE JAMAIS

Incontournables du paysage médiatique d'ici, les journaux de Québecor ont occupé une place prépondérante dans le quotidien des Québécois en 2020. Leur pertinence et leur importance furent décuplées en raison de la crise sanitaire. Après plus d'un an de pandémie, les lecteurs sont demeurés nombreux et fidèles, comme en témoigne leur portée multiplateforme hebdomadaire considérable, se traduisant par plus de 3,7 millions de lecteurs au Québec, ce qui représente un Québécois sur deux.

Alors que le Québec vivait une situation sans précédent en raison de la pandémie de COVID-19, **Le Journal de Montréal** et **Le Journal de Québec** sont demeurés dédiés à leur mission première : informer les lecteurs, les divertir et défendre leurs intérêts, et ce, 7 jours sur 7, sur la plateforme de leur choix, incluant le papier.

Ayant investi de façon importante dans un contenu de qualité et dans le journalisme d'enquête, les journaux de Québecor continuent d'être une source d'information fiable et incontournable, dans un monde où il s'avère parfois difficile de distinguer le vrai du faux.



Des dossiers qui touchent les lecteurs

- Incursion de nos journalistes dans les résidences pour aînés, auprès des travailleurs de la santé, en pleine pandémie.
- Un bilan mensuel sur la course aux remèdes contre la COVID-19.
- Des témoignages de préposés aux bénéficiaires, de travailleurs de la santé ainsi que de survivants de la COVID-19.
- Un dossier spécial sur l'autonomie alimentaire du Québec.
- Le premier Palmarès des cégeps du *Journal*, comparant plus de 50 établissements.



Faites la différence : pour des débats dynamiques au Québec

Fiers de faire partie des lieux de débats parmi les plus dynamiques et variés au Québec, *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec*, TVA, LCN et QUB radio se sont unis pour lancer **Faites la différence**, une initiative visant à partager et faire rayonner les textes d'opinion des lecteurs, téléspectateurs et auditeurs. Les textes qui se sont le plus démarqués ont été diffusés sur les différentes plateformes de l'entreprise. Certains de leurs auteurs ont également été invités à discuter de leurs idées à l'antenne de TVA et de LCN ou au micro de QUB radio.

Une riche offre de contenus et une diversité des voix

Dans le contexte de la pandémie, l'équipe de journalistes et de chroniqueurs du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec* a travaillé d'arrache-pied pour présenter chaque jour une couverture de l'actualité complète, des reportages exclusifs et de nombreuses chroniques d'opinion très diversifiées, représentant ainsi l'une des plus grandes offres de contenus au Québec.

En 2020, l'arrivée de nouveaux collaborateurs tels que Laure Waridel, écosociologue, Maka Kotto, ex-ministre de la Culture et des Communications, et Danièle Lorain, comédienne et autrice, est venue enrichir les pages Opinions, qui sont parmi les plus diversifiées au Québec.

Des contenus adaptés à la crise

En plus d'offrir une couverture étendue de l'évolution de la pandémie, *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* ont développé de nouveaux contenus adaptés aux préoccupations actuelles des lecteurs. La **section Argent** a été davantage axée sur l'économie locale, avec l'ajout de la chronique *Achetez Local*, et un dossier de 17 pages dédié à la relance économique du Québec a été publié en novembre 2020. Le **cahier Weekend** a quant à lui été adapté pour continuer à informer ses lecteurs au sujet de l'actualité culturelle québécoise, malgré le fait que plusieurs activités soient toujours à l'arrêt. De nouvelles sections, telles que Jeux, Santé et Télétravail y ont été intégrées.

Livraison à domicile, 7 jours sur 7, même en temps de crise !

Tout au long de la crise, *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* ont continué à être livrés à la porte des lecteurs 7 jours sur 7, assurant ainsi le maintien d'un service unique que l'entreprise et les équipes de livreurs à domicile se sont engagées de continuer à assurer.

LE JOURNAL DE MONTRÉAL : UNE PLACE DE CHOIX DANS LE CŒUR DES QUÉBÉCOIS

Avec plus de 3,1 millions de lecteurs chaque semaine sur toutes ses plateformes, **Le Journal de Montréal** est toujours n° 1 au Québec. Il rejoint maintenant 667 000 lecteurs de plus que *La Presse*, son plus proche concurrent, soit un écart de 27 %. Québecor tire une grande fierté de son modèle d'affaires, qui continue de miser sur l'imprimé. D'ailleurs, la version papier du *Journal de Montréal*, imprimée 7 jours sur 7, demeure stable par rapport à 2019 avec plus de 2,2 millions de lecteurs par semaine.

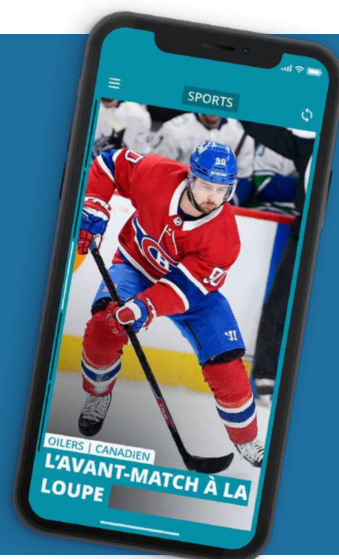
LE JOURNAL DE QUÉBEC : LOIN DEVANT LA CONCURRENCE

Touchant 105 % plus de lecteurs que son principal concurrent, **Le Journal de Québec** rejoint 1 675 000 lecteurs chaque semaine, toutes plateformes confondues, en plus de demeurer le seul quotidien de la région de Québec à être encore publié tous les jours de la semaine. Ces solides résultats permettent au *Journal de Québec* de conserver sa position de leader incontesté à Québec, que ce soit en ce qui concerne l'imprimé, le numérique ou le multiplateforme.

UNE PORTÉE
MULTIPLATEFORME
HEBDOMADAIRE
DE PLUS DE 3,7 MILLIONS
DE LECTEURS
AU QUÉBEC.

Une popularité croissante pour les plateformes numériques

Grâce à leurs différentes plateformes numériques, dont l'application mobile J5, *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* rejoignent de plus en plus de lecteurs au Québec. En 2020, le nombre de lecteurs numériques du *Journal de Montréal* a augmenté de 20 %, tandis que celui du *Journal de Québec* a connu une hausse de 31 %!



Des imprimeries au service des journaux de Québecor et de plusieurs clients externes

Responsable notamment de l'impression du *Journal de Montréal*, **Imprimerie Mirabel**, une filiale de Québecor, offre des services d'impression pour les journaux et les circulaires commerciaux.

En 2020, malgré la pandémie et le confinement obligatoire, l'imprimerie a su maintenir ses activités, en plus de décrocher plusieurs nouveaux contrats d'impression et d'encartage, fruits des efforts de sollicitation de ses équipes au sein des marchés des journaux et de détail canadiens et américains. L'entreprise a ainsi conclu des ententes pour l'impression de neuf titres américains, dont un quotidien et trois hebdomadaires appartenant au groupe O'Rourke Media, ainsi que pour les publications *Info Dimanche*, *Journal les 2 vallées*, *La Voix régionale*, *Epoch Times Ottawa* et le journal communautaire *Le Monde*.

Le secteur d'impression de circulaires est également en croissance, notamment avec l'arrivée de nouveaux clients, dont Sleep Country, Dormez-vous, Tepperman's et Audio 2000.

Québecor possède également des presses à Québec qui réalisent l'impression du *Journal de Québec*.

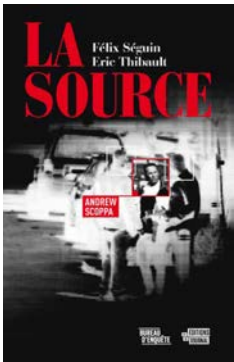
BUREAU D'ENQUÊTE

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 reportages télé, des documentaires disponibles sur Club illico, des dossiers interactifs sur le Web, des livres et des baladodiffusions sur QUB radio.

LA RIGUEUR JOURNALISTIQUE AU SERVICE DE L'INTÉRÊT PUBLIC

Au cours de 2020, le **Bureau d'enquête** de Québec a poursuivi sans relâche sa mission de défense des intérêts de la population, et ce, malgré le contexte particulier de la pandémie. Plus de 200 dossiers et textes d'actualité ont été diffusés dans les médias de Québec ainsi que sur différentes plateformes de l'entreprise. Un bureau d'enquête municipal a également été mis sur pied en 2020 afin de veiller au respect des questions d'éthique par les élus municipaux de l'ensemble du Québec.

Véritable référence en matière d'enquêtes journalistiques, le Bureau d'enquête a 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.



Paru aux Éditions du Journal, le livre *La Source* dévoile les confidences que les journalistes du Bureau d'enquête ont su tirer du mafieux Andrew Scoppa concernant le crime organisé montréalais.



Diffusion d'images vidéo inédites montrant un architecte d'Hydro-Québec en train d'accepter une enveloppe d'argent comptant de la part d'un fournisseur de cette société d'État.



Enquête percutante ayant mené à des révélations chocs portant sur des cadeaux donnés par Loto-Québec à des dirigeants du crime organisé montréalais.

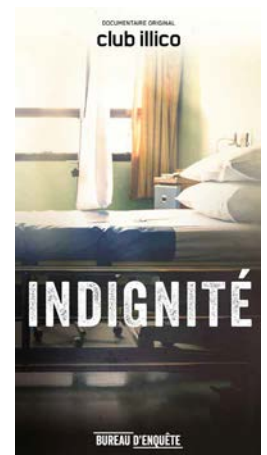


Publication de grands dossiers sur l'état des lacs, des ponts, des viaducs et des routes les plus dangereuses du Québec.

AGENCE QMI

Offrant une couverture en continu de l'actualité canadienne, l'**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 plus de 10 ans une production rigoureuse et de qualité, diffusée aussi bien dans l'imprimé qu'à la télévision ou sur Internet.

Dans le contexte particulier de l'année 2020, l'Agence QMI s'est rapidement mobilisée afin d'offrir à la population une information fiable et de qualité lui permettant de suivre de près l'évolution de la pandémie. Même avec l'ensemble de sa salle de rédaction en télétravail, l'Agence a su livrer des résultats à la hauteur des attentes et créer des contenus pertinents et de grande qualité, permettant d'alimenter la demande accrue en matière d'information.



Les dossiers du Bureau d'enquête ont mené à la production et à la diffusion de cinq documentaires sur Club illico, dont deux portant sur la lutte à la pandémie de COVID-19.



UNE FORTE PROGRESSION POUR QUB RADIO

NUMÉRIQUE

QUB RADIO

Créée par l'équipe NumériQ de Québecor, QUB radio est une radio numérique offrant une programmation sur mesure pour les Québécois, avec les meilleurs talents d'ici provenant de tout horizon. Audacieuse, accessible et novatrice, QUB radio continue, depuis son lancement en octobre 2018, à se moduler aux nouvelles habitudes de consommation des auditeurs. Accessible sur le Web ou sur son application mobile, QUB radio propose un vaste choix d'émissions à écouter en direct ou sur demande ainsi qu'une offre impressionnante de baladodiffusions.

Une année sous le signe de l'actualité

Depuis son lancement, **QUB radio** s'est forgé une place enviable dans le paysage des médias québécois grâce à des émissions de qualité menées par une équipe chevronnée d'animateurs et de chroniqueurs qui reçoivent à leur micro les acteurs de l'actualité.

Plus que jamais, le contenu de QUB radio s'est collé à l'actualité en 2020. Dès le printemps, QUB radio a mis sur pied une programmation spéciale afin de suivre de près l'évolution de la crise de la COVID-19, puis a offert à l'automne une couverture étendue des élections présidentielles américaines.

101%

Une moyenne de plus de 450 000 utilisateurs par mois, une **hausse de 101 %** par rapport à 2019.

97%

Plus de 13 millions d'extraits audio provenant de divers balados ont été téléchargés; une **hausse de 97 %** comparativement à 2019.

52%

Plus de 2,3 millions de visiteurs uniques sur le site Web et l'application QUB radio; une **hausse de 52 %** par rapport à 2019.

22%

Plus de 15,6 millions de pages vues sur le site Web et d'écrans vus sur l'application QUB radio; une **augmentation de 22 %** par rapport à 2019.

** Chiffres pour la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2020.*

Des animateurs vedettes et une programmation enrichie

QUB radio mise depuis ses débuts sur des personnalités fortes, crédibles et appréciées du public ainsi que sur de nouvelles voix pertinentes afin d'assurer une pluralité des opinions véhiculées à travers ses contenus.

En 2020, Pierre Nantel a fait son arrivée à la barre de l'émission matinale, alors que l'animateur vedette Benoit Dutrizac a retrouvé la case horaire du midi dans une émission qui ne manque pas de mordant.

La programmation de QUB radio s'est une fois de plus bonifiée en 2020. Huit nouvelles émissions de radio diffusées les fins de semaine ont été ajoutées à l'horaire et une première programmation en direct avec des émissions originales a été présentée lors de la période des Fêtes.



Les balados, c'est à QUB radio !

QUB radio est devenue un incontournable dans le créneau de la baladodiffusion au Québec avec une offre étendue de contenus variés : politique, histoire, sport, enquête, culture, divertissement, science. En 2020, 19 nouvelles séries balados ont été lancées, dont les grands succès **Pourquoi Marie ?**, **Le Casanova de Montréal** et **Passé date ?**

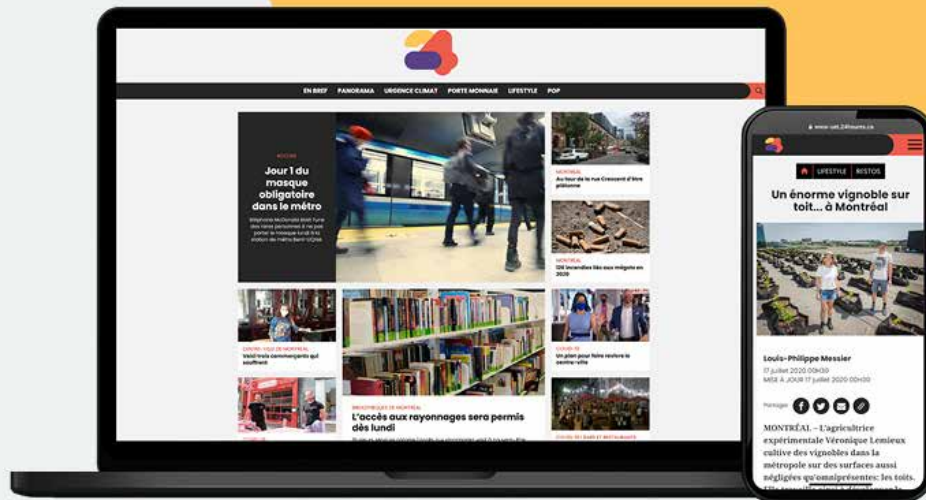
QUB radio met également son expertise au service de nombreux clients externes ainsi que des filiales de Québecor. Ce fut notamment le cas pour le nouveau projet **En privé SVP**, un balado créé pour la marque numérique **billie** ainsi que pour plusieurs séries audio disponibles sur **QUB musique**.



Le balado En 5 minutes se démarque aux Canadian Podcast Awards

QUB radio a remporté le prix du **Meilleur balado francophone** aux Canadian Podcast Awards 2020 pour **En 5 minutes**, un balado qui vulgarise des sujets en lien avec la science, l'histoire et l'actualité. Cette série compte **480 épisodes** et cumule plus de **1,8 million de téléchargements**, un très grand succès d'écoute !





Un journal papier réinventé!

En plus de sa nouvelle plateforme numérique, le *24 heures* publie un journal papier hebdomadaire, gratuit, distribué tous les jeudis dans le réseau de transport en commun de Montréal. Au menu : des reportages de fond, de nouvelles sections et un aspect visuel conçu à la manière d'un magazine, résolument coloré et audacieux, à l'image de ce nouveau média.

24 HEURES

Fruit d'un important repositionnement chapeauté et opéré par l'équipe NumériQ de Québecor, le *24 heures* a entrepris un virage numérique en février 2021. Axée sur l'information et le divertissement, la nouvelle plateforme en ligne du *24 heures* s'adresse aux jeunes générations et a pour mission de traiter, décortiquer et expliquer l'actualité différemment.

Un nouveau 24 heures

Connu des Québécois depuis 2003, le *24 heures* a dévoilé, en février 2021, sa nouvelle plateforme et sa nouvelle identité. Le *24 heures* s'ancre désormais complètement dans la culture numérique d'aujourd'hui, en se basant sur la façon dont les jeunes consomment les contenus. L'actualité y est abordée à travers des enjeux qui touchent particulièrement les nouvelles générations, comme la crise climatique, les mouvements sociaux, la politique, la santé mentale, la sexualité et la consommation éthique.

De plus, afin de bonifier son offre de contenu, le *24 heures* est alimenté par tout un écosystème de marques performantes auprès des jeunes publics, telles que **billie**, **Porte-Monnaie**, **Pèse sur start**, **Le Sac de chips** et **Silo 57**.



NUMÉRIQ

Centre d'expertise numérique et d'innovation de Québec, NumériQ est responsable de la création et de la distribution de contenus de marques, de la gestion de la performance ainsi que de la commercialisation de contenus numériques, tant pour les filiales de Québecor que pour des clients externes. Ses équipes assurent aussi la gestion des réseaux sociaux et le déploiement de leurs stratégies ainsi que l'optimisation publicitaire, tout en veillant au volet de la recherche et du développement. NumériQ est également responsable de la création et de la gestion des activités de QUB radio et de QUB musique ainsi que des nouvelles plateformes TVA+ et 24 heures.

Les sites Web de Québecor parmi les plus performants au Québec

Toujours aussi performants, les sites Web de Québecor ont enregistré une hausse de près de 29 % du nombre de leurs pages vues par rapport à 2019. Leurs revenus ont quant à eux connu une croissance de 23 % par rapport à l'an dernier, et ce, malgré les effets de la pandémie sur les revenus des annonceurs.

Des marques numériques phares

Jouissant d'une grande popularité, les marques phares de NumériQ, dont **Le Sac de chips**, **billie**, **Pèse sur start**, **Porte-Monnaie** et **Silo 57**, ont continué de rejoindre des auditoires toujours plus grands et engagés. Elles ont connu une hausse de près de 119 % de leurs nombres de pages vues comparativement à 2019 et ont atteint 600 000 visiteurs chaque semaine en 2020.

Appréciables des jeunes générations pour leurs contenus diversifiés au ton unique, ces marques alimentent également, depuis février 2021, la nouvelle plateforme numérique du 24 heures ainsi que son édition papier, publiée chaque semaine.

TVA+, une empreinte numérique forte créée par NumériQ

En 2020, plus d'une centaine de collaborateurs de NumériQ ont mis leur expertise technologique au service de la création de l'infrastructure de la plateforme TVA+. Déployée en novembre 2020, de concert avec le dévoilement de la nouvelle image de marque de TVA, TVA+ a généré la création de plus de 210 000 nouveaux comptes utilisateurs, et ce, seulement trois mois après son lancement.

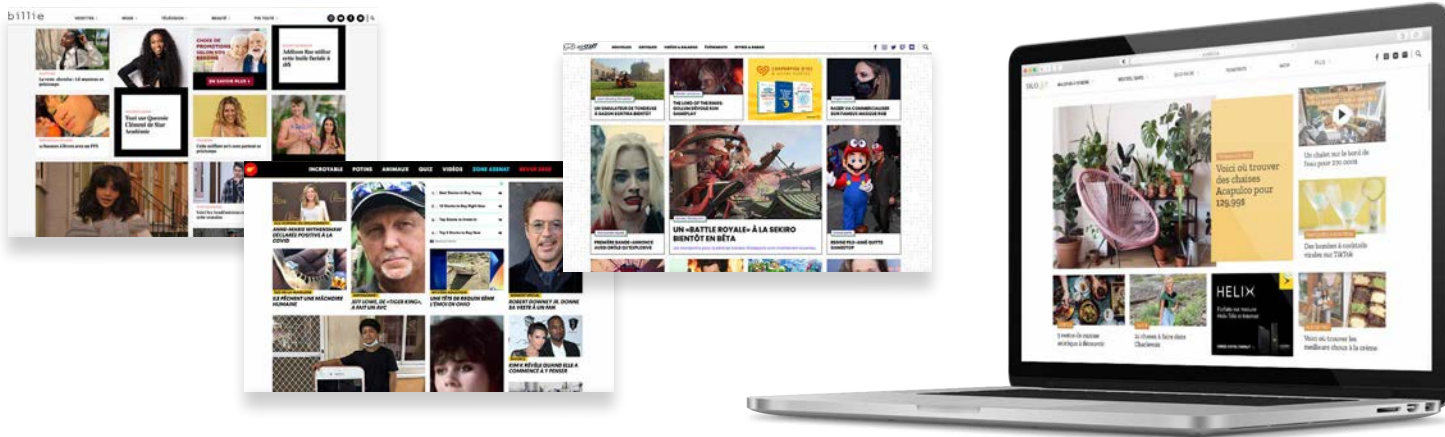
Les contenus de NumériQ se distinguent !

Prix d'excellence en publication numérique

Le reportage *On brûle encore des déchets dans le nord du Québec*, diffusé sur Tabloïd, a remporté le prix pour la catégorie « Meilleure vidéo en ligne – format long ».

Canadian Online Publishing Awards

- Prix Or dans la catégorie « Meilleur reportage interactif/infographique », pour le tableau interactif portant sur l'évolution de la COVID-19 au Québec, présenté sur les sites Web du *Journal de Montréal* et du *Journal de Québec*.
- Prix Or dans la catégorie « Meilleur contenu vidéo – média », pour le reportage *Le dernier trappeur*, diffusé sur Tabloïd.
- Prix Argent dans la catégorie « Meilleur contenu vidéo – Consommateur », pour le reportage *L'île verte*, diffusé sur Tabloïd.



Une expertise éprouvée en production de contenus vidéos

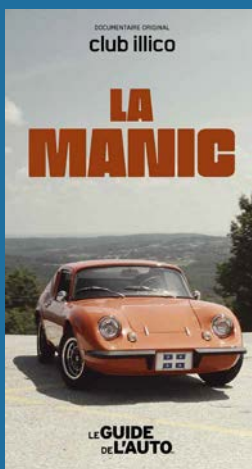
La création de contenu étant au cœur de son mandat, NumériQ a continué de mettre à profit son savoir-faire en production de contenus vidéo de tout genre au service de ses marques numériques, du Bureau d'enquête de Québecor ainsi que de plusieurs clients externes en 2020. Excellant notamment dans la vidéo en 3D et la réalité augmentée, NumériQ a réalisé plusieurs projets novateurs, tels que la création d'une visite virtuelle 360 degrés de l'*Onondaga*, le premier sous-marin accessible au public au Canada.

Voici quelques exemples de vidéos marquantes réalisées par NumériQ en 2020 :

- **Affronter l'inconnu**, en collaboration avec le Bureau d'enquête, pour Club illico.
- **Entre 2 notes**, pour QUB musique.
- **Kumtor**, en collaboration avec le Bureau d'enquête, pour Club illico.
- **Tête première**, pour Porte-Monnaie.
- **Indignité**, en collaboration avec le Bureau d'enquête, pour Club illico.
- **En privé SVP**, pour billie.
- **On brûle encore des déchets dans le nord du Québec**, pour Tabloïd.
- **Scoppa et moi**, en collaboration avec le Bureau d'enquête, pour Club illico.



La marque multiplateforme Guide de l'auto poursuit sa progression



En 2020, malgré la pandémie et le ralentissement de l'industrie automobile, la marque multiplateforme *Guide de l'auto* a poursuivi sa croissance. Le site Web guideautoweb.com a connu une hausse de ses visites de 18 % en 2020 par rapport à 2019. Outre la sortie de la 51^e édition du populaire livre *Le Guide de l'auto*, des chroniques dans *Le Journal de Montréal* et à *Salut, Bonjour!* et son émission hebdomadaire diffusée sur QUB radio, la marque a produit son tout premier documentaire, *La Manic*, offert en exclusivité sur Club illico.

QUB MUSIQUE

Lancée en mai 2020, QUB musique est une nouvelle plateforme d'écoute en continu conçue et réalisée au Québec par l'équipe NumériQ de Québecor. Accessible via une application mobile et sur le Web, QUB musique propose un imposant catalogue de calibre international, tout en offrant une vitrine sans pareille aux artistes québécois.

Une plateforme d'écoute en continu créée ici pour les gens d'ici

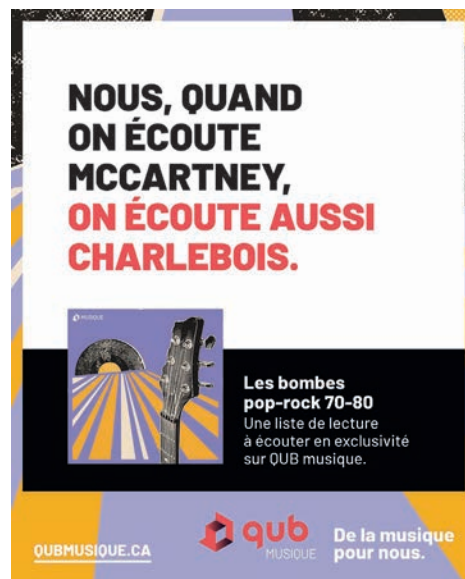
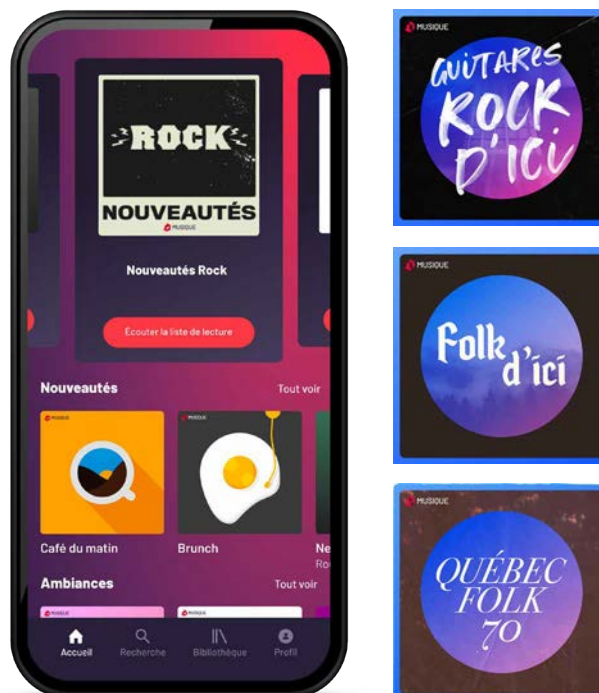
Face aux grandes plateformes internationales de musique en continu, **QUB musique** se distingue en proposant un produit créé au Québec qui accorde une place de premier plan au **rayonnement d'artistes québécois** et à la **découvrabilité d'albums d'ici**. Son catalogue comprend plus de 60 millions de chansons disponibles sur demande ainsi que plus de 2 500 listes de lecture élaborées par des curateurs d'ici, pour répondre aux goûts et aux besoins des auditeurs québécois.

QUB musique offre une expérience clé en main propice à la découverte musicale et vise à créer une proximité entre les artistes d'ici et le public. Les abonnés peuvent obtenir du contenu exclusif audio, vidéo ou écrit, créer leurs propres listes de lecture ou encore découvrir ce que leurs artistes préférés écoutent.

Une stratégie d'affaires engagée envers les artistes !

La crise de la COVID-19 ayant durement affecté l'industrie musicale québécoise, le soutien envers les artistes d'ici est encore plus important que jamais. Le meilleur moyen de les appuyer demeure d'écouter de la musique d'ici. Afin de leur offrir un soutien concret, Québecor a choisi de devancer le lancement de QUB musique en mai 2020, en plein cœur de la pandémie, pour inciter la population à découvrir toute la richesse du répertoire québécois et à en profiter, sur une plateforme québécoise. Basée sur le principe d'un abonnement mensuel payant, QUB musique a ainsi pour objectif de mieux rémunérer les artistes et les ayants droit de la musique d'ici.

S'appuyant sur un engagement fondamental, Québecor continuera d'investir et d'innover pour que QUB musique soit une véritable alliée pour la musique et les artistes d'ici.



TVA PUBLICATIONS,
ÉDITEUR N° 1 AU QUÉBEC
ET INCONTOURNABLE AU
CANADA SUR LE MARCHÉ
DES MAGAZINES.

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.

Avec 8,3 millions de lecteurs toutes plateformes confondues en 2020, **TVA Publications** confirme sa position d'éditeur n° 1 au Québec et d'incontournable au Canada sur le marché des magazines.

En 2020, tous les magazines francophones ont enregistré une hausse de leur lectorat multiplateforme. Ces chiffres témoignent d'un sentiment d'attachement qui continue de croître à l'égard des magazines de TVA Publications. De plus, la progression de 21 % observée chez les 18-34 ans en 2020, autant en format imprimé que multiplateforme, vient confirmer toute la pertinence des contenus présentés auprès de cette génération dont l'attention est fortement sollicitée.

Des contenus adaptés à la nouvelle réalité

Sensible aux préoccupations de ses lecteurs en temps de pandémie, la rédaction des magazines a adapté le contenu des publications à la crise. Suggestions télé, recettes à faire à la maison, trucs liés au télétravail et astuces pour s'occuper des enfants en confinement ont eu la cote. De plus, l'achat local, la cuisine aux saveurs de saison et la mise en beauté simplifiée ont été au cœur des contenus des magazines **Clin d'œil** et **Coup de pouce**. Les pages du magazine **Les idées de ma maison** ont quant à elles proposé des ambiances détente, des designs de bureaux à la maison et des espaces extérieurs qui font voyager tout en restant chez soi.



Clin d'œil : 40 ans et toujours leader

Témoin de l'histoire des femmes québécoises à travers les décennies, le magazine **Clin d'œil** a célébré ses 40 ans en 2020, avec un numéro spécial faisant une rétrospective des événements les plus marquants depuis sa création, en 1980.

Clin d'œil a continué, pour sa 40^e année, de consolider sa position de leader sur le marché de la mode au Québec, avec une hausse remarquable de 18 % de son lectorat multiplateforme et de 15 % de son lectorat imprimé, ce qui en fait, une fois de plus, la référence auprès des passionnés de mode.

Les magazines art de vivre inspirent encore plus de lecteurs

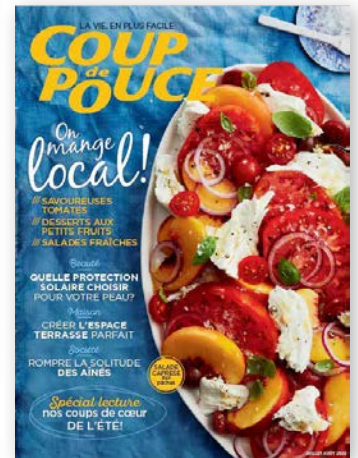
Avec 6,3 millions de lecteurs multiplateformes au Canada, les magazines art de vivre de TVA Publications, portés par les marques **Coup de pousse**, **Bel Âge**, **Good Times** et **Canadian Living**, conservent leur popularité auprès des Canadiens.

Comptant près de 1,3 million de lecteurs papier, **Coup de pousse** est le magazine francophone payant le plus lu sur le marché! La marque a enregistré une augmentation remarquable de son lectorat numérique de 37 % en 2020. Incontournable au pays, **Canadian Living** a quant à lui rejoint, pour son 45^e anniversaire, plus de 4 millions de lecteurs sur toutes les plateformes et a connu une croissance significative de 44 % de son lectorat numérique en 2020.

Décoration : Les idées de ma maison et Style at Home toujours favoris

Les idées de ma maison et **Style at Home** sont toujours la destination maison au Canada avec 2,9 millions de lecteurs multiplateformes, en hausse de 6 % en 2020.

Au Québec, **Les idées de ma maison** continue d'être la référence en décoration avec 734 000 lecteurs multiplateformes. Pour sa part, **Style at Home** demeure un incontournable au Canada, rejoignant près de 2,3 millions de lecteurs, en plus d'occuper la première position de ce créneau chez les femmes 18+, les 18-34 et les 25-54 ans, autant en format imprimé que multiplateforme.



L'actualité artistique prisée des lecteurs québécois

L'actualité culturelle a toujours autant la cote en 2020 chez les Québécois, qui se tournent vers les nombreux magazines artistiques de TVA Publications pour maintenir leur lien de proximité avec les personnalités du milieu culturel et artistique d'ici. D'ailleurs, signe de leur intérêt marqué, le site Web 7jours.ca a enregistré plus de 4 millions de pages vues par mois en mai et en septembre 2020.



En 2020, **Espaces** a fêté son 25^e anniversaire.



Zeste et **Coup de pousse** se sont réunis pour présenter 85 des meilleures recettes de **Zeste** dans un numéro spécial anniversaire publié en septembre 2020 soulignant les 10 ans de la chaîne culinaire.



Depuis plus de 20 ans, **Cool!** est à l'affût de tout ce qui touche les adolescentes, décryptant les tendances mode et beauté et s'attaquant aux questions les plus pointues touchant les réseaux sociaux, l'environnement et la santé mentale.



DISTRIBUTION

MESSAGERIES DYNAMIQUES

Messageries Dynamiques est le premier distributeur de journaux et de magazines au Québec. Son puissant réseau de distribution dessert 6 650 points de vente chez les détaillants et plus de 274 000 foyers.

En 2020, **Messageries Dynamiques** a assuré la distribution de 87 millions d'exemplaires de journaux, dont *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec* et *Le Devoir*. Elle a également distribué en kiosque 23,2 millions de magazines, comprenant plus de 2 960 titres, dont *7 Jours*, *La Semaine*, *Écho Vedettes*, *Ricardo*, *Coup de pouce*, *Châtelaine* ainsi que les magazines français *Paris Match* et *Science & Vie*.

Afin de maximiser son réseau et d'adapter ses services en cette année particulière, Messageries Dynamiques a introduit au catalogue plus d'une cinquantaine de nouveaux produits s'adressant à la clientèle des supermarchés et dépanneurs, dont des couvre-visages et des masques de procédure.

Également responsable de la gestion de certains centres d'appels de Québec, Messageries Dynamiques a géré quelque 5 000 appels par semaine pour les clients des journaux de Québec et 1 300 appels pour les abonnés des magazines de TVA Publications.

MESSAGERIES A.D.P.

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. Elle est le partenaire privilégié et exclusif de plus de 260 éditeurs québécois et européens francophones.

Croissance des ventes et maintien des activités

En 2020, **Messageries A.D.P.** a distribué près de 6,8 millions de livres au Canada parmi lesquels l'on trouve plus de 67 000 titres différents. Dans le contexte de la crise sanitaire, Messageries A.D.P. a su adopter une gestion efficace lui permettant de s'adapter et de maintenir tous ses services essentiels, soit principalement l'expédition de commandes provenant des ventes en ligne réalisées par les libraires. Malgré un volume de livraisons moindre qu'en 2019 causé par la fermeture des librairies et des commerces non essentiels, Messageries A.D.P. a enregistré une croissance de ses ventes nettes par rapport à 2019 en raison notamment d'une baisse importante des retours de livres.

AFFICHAGE

Grâce à une couverture de marché incomparable ainsi qu'à sa proximité avec les consommateurs, le secteur Affichage de Québecor est un partenaire de choix pour les annonceurs québécois. Avec une part de marché de 34 %, Québecor dispose de la plus importante offre publicitaire sur mobilier urbain au Québec, comprenant plus de 4 200 faces publicitaires sur abribus et un parc de près de 900 autobus répartis stratégiquement dans les marchés de Montréal, de Laval, de l'agglomération de Longueuil, de Sherbrooke ainsi que de Lévis.

NOUVEAUTÉS, EXPANSION ET INNOVATION

Souhaitant répondre aux besoins évolutifs du marché et maintenir son leadership en matière d'affichage numérique, le secteur Affichage de Québecor a poursuivi sa croissance en 2020 avec le déploiement de 9 nouveaux abribus munis d'écrans numériques sur le territoire de l'agglomération de Longueuil.

La programmation publicitaire au service des annonceurs

Souhaitant rendre son mobilier urbain numérique accessible à un nombre maximal d'acheteurs, Québecor Affichage a collaboré avec les entreprises les plus innovantes du domaine de la programmation publicitaire afin d'offrir aux annonceurs la possibilité d'investir de façon flexible et en temps réel dans l'affichage numérique, à travers un guichet transactionnel en ligne utilisant des données d'intelligence d'affaires. L'inventaire de Québecor Affichage est donc maintenant disponible sur les marchés programmatiques de plateformes performantes, telles que Hivestack, Campsite et Vistar.

Parallèlement, Québecor Affichage est également en mesure de conclure des ententes programmatiques avec des agences utilisant les plateformes d'achat omnicanal grâce à l'outil Reach, de Broadsign. Ce nouveau canal de vente a généré des revenus substantiels pour le secteur Affichage de Québecor en 2020 et sera au cœur de la stratégie de croissance des ventes pour les années à venir.

Virage Affichage : une tournée virtuelle à travers l'inventaire de mobilier urbain

Dans le but de faire la démonstration de la qualité de ses supports publicitaires et de leur proximité avec les citoyens dans les quartiers résidentiels, Québecor Affichage a lancé **Virage Affichage**, une plateforme interactive conçue et développée à l'interne. Malgré les restrictions imposées par la crise, Québecor Affichage a ainsi fait preuve d'agilité en lançant ce nouvel outil, qui lui a permis de poursuivre ses activités sans compromettre l'expérience client et tout en respectant les consignes sanitaires en vigueur.



Souhaitant créer un élan de réconfort, Québecor Affichage a lancé sur les réseaux sociaux de TVA une campagne visant à trouver les meilleures photos de confinement des Québécois pour ensuite les diffuser sur ses abribus numériques de Montréal, Laval, Lévis et Sherbrooke.



Afin de proposer une offre bonifiée aux annonceurs pour la période des Fêtes, Québecor Affichage a érigé des structures de lumières festives sur certains abribus choisis par les annonceurs.

VENTES PUBLICITAIRES

Incomparable partenaire pour les annonceurs, le service des ventes publicitaires de Québecor se démarque sur le marché en proposant des solutions d'affaires permettant d'activer et d'influencer les consommateurs à chaque étape du processus d'achat, en plus de leur faire profiter de la portée inégalée de son offre publicitaire, de la convergence de ses plateformes médiatiques et de sa force dans le secteur numérique.

2020 : UNE AVALANCHE DE PRODUITS PUBLICITAIRES INNOVATEURS POUR LES ANNONCEURS

Porté par l'innovation en technologie publicitaire, le Service des ventes publicitaires de Québecor a redoublé d'efforts en 2020 pour développer des produits novateurs et les proposer aux annonceurs.

Lancée en 2020, **Québecor ID** est une famille de produits nouveau genre en placement média, en programmation et en solution d'audience. Ces nouveaux produits permettent aux annonceurs d'optimiser la performance de leurs campagnes en bénéficiant de la vaste portée de l'inventaire publicitaire de Québecor et des capacités de ciblage anonyme précis.

- **Guichet QID** : Nouvelle plateforme d'achat libre-service pour les campagnes de bannières numériques qui se démarque par sa simplicité d'utilisation, son suivi en continu et sa facturation clé en main, permettant aux PME de placer leurs campagnes publicitaires dans le large écosystème numérique de Québecor, et cela, en quelques clics.
- **Synchronisation omnicanale automatisée** : Outil permettant de synchroniser les activations publicitaires numériques avec l'heure de diffusion des publicités télévisées de façon complètement automatique; une première au Québec !
- **Ciblage par réceptivité®** : En primeur mondiale, grâce à la technologie brevetée de la compagnie québécoise CONTXTFUL, cette nouvelle offre permet de livrer des campagnes mobiles dans l'écosystème de Québecor en ciblant en temps réel l'audience la plus réceptive.
- **Tuile native** : Nouvelle offre permettant aux annonceurs de propulser leurs contenus au sein de l'inventaire premium des plateformes numériques de Québecor pour des campagnes performantes dans un univers complètement intégré.
- **Pause vidéo numérique** : Remarquablement efficace pour rejoindre des utilisateurs engagés, ce nouveau format de publicité premium s'active lorsqu'un utilisateur met en pause l'écoute d'une vidéo de longue durée.



Hublo, une vitrine privilégiée pour les contenus promotionnels

À l'heure où le marketing de contenu est en forte croissance chez les annonceurs, Québecor répond à la demande et fait preuve de vision en lançant Hublo, sa toute nouvelle vitrine d'hébergement et de rayonnement de contenus promotionnels. Propulsée par son agence d'experts internes **COLAB STUDIO marketing collaboratif**, Hublo maximise la performance des campagnes en permettant aux annonceurs d'optimiser la portée et les vues de leurs produits et services, de rejoindre des audiences de choix, de créer des segments d'audience et d'améliorer leur référencement organique.

Québecor : un incontournable du marché publicitaire québécois

45 % des revenus publicitaires en télé francophone au Québec.

14 % des revenus publicitaires en affichage au Québec.

56 % des pages publicitaires dans les quotidiens francophones.

50 % des pages publicitaires dans les magazines francophones au Québec.



LE SECTEUR LIVRES
EST LE CHEF DE FILE
DE L'ÉDITION DE
LANGUE FRANÇAISE
AU CANADA.

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 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.

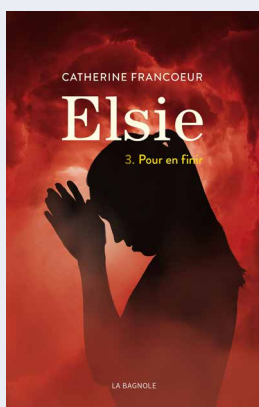
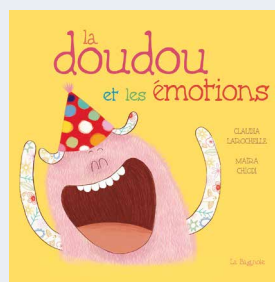
LES MAISONS D'ÉDITION DE QUÉBECOR CONTINUENT DE PERFORMER

Marqués par la pandémie, les premiers trimestres de 2020 ont représenté un défi pour l'industrie du livre. La fermeture de plusieurs magasins a entraîné une baisse des ventes et le report de plusieursancements d'ouvrages. Toutefois, l'été et l'automne 2020 ont été synonymes de reprise pour le secteur littéraire et les **maisons d'édition de Québecor**, qui ont connu un troisième et un quatrième trimestres spectaculaires, grâce à une production de grande qualité et une liste de best-sellers exceptionnels. Au total, elles ont produit **235 nouveautés et rééditions en 2020**.

Pour pallier les défis occasionnés par la fermeture des points de vente physiques, le secteur Livres de Québecor a fait preuve de proactivité en mettant rapidement sur pied le site **Des livres, ça se livre**, une vitrine Web unique pour les libraires offrant le service de commerce électronique. Répertoriant l'ensemble des titres publiés par les maisons d'édition de Québecor, ce site a contribué en plein cœur de la crise au rayonnement des auteurs québécois, tout en permettant aux consommateurs d'acheter leurs livres préférés en ligne, notamment sur le site leslibraires.ca.



Les revenus du secteur littérature de Québecor ont connu une hausse de plus de 14 % en 2020, dépassant même la croissance de 5,2 % du marché des librairies indépendantes.



De grands succès littéraires

Grâce à ses nombreux succès littéraires, les maisons d'édition de Québecor ont su se démarquer en 2020, avec notamment 7 des 15 plus grands succès de vente québécois toutes catégories confondues, en plus d'exceller dans plusieurs créneaux spécifiques.

Romans

Signe de la grande force du secteur Livres dans ce créneau, 4 des 10 romans québécois les plus vendus au Québec en 2020 ont été publiés par les maisons d'édition de Québecor. **Em**, de Kim Thúy, et **Kukum**, de Michel Jean, tous deux publiés chez Libre Expression, ont figuré respectivement à la première et deuxième positions de ce prestigieux palmarès !

Livres pratiques

Le secteur Livres a publié 6 des 10 ouvrages les plus vendus au Québec en 2020 dans le créneau des livres pratiques. L'incontournable **Guide de l'auto**, paru aux Éditions de l'Homme, est encore une fois au sommet de ce classement, et ce, tous éditeurs et catégories confondus !

Jeunesse

Du côté de la littérature jeunesse, les éditions La Bagnole ont connu une croissance globale de plus de 24 % grâce notamment à des collections phares telles que **La doudou**, de Claudia Larochelle.

Biographies

Le secteur Livres a 6 des 10 ouvrages les plus vendus au Québec en 2020 dans le créneau des biographies.

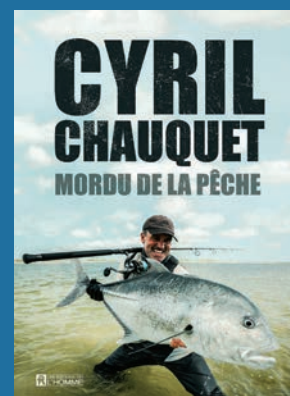
Des lauréats et des titres primés

Groupe Librex

- **Kukum**, de Michel Jean, publié chez Libre Expression, gagnant du prix littéraire France-Québec.
- **Tables véganes, menus d'ici et d'ailleurs**, d'Élise Desaulniers, paru chez Trécarré, lauréat du prix Or de Taste Canada/Saveurs du Canada, dans la catégorie « Livres de cuisine régionale et culturelle ».
- **Johanne Guay**, vice-présidente Édition du Groupe Librex, lauréate du prix Fleury-Mesplet, soulignant le mérite d'une personne ayant contribué au progrès de l'édition au Québec.

Groupe Ville-Marie Littérature

- **Les offrandes**, de Louis Carmain, publié chez VLB éditeur, finaliste de plusieurs prix littéraires parmi les plus importants au Québec en 2020, dont le Prix des libraires du Québec et le prix Arthur-Ellis.
- **Le marabout**, d'Ayavi Lake, publié chez VLB éditeur, gagnant du Prix des Horizons imaginaires de la Fondation Lire pour réussir.
- **Sudan et Najin et Fatu**, de Mathieu Blais, paru aux Éditions de l'Hexagone, lauréat du prix Rina-Lasnier, remis par l'Association des auteurs de la Montérégie.



Des ouvrages populaires issus de la convergence

Le secteur Livres a poursuivi en 2020 l'intensification de son volet de production d'ouvrages issus d'autres plateformes ou marques de Québecor. Cette stratégie a su porter fruit et donner naissance à plusieurs livres à succès et produits dérivés de productions télévisuelles du groupe.



Groupe Homme

- **Soupers rapides**, de Geneviève O'Glema, gagnant du prix Argent dans la catégorie « Livre de cuisine générale » du prix Taste Canada/Saveurs du Canada.
- **Les lunches**, de Geneviève O'Glema, lauréat du choix du public et du meilleur livre ou magazine, catégorie PME, des prix DUX 2020.



LES ÉDITIONS CEC, TOUJOURS LA RÉFÉRENCE EN ÉDITION SCOLAIRE AU QUÉBEC

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 conservé leur position de chef de file et ont connu une année 2020 sous le signe d'une importante croissance.

Leurs revenus totaux ont augmenté de 7 % en 2020, alors que leurs revenus numériques ont bondi de 39 %. La fermeture des établissements scolaires en raison de la pandémie a favorisé la vente d'outils facilitant l'enseignement à distance, tels que les cahiers d'exercices et les produits numériques. La vente des ouvrages parascolaires, visant à appuyer les parents et les enfants dans leurs apprentissages à la maison, a également connu une croissance importante dans le marché grand public.



La nouvelle collection *Histoire à la carte* est devenue, à sa première année de parution, une des collections de matériel pédagogique portant sur l'histoire les plus utilisées dans les écoles du Québec!

AUGMENTATION
DE 150 % DU NOMBRE
DE SESSIONS
DE SEPTEMBRE À
DÉCEMBRE 2020.



Des outils numériques pour faciliter l'apprentissage à distance

Avec les contraintes qu'impose l'école à la maison, l'ajout de nouvelles fonctionnalités à la plateforme numérique **maZoneCEC** a permis à celle-ci de s'imposer comme un outil de choix pour les enseignants et les élèves, comme en témoigne l'augmentation de plus de 150 % du nombre de sessions de septembre à décembre 2020, par rapport à la même période en 2019.

Parallèlement, afin de faciliter l'accès à des ressources numériques aux élèves pendant la fermeture des écoles, les Éditions CEC ont lancé l'initiative **Mon sac d'école virtuel**, une plateforme en ligne gratuite permettant aux élèves d'accéder à des cahiers pour travailler à distance.

Des ententes entre le ministère de l'Éducation et l'ensemble du secteur de l'édition scolaire du Québec ont également permis de rendre disponible en format numérique, sur la plateforme **École ouverte**, la plus grande partie des ouvrages pédagogiques utilisés dans les classes du Québec, dont ceux des Éditions CEC.



PRODUIRE
PROMOUVOIR
DIVERTIR

SPORTS ET DIVERTISSEMENT

GROUPE SPORTS ET DIVERTISSEMENT

Centre Vidéotron
Gestev
Baie de Beauport
Théâtre Capitole
Remparts de Québec
Armada de Blainville-Boisbriand

MUSIQUE

Disques Musicor
MP3 Disques
Ste-4 Musique



© MARIO BEAUREGARD/AGENCE QMI

ÉVÉNEMENTS ET SPECTACLES

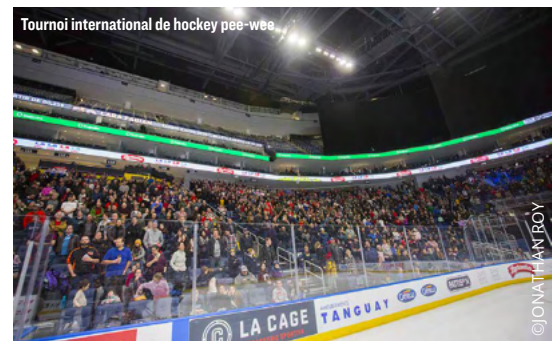
Expert en production, en diffusion et en promotion d'événements culturels et sportifs, le groupe Sports et divertissement de Québecor fait rayonner les talents québécois et internationaux dans son marché.

UNE ANNÉE QUI DÉMARRE EN FORCE

L'année 2020 a démarré en force pour le **Centre Vidéotron**, qui a accueilli avec succès les spectacles des populaires groupes Korn et Breaking Benjamin, en plus de la 61^e édition du Tournoi international de hockey pee-wee de Québec ainsi que six représentations du tout nouveau spectacle de Disney sur glace, *Des mondes imaginaires*.

Au total, près de 30 spectacles étaient prévus dans les mois suivants, dont quelques-unes des plus grandes tournées internationales. Figuraient entre autres au calendrier Pearl Jam, Lara Fabian, Journey and The Pretenders, Roger Waters, Justin Bieber et les Backstreet Boys.

De nombreux événements, dont plusieurs à grand déploiement, étaient également au programme pour **Gestev**, soit la Coupe du monde FIS de ski de fond à Québec, cinq événements de course à pied, dont le Marathon SSS Assurance de Québec, la Coupe du monde UCI de vélo de montagne au mont Saint-Anne ainsi qu'une centaine d'autres événements de l'agence Gestev.



Tournoi international de hockey pee-wee

© JONATHAN ROY



Disney sur glace, *Des mondes imaginaires*

© DIDIER DEBUSSCHERE

L'INDUSTRIE DU SPORT ET DU DIVERTISSEMENT DUREMENT TOUCHÉE PAR LA PANDÉMIE

Alors que 2020 s'annonçait faste pour Groupe Sports et divertissement, le gouvernement du Québec a annoncé en mars 2020 des mesures de confinement incluant notamment l'arrêt des activités jugées non essentielles et l'interdiction de la tenue d'événements de plus de 250 personnes. Cette annonce a eu un effet immédiat sur l'ensemble des activités du groupe.

Solidaire de ces mesures pour lutter contre la pandémie, Québecor Sports et divertissement a rapidement procédé au réaménagement de son calendrier d'événements et a veillé à ce que les détenteurs de billets d'événements annulés ou reportés puissent être remboursés. Au cœur de cette crise, un soin particulier a été apporté afin de rapidement informer et dédommager les clients concernés.



UN FONDS D'URGENCE
DE 500 000 \$
A ÉTÉ MIS SUR PIED
POUR APPORTER UNE
AIDE FINANCIÈRE
IMMÉDIATE.

Proactivité et solidarité pour soutenir les employés au cœur de la crise

Alors que le Québec est sur pause et que l'industrie événementielle est plongée dans l'incertitude, Québecor Sports et divertissement fait preuve de grandes proactivité, solidarité et reconnaissance en mettant sur pied, en 48 heures seulement, un **fonds d'urgence de 500 000 \$** pour apporter une aide financière immédiate à ses employés, ses collaborateurs et ses pigistes qui ont été parmi les premiers affectés par la crise.

Ce fonds fut la première d'une série de mesures instaurées par Québecor Sports et divertissement afin de soutenir ses employés. Le groupe s'est notamment engagé à maintenir tous les emplois permanents sans exception lors de la période d'interdiction de rassemblements de 30 jours, au printemps 2020. Puis, ses équipes ont également pu bénéficier des mesures d'aide mises sur pied par Québecor permettant d'assurer aux employés mis en disponibilité des revenus pouvant aller jusqu'à 95 % de leur salaire, dans certains cas.

DES EXPÉRIENCES INNOVANTES ADAPTÉES À LA NOUVELLE RÉALITÉ

Dans ces circonstances inédites, l'équipe de Groupe Sports et divertissement s'est rapidement mise à l'œuvre pour trouver des solutions créatives lui permettant de continuer à créer des expériences rassembleuses et à faire rayonner les talents d'ici. C'est ainsi que des événements uniques ont pris naissance, contribuant à relancer les activités et à générer des retombées économiques.

Les TD musiparcs présentés par Vidéotron : un projet novateur !

Alors que les événements culturels sont quasi inexistantes au calendrier de la saison estivale en raison de la pandémie, **GesteV** et **Musicor Spectacles** sont parmi les premiers à proposer une activité culturelle approuvée par la santé publique. Lancés en mai 2020, les **TD musiparcs présentés par Vidéotron** ont offert au cours de l'été plus de 100 spectacles à Québec, Bromont, Gatineau, Mercier et Mirabel.

Ce concept nouveau genre a permis aux Québécois d'assister à des spectacles de façon sécuritaire, en direct de leur voiture et en utilisant leur radio FM, tout en contribuant à la relance de l'industrie du spectacle et en soutenant les artistes d'ici.

Au total, près de 30 000 spectateurs ont pu vivre cette expérience unique au Québec avec des concerts en direct sur une scène de grande envergure ! Plus de 325 artisans du milieu du spectacle ont collaboré au succès de l'événement.



TD musiparc présenté par Vidéotron - Kain

©TOMA IZKOVITS/AGENCE QMI

« Ce fut un honneur de faire partie de l'histoire.
Merci à tous ceux et celles qui sont venus l'écrire
avec nous ! »

- Kain



TD musiparc présenté par Vidéotron - Bleu Jeans Bleu

©ANDRÉ LYRA

« On réalise aussi que, pour certaines
personnes, c'est un contexte idéal,
car il y a de l'espace et c'est hyper
confortable pour voir un show par
un coquet soir d'été. »

- Claude Cobra, chanteur de Bleu Jeans Bleu.



TD musiparc présenté par Vidéotron - Guylaine Tanguay

©PASCAL HUOT/JOURNAL DE QUÉBEC/AGENCE QMI

« La force du lien public/artiste que j'ai
réussi à créer depuis autant d'années n'allait
certainement pas se laisser écraser par cette
crise. La musique, c'est plus fort que tout ! »

- Guylaine Tanguay



Une édition virtuelle pour le Marathon SSQ Assurance de Québec

Afin d'offrir la possibilité aux coureurs de relever un défi sportif même dans ce contexte particulier, GesteV a proposé une solution de remplacement 100 % virtuelle et gratuite avec son édition 2020 du **Marathon SSQ Assurance de Québec, une invitation de santé Brunet**. Toutes les distances de l'épreuve ont été maintenues et des milliers de coureurs en provenance de plusieurs régions du Québec et du Canada ainsi que des États-Unis, de la France, du Mexique, du Guatemala, de la Chine et du Maroc y ont pris part.



Marathon SSQ Assurance de Québec, une invitation de santé Brunet

©MANON PARE / FACEBOOK

Une saison 2020 couronnée de succès à la Baie de Beauport

GesteV a pris toutes les mesures nécessaires afin d'ouvrir la **Baie de Beauport** de façon sécuritaire pour ses visiteurs et assurer un contrôle de son affluence pour respecter les règles de la santé publique en vigueur. Un achalandage récréotouristique record de 82 852 plaisanciers a été enregistré lors de la période s'échelonnant de mai à octobre.



Baie de Beauport

©MARC-ANTOINE HALLE



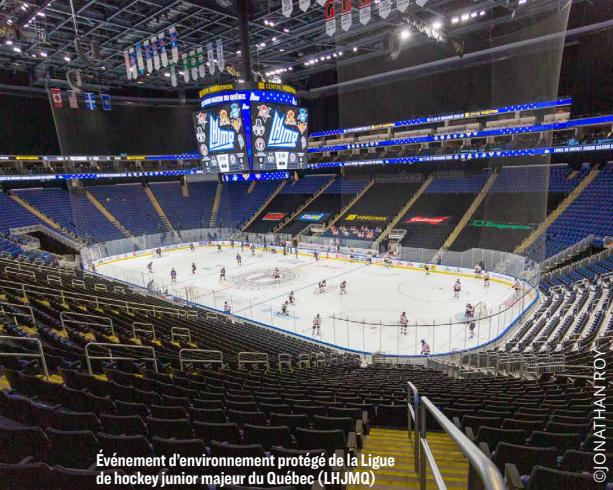
Baie de Beauport

©MARC-ANTOINE HALLE



Baie de Beauport

©MARC-ANTOINE HALLE



Événement d'environnement protégé de la Ligue de hockey junior majeur du Québec (LHJMQ)

©JONATHAN ROY

Un événement sécuritaire pour la LHJMQ

Souhaitant participer activement à la relance économique de la ville de Québec, le Centre Vidéotron a annoncé la tenue de l'**Événement d'environnement protégé de la Ligue de hockey junior majeur du Québec (LHJMQ)** en novembre 2020. Il s'agit de l'une des rares rencontres sportives à avoir pris place au Québec durant la pandémie et du seul événement de hockey en action à avoir été diffusé sur les ondes de TVA Sports.

- 238 joueurs, arbitres et membres du personnel provenant de régions en zone rouge ont convergé vers Québec pour l'événement.
- 21 parties de hockey ont été disputées en 10 jours.

Dans un contexte hautement sécurisé respectant les directives de la santé publique les plus strictes, l'événement n'a entraîné aucune éclosion de COVID-19 et a contribué à générer des retombées économiques tangibles pour la ville de Québec. Plus de 1 750 nuitées ont été réservées dans trois hôtels de la région, 8 000 repas ont été préparés par des restaurateurs et hôteliers et plusieurs autocars ont été loués pour le transport des équipes.

« Nous avons eu une superbe expérience à Québec et nous sommes très heureux du déroulement de l'événement. Nous avons travaillé main dans la main avec les membres de l'équipe du Centre Vidéotron, qui nous ont, une fois de plus, prouvé qu'ils sont de vrais professionnels dans leur domaine, et ce, même en temps de pandémie ! »

– Martin Lavallée, adjoint du commissaire de la LHJMQ

QUÉBECOR SPORTS ET DIVERTISSEMENT, CONFIANT POUR L'AVENIR

En 2020, Québecor Sports et divertissement a su démontrer sa capacité de résilience et sa solidité. Le Groupe a poursuivi ses activités avec la même détermination et une confiance certaine en l'avenir du spectacle et du divertissement. L'acquisition du réputé **Théâtre Capitoile** et de l'emblématique maison de disques **Audiogram** en témoignent assurément.

Fébriles, les Québécois ont hâte de revivre la frénésie d'un spectacle en direct, de voir les meilleurs athlètes au monde en action et de relever le défi personnel de participer à un événement sportif. Le Groupe Sports et divertissement de Québecor sera là pour les accueillir avec une offre incomparable et en toute sécurité le moment venu, s'engageant ainsi à demeurer un chef de file du divertissement au Québec.



Théâtre Capitoile

Deux acquisitions d'envergure pour Groupe Sports et divertissement

Poursuivant sa croissance, Québecor Sports et divertissement a fait l'acquisition de la salle de spectacle du Capitoile de Québec, le **Théâtre Capitoile**, en juin 2020. Cette transaction vise à permettre au Groupe de bonifier son offre de spectacles en devenant propriétaire de cette salle unique et centenaire. Elle s'inscrit dans la volonté de Québecor d'accroître ses actifs en lieux de diffusion afin de créer un écosystème diversifié pour les promoteurs et les artistes, mais surtout pour les amateurs de musique et de culture. Le Théâtre Capitoile s'ajoute donc au Centre Vidéotron ainsi qu'à la Baie de Beauport comme lieu de diffusion de nombreux spectacles et événements futurs à Québec, signés GesteV.

Puis, en février 2021, Québecor Sports et divertissement a annoncé l'acquisition d'**Audiogram**, une des maisons de disques francophones les plus réputées au Canada. Avec cette transaction, Groupe Sports et divertissement est engagé à continuer de soutenir le talent des artistes d'ici, d'investir dans la production de contenu musical diversifié et de faire découvrir de nouveaux artistes. Réitérant sa confiance envers l'industrie de la musique québécoise, le Groupe mettra tout en œuvre afin d'en assurer la diffusion et le rayonnement.



MUSIQUE

Grâce à ses activités de production d'albums, de vidéos et de spectacles ainsi que de distribution, le secteur Musique de Québec, composé de Disques Musicor, MP3 Disques, STE-4 et Musicor Spectacles, joue un rôle prépondérant 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.

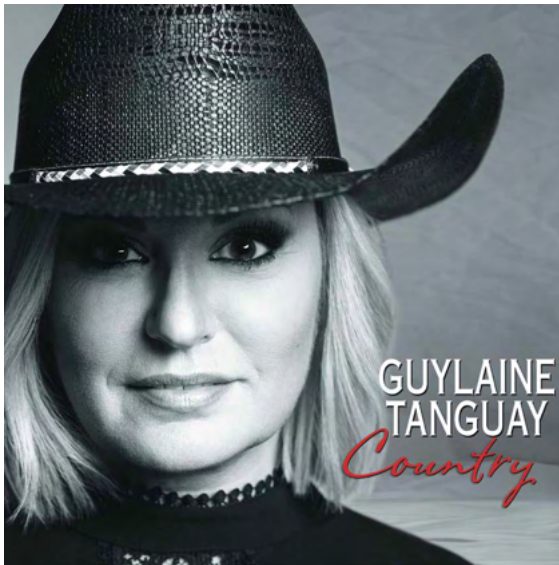
INNOVER EN CRÉANT DE NOUVELLES AVENUES DE MISE EN MARCHÉ

La pandémie ayant entraîné la fermeture des principaux lieux de vente de disques pendant plusieurs mois, le secteur Musique de Québec a redoublé d'efforts pour imaginer de nouvelles solutions de mise en marché et poursuivre son développement numérique, notamment grâce à la diffusion du catalogue de ses artistes sur les plateformes de diffusion en continu.

Actives durant cette période d'incertitude, les **maisons de disques de Québec** ont produit et mis en marché 14 albums aux formats physique et numérique, dont 7 exclusivement au format numérique, 1 EP numérique, 31 vidéoclips et 61 simples au format numérique.

Le secteur Musique a également renforcé ses liens et ses collaborations avec les autres filiales de Québecor, créant ainsi de nombreuses nouvelles initiatives. En voici quelques exemples.

- Création d'un service de libération de droits musicaux pour les filiales de Québecor.
- Production de contenus exclusifs pour les abonnées de QUB musique, avec les performances des directs de *La Voix* ainsi que des albums commentés, dont *La Voix chante* et *Noël à trois*, version commentée en compagnie de Mario Pelchat, Christian Marc Gendron et Manon Séguin.
- Production et commercialisation du vidéoclip de la chanson des auditions de *Star Académie 2021, Et c'est pas fini*, version 2020.
- Rayonnement des vidéoclips d'artistes du secteur Musique dans les segments *La musique fait du bien*, sur les ondes du réseau TVA.



LES DISQUES MUSICOR

En plein confinement, le dernier album de Guylaine Tanguay, *Guylaine Tanguay – Country*, a remporté un grand succès commercial dès sa mise en marché en mai 2020, et ce, même si les commerces non essentiels, dont les disquaires, étaient fermés. Le public de Guylaine Tanguay demeurant très attaché au format physique des albums, **Les Disques Musicor** se sont alliés à TVA Publications afin d'ensacher son dernier album dans une édition hors série du magazine *Échos Vedettes*. Une stratégie qui s'est avérée payante, comme en témoignent les quelque 14 000 exemplaires vendus dans les commerces essentiels, sur une période de trois mois. Lancé à nouveau en novembre 2020 dans les points de vente traditionnels, *Country* s'était écoulé à près de 19 000 exemplaires en date du 31 décembre 2020.

Éditions Musicor continue également de développer le créneau de la musique publicitaire, alors que les œuvres de son répertoire sont de plus en plus sollicitées pour mettre en musique des campagnes publicitaires, notamment à la télévision. Ce fut entre autres le cas pour les chansons *Nous autres* et *À tous les vents*, de 2Frères, *Le monde est à vous*, d'Alex Nevsky, ainsi que *Fuego*, de Sarahmée.

L'écoute en continu, une source de revenus en croissance

Le répertoire existant des artistes constitue la majeure partie des écoutes sur les plateformes de musique en continu. Le secteur Musique a donc travaillé à rendre disponible l'intégralité du catalogue de MP3 Disques en format numérique, en plus d'assurer la mise en marché de nouveautés.

Cette double stratégie, combinant la mise à disposition du catalogue et l'alimentation des boutiques en nouveautés, a permis au secteur Musique d'accroître la consommation de lecture en continu de ses produits de près de 42 % par rapport à l'an dernier, ce qui a généré une hausse de près de 47 % des revenus dans ce créneau.



MP3 DISQUES

Avec 2Frères comme fer de lance, **MP3 Disques** a brillé en 2020. Le dernier album du duo, *À tous les vents*, s'est hissé en deuxième position des 200 meilleures ventes de musique au Québec selon la firme Nielsen SoundScan, et ce, malgré la fermeture de nombreux détaillants durant les différentes phases de confinement. L'album figure également en 12^e position du Top 200 canadien.

2Frères cumule également 24,4 % de l'écoute en continu de l'ensemble du catalogue du secteur Musique de Québec, ce qui en fait les artistes n° 1 sur ce marché au sein de l'entreprise.

Le secteur Musique brille !

Le secteur Musique a récolté 12 nominations au dernier gala de l'ADISQ, dont « Maison de disques de l'année », pour Les Disques Musicor.

Les chansons *Alleys*, de Domeno, en collaboration avec Kaïn, ainsi que *Tout le monde*, de Corneille, coéditées par Éditions Musicor, ont récolté chacune un des prix Chansons populaires de la SOCAN.



STE-4

En 2020, **STE-4** a poursuivi son ascension en signant plusieurs nouveaux talents dans l'univers électro-urbain. Sydney, Kingdom Street et Félix Lemelin ont rejoint l'étiquette alternative aux côtés de Sarahmée. Ces artistes ont rayonné partout au Québec et même au-delà de nos frontières, jusqu'en France et en Asie. De plus, STE-4 a accueilli l'artiste Suzane, sacrée Révélation scène aux Victoires de la musique en France, et veillera à faire découvrir son univers et ses sonorités électros partout au Canada.

MUSICOR SPECTACLES

En 2020, 262 spectacles étaient prévus au calendrier alors que les artistes de **Musicor Spectacles**, tels que Lara Fabian, Marc Dupré, André-Philippe Gagnon, Mario Pelchat, Bruno Pelletier et 2Frères, entreprenaient des tournées majeures à l'échelle du Québec.

L'année a démarré en force, notamment avec les danseurs de **Révolution en tournée**, qui ont pris d'assaut le Théâtre Saint-Denis en février 2020, pour la première d'une série de 38 représentations présentées à guichets fermés. Avec 50 000 billets vendus, le spectacle a obtenu un immense succès commercial tout comme critique dès sa première médiatique.

Puis, en mars 2020, alors que le gouvernement du Québec annonçait l'arrêt des activités non essentielles et l'interdiction de rassemblements intérieurs de plus de 250 personnes, l'équipe de Musicor Spectacles s'est rapidement mobilisée afin de procéder au report de près de 150 représentations de spectacles. Il s'agissait de la première d'une série de reports et d'annulations qui s'est poursuivie tout au long de l'année 2020, représentant un défi logistique de taille.

Prête pour la relance

Loin de rester inactive pendant la pandémie, l'équipe de Musicor Spectacles a profité de 2020 pour consolider sa position de leader de l'industrie, en mettant sous contrat pour leurs prochaines tournées Roxane Bruneau et Ludovik Bourgeois de même que plusieurs autres artistes québécois.

Orientée vers l'avenir, Musicor Spectacles a également poursuivi sa stratégie de développement en concrétisant la réalisation de projets majeurs et porteurs pour sa croissance, notamment en ce qui a trait au créneau de la création de comédies musicales.





CONTRIBUER
VALORISER
MOBILISER

2020

RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE

CULTURE
ENVIRONNEMENT
ENTREPRENEURIAT
COMMUNAUTÉ
EMPLOYÉS
GOUVERNANCE

LA culture DU possible

QUÉBECOR

ENSEMBLE, CONTINUONS À BÂTIR UN QUÉBEC FIER ET PROSPÈRE

Depuis plus de 70 ans, Québecor contribue à la vitalité économique, culturelle et sociale du Québec en faisant équipe avec les visionnaires, les créateurs, les artisans et la relève d'ici. Portée par notre esprit entrepreneurial et un engagement philanthropique fort, notre contribution se concrétise à travers de nombreuses initiatives menées pour notre culture, les entrepreneurs d'ici, notre communauté, l'environnement ainsi que nos employés.

28,56 M\$

Valeur en **dons**
et **commandites**
en 2020.

+400

organismes
soutenus partout
au Québec.

1,46 %

Part du BAIIA ajusté
de Québecor consacrée
aux contributions en
dons et commandites.



©ANDRE LYRA

DEPUIS
PLUS DE 70 ANS,
NOUS CONTRIBUONS
À LA VITALITÉ DE
L'INDUSTRIE CULTURELLE
QUÉBÉCOISE.

CULTURE

LA CULTURE DU RAYONNEMENT

La culture québécoise fait partie intégrante de notre raison d'être. Que ce soit par le biais de nos activités économiques ou par notre engagement philanthropique, nous sommes déterminés à soutenir et faire rayonner le talent des artistes et des créateurs d'ici ainsi qu'à mettre en valeur la richesse de notre culture, de notre langue, de notre histoire et de notre patrimoine.

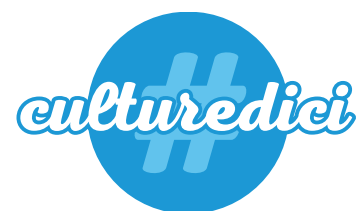
Depuis plus de 70 ans, nous contribuons activement à la vitalité de l'industrie culturelle québécoise. La crise à laquelle nous faisons face depuis le printemps 2020, tout comme le reste du monde, n'a fait qu'intensifier notre engagement et notre sentiment de responsabilité face à notre culture.

Notre mobilisation est essentielle afin de faire une différence pour tous les artistes, artisans, auteurs, compositeurs et interprètes, mais également pour tous ceux qui veillent à diffuser notre culture, à la faire rayonner, à l'exporter et à la faire vivre. Notre culture, c'est notre héritage, notre identité. À nous de la soutenir !

Culture d'ici, un mouvement pour la culture québécoise

Alors que le Québec relevait ses manches pour planifier la reprise économique après la première vague de la crise de la COVID-19, nous avons lancé, en avril 2020, le mouvement d'engagement **Culture d'ici**. Par cette initiative, nous souhaitons offrir un soutien et un rayonnement aux artistes et aux créateurs qui forgent notre culture et qui ont été grandement affectés par cette période sans précédent.

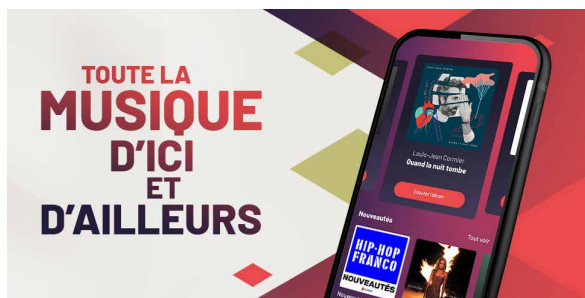
Près de 50 % de nos contributions en dons et commandites sont vouées au soutien, au développement et au rayonnement de la culture québécoise !



Des actions pour encourager la culture et les artistes d'ici

Les défis occasionnés par la crise nous ont poussés à être plus créatifs que jamais pour mettre en place de nouvelles façons de faire découvrir au public tout le talent, la diversité et la richesse de la culture québécoise. Nous avons mis à contribution l'ensemble des forces de notre grande famille en lançant une vaste campagne de sensibilisation sur toutes nos plateformes ainsi qu'en mettant sur pied une multitude d'offensives visant à offrir une visibilité sans pareille à la culture et aux artistes d'ici.

En plein cœur du premier confinement, en mai 2020, nous avons choisi de devancer le lancement de **QUB musique** afin de proposer aux Québécois une plateforme d'écoute en continu conçue et réalisée au Québec qui se distingue par la place de choix qu'elle offre aux artistes d'ici ainsi qu'à leur répertoire.



En plus d'avoir créé en quelques jours seulement l'émission **Ça va bien aller**, qui offrait aux Québécois des moments de divertissement rassembleurs en plein cœur de la crise, TVA a encore une fois accordé une place prépondérante aux **productions originales créées par des artisans québécois** en collaboration avec Québecor Contenu, pour sa programmation 2020-2021.



Vidéotron a créé sur Helix et illico une **vitrine spéciale « Culture d'ici »**, mettant de l'avant tous les contenus québécois disponibles sur les plateformes de vidéo sur demande, dont ceux de **Club illico** et du répertoire d'**Éléphant : mémoire du cinéma québécois**.

Vidéotron a également lancé, en collaboration avec **Éléphant : mémoire du cinéma québécois**, une série de **Rendez-vous hebdomadaires** proposant chaque semaine une vaste sélection de longs-métrages québécois tirés de la filmographie d'une personnalité de la semaine.



Les **maisons d'édition de Québecor**, en collaboration avec les librairies indépendantes du Québec, ont lancé une plateforme numérique et déployé une campagne média, **Des livres, ça se livre**, pour encourager l'achat local et soutenir les auteurs québécois.

Gestev et Musicor Spectacles ont orchestré la série de spectacles **TD musiparcs présentés par Vidéotron**, qui a permis la tenue de concerts en plein air, à une période où les événements culturels étaient quasi inexistantes, au plus grand bénéfice des artistes et des spectateurs québécois.





Festival en chanson de Petite-Vallée

©ALEXANDRE COTTON

Toujours présents pour nos partenaires

Profondément engagés envers le milieu culturel, durement touché par la crise de la COVID-19, nous n'avons pu faire autrement que d'être présents pour nos partenaires lors de cette période difficile. Alors que la majorité des événements culturels ont été annulés au printemps et à l'été 2020, nous avons maintenu nos engagements auprès de nos partenaires, signe de notre confiance et de notre reconnaissance envers ce qu'ils accomplissent pour notre culture.



Festival de musique émergente

©LOUIS ALBERT



Les Dames du Lac



PLUS DE 230 FILMS
QUÉBÉCOIS NUMÉRISÉS
ET RESTAURÉS
PAR ÉLÉPHANT
DEPUIS 2008 !

ÉLÉPHANT : MÉMOIRE DU CINÉMA QUÉBÉCOIS

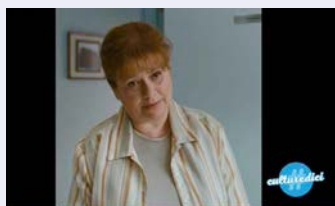
Afin de contribuer à la pérennité du patrimoine cinématographique québécois, nous avons créé en 2008 **Éléphant : mémoire du cinéma québécois**. Orchestré par une équipe d'experts et de passionnés de cinéma, Éléphant numérise, restaure et rend accessibles au grand public des films québécois qui ont marqué notre histoire et notre culture.

Depuis sa création, nous avons investi une valeur de plus de 39 M\$ dans Éléphant, notre plus grand projet philanthropique. Nous avons également fait le choix de reverser la totalité des revenus de la diffusion des films aux détenteurs des droits et aux créateurs du cinéma québécois, à l'exception d'un montant minime visant à couvrir une partie des frais d'exploitation de la plateforme d'Éléphant.

De plus, afin de maximiser la découvrabilité des œuvres du patrimoine cinématographique québécois auprès de toutes les générations, nous déployons des efforts visant à multiplier les initiatives auprès de nouveaux publics, notamment les jeunes étudiants du Québec de niveaux secondaire et collégial.

Une expertise reconnue dans le monde

Éléphant s'est rapidement imposé dans le monde comme l'un des acteurs importants de la restauration et de la diffusion de films de patrimoine. Des œuvres restaurées par Éléphant ont été sélectionnées dans des festivals internationaux prestigieux, dont ceux de Cannes, Lyon et New York. Les restaurations sont traitées par des artisans de MELS, qui détiennent une rare expertise en la matière.



Des films Éléphant projetés sur grand écran

Dans le cadre du Festival du nouveau cinéma (FNC), en octobre 2020, nous avons mis sur pied les **Rendez-vous #Cinéma'd'ici présentés par Éléphant**, visant à faire découvrir ou redécouvrir des œuvres cultes de notre répertoire. Ainsi, à l'occasion du 50^e anniversaire de la crise d'Octobre, **Octobre**, de Pierre Falardeau, et **Les Ordres**, de Michel Brault, ont été présentés gratuitement dans leur version numérisée et restaurée par Éléphant.

De plus, afin d'offrir un accès privilégié aux coulisses du cinéma québécois, nous avons présenté, dans le cadre du FNC et du Festival de cinéma de la ville de Québec, une série d'entrevues exclusives réalisées par l'équipe d'Éléphant avec plusieurs grands artisans du cinéma québécois.

« Avant leur restauration et leur numérisation, plusieurs œuvres étaient pratiquement impossibles à visionner. Grâce au travail d'Éléphant, nous pouvons maintenant les revoir en tout temps et, surtout, les faire découvrir aux nouvelles générations ! »

– Pierre Karl Péladeau, président et chef de la direction de Québecor.

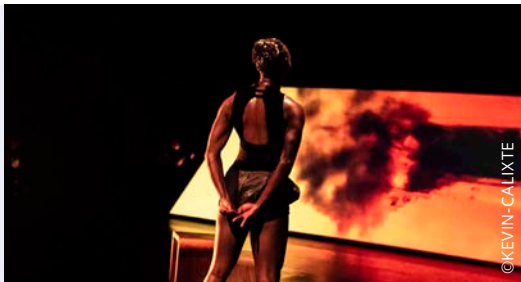
UN SOUTIEN CONCRET AUX CRÉATEURS D'ICI

Afin de pouvoir générer un impact concret dans le milieu de la création, nous remettons chaque année plusieurs bourses et prix à des acteurs de la culture québécoise, qu'ils soient vétérans, émergents ou issus de la relève.



©MARILOU CRIPSIN

Depuis 2016, nous participons au programme de **Parrainage d'Ateliers d'Artistes de la Fonderie Darling**, afin de permettre à un artiste en résidence de se consacrer de façon plus soutenue à son métier. En 2020, nous avons parrainé Marion Lessard.



©KEVIN-CALIXTE

Nous contribuons, depuis sa création, aux **Prix de la danse de Montréal**, en remettant en collaboration avec la Ville de Montréal une bourse de 25 000 \$ visant à souligner la contribution exceptionnelle d'un créateur du milieu de la danse. En 2020, la chorégraphe et danseuse Rhodnie Désir a reçu les honneurs.



Depuis près de 15 ans, nous appuyons les auteurs-compositeurs de musique instrumentale en remettant le **prix André-Gagnon**, accompagné d'une bourse de 10 000 \$, lors du gala de la **Fondation de la Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec**. En 2020, le prix a été remis au saxophoniste Yannick Rieu.



©ADRIAN MORILLO

Le prix **Robert-Cliche du premier roman**, que nous remettons depuis 10 ans, nous permet de soutenir un auteur émergent en lui offrant une bourse de 10 000 \$ ainsi qu'en publiant son premier manuscrit chez VLB éditeur, une maison d'édition de Québec. Alexandre Michaud en a été le lauréat en 2020 pour son roman *Francis*.



En remettant depuis 15 ans le **Grand Prix Québecor du Festival international de la poésie de Trois-Rivières**, accompagné d'une bourse de 10 000 \$, nous soutenons et encourageons le travail des créateurs qui font briller notre langue. Les auteurs Martine Audet et Jean-Philippe Gagnon en ont été tous deux lauréats en 2020.



©NORMAND HUBERDEAU

Pour souligner son apport à la vitalité artistique montréalaise, nous avons remis une bourse de 5 000 \$ à Alchimies, Créations et Cultures, un organisme qui fait la promotion de la diversité culturelle du monde arabe, dans le cadre du 35^e **Grand Prix du Conseil des arts de Montréal**.



©MAXIME CÔTÉ

En tant que partenaire de la **Fondation du Centre des auteurs dramatiques**, nous remettons le **prix Gratién-Gélinas**, comprenant une bourse destinée à un dramaturge de la relève ainsi qu'un montant remis à la compagnie de théâtre qui portera le texte à la scène. En 2020, le prix a été remis à l'auteure Caroline Bélisle pour son texte *Les remugles*.



©ROXANE PAQUET PHOTOGRAPHE

NOTRE ENGAGEMENT ENVERS L'ENVIRONNEMENT

ENVIRONNEMENT

LA CULTURE DE LA RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

Nous participons à la lutte contre les changements climatiques et à la transition énergétique du Québec, notamment grâce à notre plan d'électrification des transports, et réduisons notre impact environnemental au quotidien, pour une économie et un avenir durables.



- **Participer à la lutte contre les changements climatiques** en réduisant les émissions de gaz à effet de serre générées par notre parc de véhicules et notre parc immobilier.
- **Gérer proactivement les risques environnementaux** et assurer la conformité légale de nos activités.
- **Préserver les ressources naturelles** en collaborant avec les communautés et nos fournisseurs.
- **Récupérer, recycler et valoriser les matières résiduelles** en misant sur la gestion des produits électroniques en fin de vie.



GESTION DE L'ÉNERGIE

L'électrification des transports comme moteur d'innovation

Pour lutter contre les changements climatiques et participer à la transition énergétique du Québec vers une économie durable, nous avons lancé en janvier 2020 un plan d'action visant à accélérer l'électrification de notre parc de véhicules.

Un plan ambitieux, trois axes moteurs :

1. Réévaluation constante de la taille de notre parc.
2. Acquisition de nouveaux véhicules électriques ou hybrides pour remplacer ceux à essence en fin de vie.
3. Électrification de nos camions légers grâce à des technologies propres et novatrices.

Un processus de conversion unique

Pour pouvoir procéder à l'électrification de nos camions légers, nous avons fait preuve d'ingénierie. Puisque le marché ne permettait pas d'acheter cette catégorie de véhicules en version électrique, nous avons pris les devants en transformant des camions à essence en camions électriques, grâce à une technologie unique et entièrement québécoise.

Ainsi, au lieu de nous départir d'un camion après huit ans, nous remplaçons son moteur à essence par un moteur électrique et nous le remettons sur la route pour quatre autres années. Ce même moteur électrique pourra ensuite être installé dans un autre camion et bénéficier d'une seconde vie.

Concrètement, nous augmentons la durée de vie utile de ces camions de 50 % !

Avec un parc 100 % électrique, Québecor diminuera ses émissions de gaz à effet de serre de plus de 50 %, ce qui représente 85 000 trajets Montréal-Toronto en avion pour un passager !

En date du 31 décembre 2020, le parc de véhicules de Québecor et de ses filiales comptait :

- 48 véhicules 100 % électriques, hybrides ou convertis;
- 105 bornes de recharge.



Des impacts concrets grâce à l'électrification !

- Augmentation de la durée de vie utile de nos camions légers.
- Diminution de l'impact environnemental lié à la production de véhicules neufs.
- Valorisation d'une des plus grandes richesses naturelles du Québec : l'hydroélectricité, une énergie propre et renouvelable.
- Diminution de la pollution atmosphérique locale.
- Soutien au savoir-faire québécois.

Un des plus importants parcs de recharge privés au Canada

Représentant la plus grande portion du parc de transports de Québecor, **Vidéotron** a fait preuve d'un grand leadership en 2020 pour soutenir l'accélération de l'électrification de ses véhicules. Grâce à sa participation à un projet pilote du gouvernement du Québec, Vidéotron a procédé à la mise en place **d'un des plus importants parcs de recharge privés au Canada**, sur son site situé au 4545, rue Frontenac, à Montréal. Le projet consiste en l'ajout de 42 bornes de recharge de niveau 2 et d'une borne à recharge rapide soutenues par une imposante infrastructure électrique, ce qui permettra d'électrifier entièrement le parc de véhicules de Vidéotron rattachés à son dépôt de la rue Frontenac.

Des partenariats pour propulser la mobilité durable

Afin d'intensifier notre engagement envers la mobilité durable, nous avons conclu plusieurs nouveaux partenariats porteurs et des ententes dans le domaine des transports électriques en 2020.

- Grand partenaire de **Propulsion Québec**, la grappe des transports électriques et intelligents.
- Signataire de **EV100**, une initiative internationale lancée par le Climate Group, dont la mission est d'accélérer l'adoption de véhicules électriques au sein des entreprises à travers le monde, d'ici 2030.
- Membre de **Mobilité électrique Canada**, une association nationale à but non lucratif dont le mandat est d'accélérer l'électrification des transports au Canada.



VIDÉOTRON A PROCÉDÉ
À LA MISE EN PLACE D'UN
DES PLUS IMPORTANTS
PARCS DE RECHARGE
PRIVÉS AU CANADA.

Un programme de compensation des émissions de GES

En 2020, nous avons compensé les émissions de GES de nos deux véhicules aériens par l'entremise de la bourse **Carbone Scol'Ère de la COOP FA**, un programme éducatif visant à encourager les élèves du primaire et leurs familles à adopter de nouvelles habitudes respectueuses de l'environnement.

Nous avons également compensé 958,22 tonnes additionnelles de CO₂ eq par l'entremise de la bourse **Carbone Scol'Ère**.

Des gestes pour une meilleure efficacité énergétique

Nous avons poursuivi, en 2020, l'instauration de mesures permettant d'améliorer l'efficacité énergétique de nos activités. En voici quelques exemples.

- Engagement de Vidéotron, qui est devenue signataire de **l'Accord volontaire canadien d'efficacité pour les petits équipements de réseau**, à ce que 90 % de ses nouveaux modems, routeurs et autre matériel respectent des cibles rigoureuses d'efficacité énergétique.
- Normalisation dans nos appels d'offres des systèmes de réfrigération au dioxyde de carbone, plus efficaces et moins polluants, pour 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.



LE TOIT DU SIÈGE SOCIAL
DE QUÉBECOR EST L'UN
DES PLUS HAUTS ET
VASTES TOITS VERTS
DU QUÉBEC !

PRÉSERVER LA BIODIVERSITÉ

Au cours des dernières années, nous avons veillé au verdissement de plusieurs de nos espaces de travail en mettant en place de nouvelles initiatives, comme la création de **potagers urbains** pour nos employés et la **plantation d'arbres sur nos différents sites**.

En 2020, **Groupe TVA** a notamment poursuivi son projet de potager urbain sur le toit de l'édifice de son siège social, au centre-ville de Montréal. En plus de présenter de nombreux avantages pour le bâtiment, cette initiative d'agriculture urbaine permet aussi d'accroître la biodiversité dans un secteur densément peuplé de la ville, de soutenir les insectes pollinisateurs et d'atténuer les effets des îlots de chaleur. Les récoltes du toit vert ont été utilisées principalement à la cafétéria de l'établissement pour créer des repas nutritifs pour les employés.

Depuis 2017, nous sommes également un partenaire majeur de la campagne **Un arbre pour mon quartier**, lancée par le Regroupement des écoquartiers et de la Société de verdissement du Montréal métropolitain. Grâce à cette initiative, nous avons contribué à planter près de 4 400 arbres à Montréal, ce qui a permis d'améliorer la qualité de l'air, de créer des îlots de fraîcheur et de participer à la lutte contre les changements climatiques.



© LE JOURNAL DE MONTRÉAL

GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

On recycle

Depuis 2012, **Vidéotron**, par le biais de son programme **On recycle**, invite les consommateurs à retourner leurs appareils électroniques défectueux dans ses points de vente. L'objectif : contribuer à réduire le volume de déchets destinés aux sites d'enfouissement en misant sur la réduction, le réemploi, le recyclage et la valorisation des matières résiduelles. 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.

APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

Afin d'améliorer continuellement nos processus en matière d'approvisionnement responsable, nous continuons de miser sur des actions concrètes, et ce, à travers l'ensemble de nos filiales. En voici quelques exemples.

- Impression des magazines de TVA Publications sur du papier certifié FSC®.
- Intégration d'un code de conduite des fournisseurs dans les contrats de Vidéotron et de Québecor.
- Intégration de critères environnementaux dans la conception de l'emballage de produits offerts par Vidéotron, tel que les boîtes des équipements Helix, faites au Québec à partir de matières recyclées.
- Participation de Vidéotron à l'Espace québécois de concertation sur les pratiques d'approvisionnement responsable (ECPAR).
- Identification des achats de Vidéotron à fort volume et fort impact environnemental et social afin de prioriser nos actions en matière d'approvisionnement responsable.

**EN PRÈS DE 9 ANS,
VIDÉOTRON A COLLECTÉ
PLUS DE 9,9 MILLIONS DE
PRODUITS ET ACCESSOIRES
ÉLECTRONIQUES À DES
FINS DE RÉEMPLOI ET
DE RECYCLAGE.**

VIDÉOTRON

**DONNEZ-LEUR LA
DEUXIÈME VIE QU'ILS
MÉRITENT**

**ON
RECYCLE**

DÉCOUVREZ COMMENT



LES BOURSES
PERMETTENT DEPUIS
PLUS DE 20 ANS À DE
JEUNES ÉTUDIANTS
DE CONCRÉTISER
LEURS PROJETS
D'AFFAIRES.

ENTREPRENEURIAT

LA CULTURE DE L'AUDACE

Animés par nos racines entrepreneuriales, nous soutenons la relève et contribuons activement à la création et à l'essor d'entreprises proposant des solutions et des modèles d'affaires novateurs et durables qui façonneront le Québec de demain.

LES BOURSES PIERRE-PÉLADÉAU : PLUS DE 20 ANS DE TRADITION

Les **Bourses Pierre-Péladeau** sont un parfait exemple de notre engagement envers la relève entrepreneuriale. Créées en l'honneur du grand bâtisseur qu'a été notre fondateur, Pierre Péladeau, les Bourses permettent depuis plus de 20 ans à de jeunes étudiants de concrétiser leurs projets d'affaires.

Grâce au soutien financier remis chaque année totalisant un montant de 200 000 \$, nous soutenons le démarrage et le développement de nouvelles entreprises québécoises proposant des solutions et des modèles d'affaires novateurs et durables. Souvent axées sur des technologies qui améliorent notre qualité de vie et qui ont un impact positif sur notre environnement, ces *startups* sont essentielles à la diversification de notre économie ainsi qu'à la croissance et la vitalité du Québec pour les années à venir.

Un soutien aux entrepreneurs de la relève, même en temps de crise

Demeurant convaincus de la nécessité d'encourager les entreprises d'ici et l'achat local, surtout en pleine crise, nous avons maintenu la remise des Bourses Pierre-Péladeau en 2020. En des temps pareils, il était d'autant plus important pour nous de saluer la ténacité de jeunes entrepreneurs qui auront assurément un rôle à jouer dans la relance économique du Québec.

Bourse de 100 000 \$

Boomerang

Basile Thisse, Mathieu Gauthier, Alexis Galand et Tanguy Conrad, de Polytechnique Montréal et HEC Montréal, ont créé un projet de lutte contre le gaspillage alimentaire en collectant et transformant en farine les résidus de brassage des microbrasseries qui sont normalement jetés ou compostés, mais qui regorgent de propriétés nutritives non exploitées pour la consommation humaine.

Bourse de 50 000 \$

Eyful

Michael Perreault et Sami Maarabouni, de l'École de technologie supérieure, ont développé des lunettes qui améliorent la vision des personnes malvoyantes affectées par la dégénérescence maculaire liée à l'âge.

Bourse de 35 000 \$

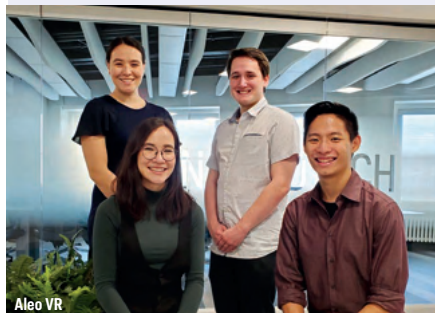
Aleo VR

Caroline Bazinet, Catherine Bazinet, Alexis Maher et Charles Tétréault, de Polytechnique Montréal et de l'Université du Québec à Montréal, ont développé un outil pédagogique sous forme d'expérience de réalité virtuelle visant à favoriser le développement des enfants d'âge scolaire présentant un trouble d'apprentissage.

Bourse de 15 000 \$

Évéa

Eva Roux et Eve Eilles, de HEC Montréal, ont mis sur pied une entreprise qui se base sur le principe d'économie circulaire et de partage pour offrir un service de location de vêtements de seconde main pour les bébés et les jeunes enfants.



Un programme de bourses bonifié !

Afin de réitérer et d'intensifier notre engagement envers la relève entrepreneuriale québécoise, nous avons choisi, à l'occasion du 20^e anniversaire des Bourses Pierre-Péladeau en 2018, de bonifier notre programme en doublant les sommes habituellement remises aux lauréats. Celles-ci totalisent dorénavant un montant de 200 000 \$. Nous avons également ajouté une 4^e bourse au programme.

Depuis 1999

+60

entreprises ont été créées au Québec grâce au soutien des Bourses Pierre-Péladeau.

2,3 M\$

ont été remis à de jeunes entrepreneurs par Québecor.



Sur un 10 cents : les coulisses de l'entrepreneuriat

Afin d'offrir un rayonnement supplémentaire aux entrepreneurs d'ici, nous avons lancé, en collaboration avec QUB radio et le 24 heures, la série balado **Sur un 10 cents** au printemps 2021. Avec cette nouvelle série, nous mettons en lumière l'audace et la créativité d'entrepreneurs québécois ayant bénéficié du soutien des Bourses Pierre-Péladeau. En plus de saluer la résilience dont ils ont su faire preuve à travers leur parcours, nous souhaitons que ce partage d'expérience inspire d'autres entrepreneurs à oser développer leur plein potentiel et leur fibre entrepreneuriale.

SUR LE TERRAIN POUR STIMULER L'ÉCOSYSTÈME ENTREPRENEURIAL LOCAL

En plus de mener notre propre programme de soutien envers la relève entrepreneuriale, nous joignons également nos forces à celles de plusieurs organismes sur le terrain afin d'accroître le rayonnement des entrepreneurs d'ici.

En tant que partenaire principal d'**Expo Entrepreneurs** depuis trois ans, nous avons initié, dans le cadre de l'édition 2020, une série d'ateliers animés par des experts d'innovation de notre grande famille, dont Vidéotron, Fibretoire, Fizz, NumériQ, QUB radio et le *Journal de Montréal*. Abordant des thèmes comme la création de marques numériques, le mentorat et l'intelligence artificielle, ces ateliers favorisent le partage des connaissances, les discussions ouvertes et le réseautage.

De plus, nous nous engageons également auprès de la communauté entrepreneuriale dans le cadre du **Startupfest**, le plus grand rassemblement destiné aux *startups* au Canada, auquel nous collaborons à titre de partenaire présentateur depuis près d'une décennie.



Expo Entrepreneurs 2020



Expo Entrepreneurs 2020

Culture d'ici : des actions pour les entrepreneurs !

Notre engagement envers la **culture entrepreneuriale québécoise** s'est également trouvé au cœur de notre mouvement **Culture d'ici**. Grâce au soutien de nos filiales, nous avons mis sur pied plusieurs offensives afin de saluer le talent des entrepreneurs québécois et d'encourager la consommation locale. QUB radio et Porte-Monnaie ont notamment uni leurs forces en lançant la campagne **Achetons local au Québec**, alors que nos médias ont créé un espace d'environnements publicitaires multiplateformes spécialement dédiés aux entreprises locales, dans le but de les soutenir dans cette période plus difficile.



1 000 000 de km ensemble - Grand défi Pierre Lavoie

©JEAN-PIERRE ROBERT

NOUS SOUTENONS
PLUS DE
400 ORGANISMES
PARTOUT AU QUÉBEC.

COMMUNAUTÉ

LA CULTURE D'ENGAGEMENT

S'investir dans notre communauté, c'est pour nous participer activement à l'effort collectif pour une population active et en santé, une jeunesse épanouie et diplômée ainsi qu'une société inclusive, égalitaire et solidaire envers les plus démunis.

BÂTIR UNE SOCIÉTÉ EN SANTÉ ET SOLIDAIRE

En plus de participer activement au développement économique, social et culturel du Québec, nous avons à cœur de nous impliquer au sein de notre communauté en soutenant plus de 400 organismes partout au Québec.

En 2020, l'engagement des entreprises s'est trouvé à être plus fondamental que jamais. Comme toujours, nous avons tenu à être présents pour notre communauté en plaçant la solidarité au cœur de nos actions.

En avril 2020, pour lutter contre l'insécurité alimentaire en plein cœur de la crise, nous avons offert notre soutien, en collaboration avec la Fondation Chopin-Péladeau, aux **Banques alimentaires du Québec** en contribuant à l'initiative des **Cuisines Solidaires de la Tablee des Chefs**. De plus, afin de participer à l'objectif de produire plus de 1,6 million de repas, Groupe TVA s'est joint au mouvement en mettant à leur disposition son espace événementiel Dock619 ainsi que son équipe de cuisiniers.



Cuisines Solidaires

©JOËL LEMAY



«LORSQU'ON A REÇU BEAUCOUP,
IL FAUT DONNER BEAUCOUP»

- PIERRE PÉLADEAU



Parallèlement, en tant que grand partenaire de la **Fondation du CHUM**, nous avons remis 150 appareils mobiles Vidéotron aux professionnels de la santé du centre hospitalier dans le but de leur permettre de prendre contact avec leurs patients, tout en minimisant les risques de contagion.

De plus, Vidéotron, en collaboration avec le gouvernement du Québec, a fourni 1 000 téléphones intelligents assortis de forfaits illimités dans les **Centres pour jeunes en difficulté** ainsi que dans les **CHSLD** afin de contribuer à lutter contre l'isolement.

Puis, en mai 2020, TVA a collaboré à la création, à la production et à la diffusion de l'événement télévisuel **Une chance qu'on s'a**, en collaboration avec Télé-Québec et le gouvernement du Québec. Nous avons ainsi contribué à remettre **2 M\$ aux organismes SOS violence conjugale ainsi qu'aux Petits Frères**, qui a pour mission de contrer l'isolement des aînés.



PARTENAIRE D'ACTION POUR FAIRE BOUGER LE QUÉBEC, MÊME EN TEMPS DE CRISE

Alors que l'activité physique s'est avérée plus essentielle que jamais pour rester en santé, notamment pendant les périodes de confinement en 2020, nous avons poursuivi notre engagement à titre de **partenaire d'action du Grand défi Pierre Lavoie** pour encourager les Québécois à continuer de bouger et à adopter de saines habitudes de vie.

Nous avons notamment été un amplificateur de l'événement **1 000 000 de km ensemble**, en juin 2020, qui a réuni près de 70 000 participants ayant parcouru « ensemble » 2 057 136 km ! Nous y avons participé en équipe, avec notre président et chef de la direction, Pierre Karl Péladeau, nos employés et leurs familles ainsi que plusieurs talents et personnalités de la grande famille Québecor partout au Québec. Ce fut également le cas pour **La Grande marche**, qui a réuni plus de 150 000 personnes en octobre 2020.

Des partenariats pour célébrer la diversité et favoriser l'inclusion

Souhaitant contribuer à l'avancement de notre société afin qu'elle soit plus inclusive et égalitaire, nous collaborons avec plusieurs organismes qui se dévouent au rayonnement et à l'inclusion de groupes faisant partie de la diversité, qu'elle soit culturelle, de genre, physique ou intellectuelle.



Québecor est partenaire, depuis 2017, des Muses : centre des arts de la scène, une école unique offrant une formation artistique professionnelle à des personnes vivant avec un handicap.



Fière de contribuer au rayonnement de la culture d'ici et d'ailleurs, Québecor collabore au Festival international de cinéma Vues d'Afrique à titre de grand partenaire depuis 2016.



Québecor offre un soutien à la Fondation Émergence afin de lutter contre l'homophobie et la transphobie.



Depuis 2014, Québecor appuie la Fondation Les petits trésors dans sa mission entièrement dédiée à la santé mentale des enfants et des adolescents au Québec.





CHAQUE JOUR,
NOS QUELQUE
10 000 EMPLOYÉS
SE DÉMARQUENT PAR
LEUR CRÉATIVITÉ ET
LEUR INNOVATION.

EMPLOYÉS

LA CULTURE DU DÉPASSEMENT

Offrir une expérience de travail stimulante chez Québecor, c'est permettre à nos employés de participer concrètement à des projets d'envergure créés pour les Québécois. C'est proposer un milieu équilibré, ouvert et inclusif. C'est valoriser l'union des forces et des idées de chacun. C'est la possibilité de donner le meilleur de soi-même pour atteindre de nouveaux sommets et s'épanouir pleinement au sein de la grande famille.

Chaque jour, les quelque 10 000 employés qui œuvrent au sein de l'ensemble de nos filiales 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.

10 454 collaborateurs.

48 % sont issus de la génération des **millénariaux**.

44 % des employés travaillent au sein de l'entreprise depuis **5 à 15 ans***.

+10 000 heures de formation et de conférences données aux employés et aux gestionnaires par le biais du Campus Québecor.

*En combinant les moyennes d'ancienneté de 5-10 ans et 10-15 ans à travers l'ensemble des filiales.

SOUTENIR ET MOBILISER NOS TALENTS

Dès le printemps 2020, nous avons tout mis en œuvre pour offrir un important soutien à nos employés afin de les aider à faire face aux défis occasionnés par la crise de la COVID-19. Nous avons ainsi rapidement mis en place différentes mesures et différents programmes visant à assurer la protection de nos équipes ainsi qu'à soutenir et outiller ces dernières de manière à ce qu'elles soient capables d'affronter les défis de notre nouvelle réalité.

Des mesures d'accompagnement et d'aide aux employés

En mars 2020, l'arrêt des activités commerciales jugées non essentielles par le gouvernement du Québec a entraîné un ralentissement de l'économie pour plusieurs partenaires d'affaires de Québecor, ce qui a causé une diminution importante des activités dans certaines de nos filiales. Nous avons donc dû procéder avec regret à la mise à pied temporaire de 10 % de nos employés, ce qui représente environ 1 000 personnes.

En guise de loyauté et de soutien, nous avons d'abord constitué un **Fonds d'urgence de 500 000 \$** pour apporter une aide financière immédiate aux employés, collaborateurs et pigistes de Groupe Sports et divertissement, qui ont été les premiers affectés par la crise. Également, afin d'apporter une sécurité accrue à l'ensemble des employés touchés dans tous nos secteurs, nous avons mis en place des **mesures d'aide assurant aux employés des revenus pouvant aller jusqu'à 95 % des salaires** dans certains cas.

BULLETIN DES EMPLOYÉS
Semaine du 6 avril 2020

QUÉBECOR

ÇA VA bien aller

Malgré la distance, restons connectés et unis en partageant nos bons coups, nos coups de cœur culturels et nos meilleurs conseils pour demeurer en forme, et surtout, en santé!

洗
手
場

NOS BONS COUPS



Vidéotron réussit tout un tour de force grâce à sa SWAT TEAM COVID!

Montréal, le 19 mars – Les équipes de Vidéotron Affaires ont branché le plus grand centre de dépistage de la COVID-19 au Québec! Nécessitant habituellement des travaux de 2 à 3 semaines effectués par plusieurs secteurs, elles ont réussi l'exploit en seulement quelques heures, mais non pas sans quelques rebondissements! L'histoire vous intrigue?

[Lire la suite »](#)

LE JOURNAL DES EMPLOYÉS
SEMAINE DU 1^{ER} SEPTEMBRE 2020

QUÉBECOR

LE 14 HEURES

C'est un rendez-vous à 14 heures toutes les deux semaines pour ne rien manquer de vos dernières nouvelles!

EN MANCHETTE



Bell vs TVA Sports : le CRTC donne encore raison à TVA

En août dernier, le CRTC a donné pour une deuxième fois raison à Groupe TVA en ordonnant au géant Bell d'offrir à ses abonnés la chaîne TVA Sports dans son forfait télé le plus populaire, comme elle le fait pour RDS, ou de retirer RDS de ce forfait. Depuis près de deux ans, plusieurs équipes de l'entreprise sont impliquées dans ce dossier afin que Bell se conforme aux règles de l'industrie et cesse de favoriser sa propre chaîne au détriment de TVA Sports et des téléspectateurs.

Parallèlement, Groupe TVA a entamé des procédures devant la Cour supérieure du Québec afin d'être indemnisé de dizaines de millions de dollars pour les préjudices causés par Bell. Dossier à suivre...

Un tout nouveau journal d'employés pour rester connectés!

Afin de rester connectés et unis malgré la distance, nous avons mis sur pied, en avril 2020, le bulletin *Ça va bien aller*. Envoyé aux 10 000 employés de Québecor chaque semaine, ce bulletin nous a permis, tout au long de la crise, de partager nos bons coups, nos coups de cœur culturels ainsi que nos meilleurs conseils pour rester en forme et en santé. Face à son grand succès auprès des employés, le bulletin *Ça va bien aller* a été transformé en outil de communication permanent, *Le Journal 14 heures*.



Une offre de formation bonifiée en fonction de la nouvelle réalité

Depuis mars 2020, tous les employés de Québecor sont en télétravail, à l'exception des équipes nécessaires au déploiement des services essentiels que sont notamment les télécommunications et les médias d'information.

Afin d'outiller nos employés et nos gestionnaires, nous avons bonifié l'offre de notre programme de formation et de développement **Campus Québecor**. Afin de nous adapter à notre nouvelle réalité, nous avons misé sur des formats virtuels de formation, l'intégration de nouvelles thématiques pertinentes, comme le développement de compétences de gestion d'équipes en contexte de télétravail, et les opportunités de connexion entre pairs malgré la distance.

Parallèlement, afin de continuer à soutenir le développement professionnel de nos employés, nous avons mis en place de nouvelles formations autour de sujets prioritaires pour Québecor, tels que l'éthique, la gouvernance et la sécurité de l'information, et ce, pour tous les niveaux hiérarchiques et toutes les filiales de l'entreprise.

Préparer le retour au bureau, repenser les façons de faire

Afin d'encadrer convenablement la pratique du travail à distance, qui a été de mise pour la majeure partie de l'année 2020, nous avons créé et communiqué à nos employés une **politique et un guide pratique de télétravail**. De plus, afin de nous préparer pour un éventuel retour au bureau le temps venu, nous avons entrepris une réflexion autour d'un projet de réaménagement des espaces collaboratifs afin de nous adapter à la nouvelle réalité et nous positionner favorablement pour l'avenir.





Femmes d'exception

LE RESPECT, LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION AU CŒUR DES PRIORITÉS

Chez Québecor, nous sommes engagés à créer un milieu de travail inclusif, respectueux, équitable et accessible à tous. Chaque talent a la chance de faire valoir ses compétences et ses forces au sein de notre entreprise, indépendamment de son genre, de sa culture, de sa religion, de son handicap ou de son orientation sexuelle. En 2020, nous avons poursuivi nos initiatives en matière de diversité et d'inclusion.

Partenaires d'un programme d'encadrement en milieu de travail

Depuis janvier 2019, nous participons, grâce à un partenariat avec la **Fondation Les Petits Rois**, 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.

Femmes d'exception, une conférence inspirante

Dans le cadre de l'initiative **Femmes d'exception**, lancée par Québecor en 2019, nous avons offert aux employés de l'ensemble des filiales une conférence exclusive avec deux femmes au leadership inspirant et assumé : France Lauzière, présidente et chef de la direction de Groupe TVA, et Sylvie Lalande, vice-présidente du conseil et administrateur en chef de Québecor. Animée par Marie-Claude Barrette, cette conférence a poursuivi un objectif d'une grande importance pour notre entreprise : inspirer et faire briller le leadership au féminin !



Femmes d'exception

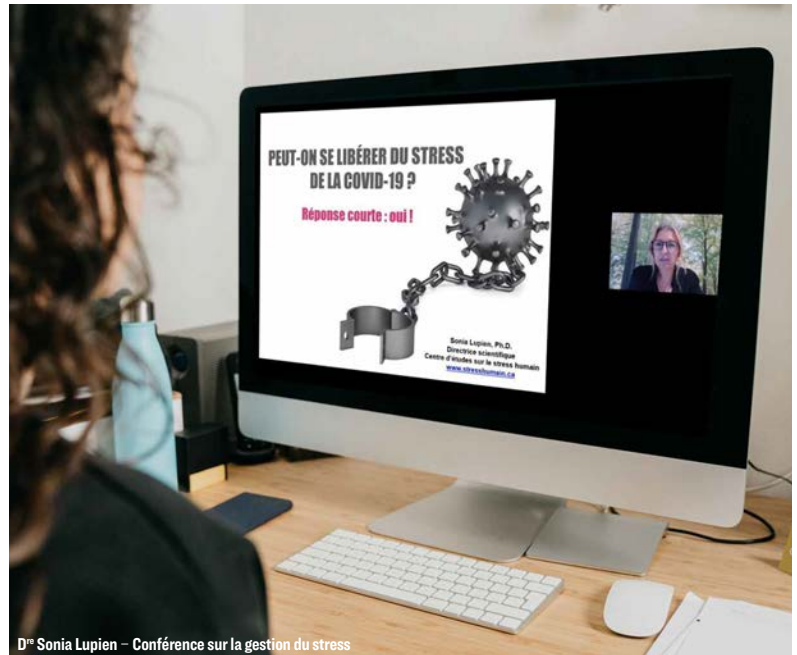
Représentation féminine au sein de Québecor et de ses filiales

	Femmes	Femmes occupant un poste de gestion	Femmes dans les comités de direction
Québecor	63 %	45 %	37 %
Groupe TVA	49 %	54 %	33 %
Groupe Sports et divertissement	41 %	55 %	29 %
Vidéotron	30 %	29 %	20 %
Secteurs Livres, Journaux et Numérique	48 %	60 %	47 %

SANTÉ, SÉCURITÉ ET MIEUX-ÊTRE AU TRAVAIL

Lancement du Programme santé et mieux-être

Souhaitant axer encore davantage notre offre de soutien sur les volets psychologique, financier, social et physique, nous avons lancé, en janvier 2021, notre **Programme santé et mieux-être** en proposant encore plus d'initiatives et d'outils pratiques aux employés. Offert à l'ensemble des filiales, ce programme comprend notamment un éventail complet de ressources professionnelles et d'outils d'aide pour les employés et leurs familles. De plus, le Programme santé et mieux-être propose un vaste choix d'activités telles que des webinaires en santé psychologique, des formations sur l'ergonomie en télétravail, des ateliers pour une alimentation saine, des conseils pratiques liés aux finances, des cours d'activité physique en ligne et des capsules sur l'équilibre travail-famille.



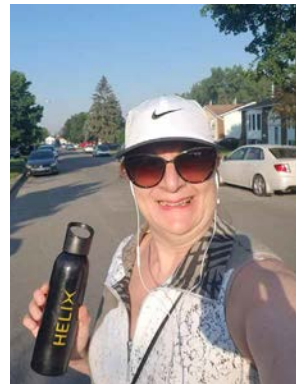
D^{re} Sonia Lupien – Conférence sur la gestion du stress



Pierre Lavoie – Conférence portant sur la résilience



**DES EMPLOYÉS EN ACTION
SUR LE TERRAIN!**



GOVERNANCE

Pour Québecor, une bonne gouvernance est essentielle pour assurer la prospérité de l'entreprise ainsi que pour construire une culture organisationnelle efficace et intégrée 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 de gestion des risques 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 révisions 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. Même si la Société a tenu des assemblées virtuelles en 2020 et en 2021, elle s'est assurée que les actionnaires puissent transmettre leurs questions à l'avance ou lors de l'assemblée.

DIVERSITÉ FÉMININE

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 été adoptée en 2018. Cette cible a été atteinte à 44 % en 2019 et maintenue en 2020. Plusieurs femmes occupent actuellement des postes de direction au sein de la Société et de ses filiales et, dans le cadre du processus de planification de la relève, tant la direction que le conseil s'assurent que les femmes constituent une forte relève. Au 31 décembre 2020, 40 % des comités de direction au sein de la Société et de ses filiales étaient composés de femmes.

ORIENTATION ET FORMATION CONTINUE

Les membres de la direction font régulièrement des présentations au conseil d'administration sur les principaux secteurs d'activité de Québecor et sur les grandes tendances anticipées pour ses principales activités. Les administrateurs participent aux journées stratégiques du conseil, où les grandes orientations ainsi que les plans stratégiques de Québecor et de ses filiales sont présentés et approuvés.

GESTION DES RISQUES

Le comité d'audit et de gestion des risques passe en revue les principaux risques identifiés par la direction et examine l'efficacité des mesures prises afin de gérer ces risques. Ce comité s'acquitte de cette tâche en recevant régulièrement de la direction des évaluations des risques pouvant affecter Québecor et ses filiales. Le comité d'audit et de gestion des risques fait rapport régulièrement au conseil d'administration de Québecor quant à la gestion des risques.

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 Colpron¹

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 et présidente du comité des ressources
humaines et de régie d'entreprise, 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 Publication Alpha inc.

Normand Provost¹

Président du comité d'audit et de gestion des risques,
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 et de gestion de risques

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 Colpron¹

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 et présidente du comité des ressources
humaines et de régie d'entreprise, 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 Péladeau³

Président,
Cie de Publication Alpha inc.

Normand Provost^{1,3}

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

¹ Membre du comité d'audit et de gestion des risques

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

³ Membre du comité exécutif

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,
Livres et Magazines, Québecor, et
présidente et éditrice, *Le Journal de Montréal*

Martin Tremblay

Chef de l'exploitation, Québecor Groupe Sports et divertissement

Mathieu Turbide

Vice-président, Contenus numériques, Québecor

Patrick Jutras

Vice-président principal et chef des revenus publicitaires

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

