

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2016

L'EXPÉRIENCE
DE L'EXCELLENCE

QUÉBECOR

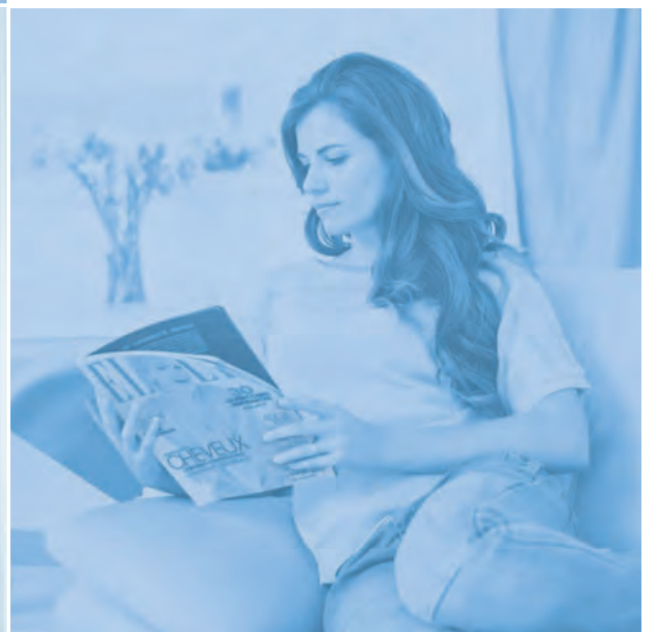
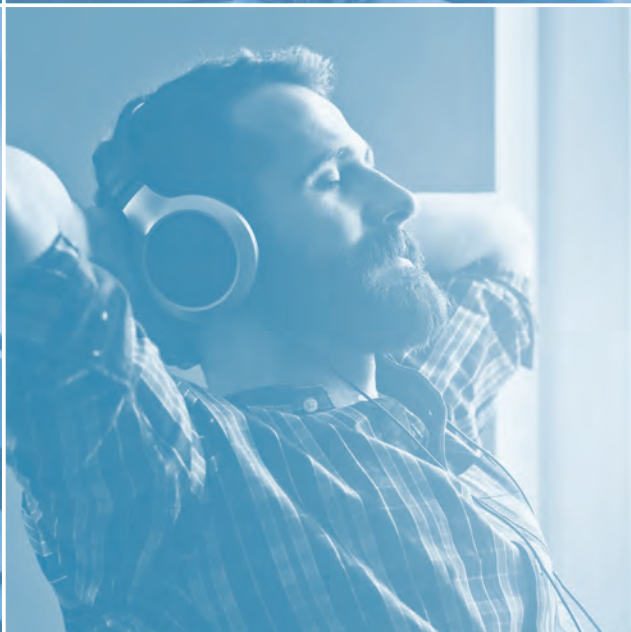


TABLE DES MATIÈRES

- (3) 2016 en bref
- (8) Faits saillants
- (10) Message aux actionnaires
- (13) Groupe Télécom
- (19) Groupe Média
- (42) Québecor Contenu
- (45) Groupe Sports et divertissement
- (50) Engagement social
- (58) Conseil d'administration et dirigeants de Québecor inc.
- (59) Conseil d'administration et comité de direction de Québecor Média inc.

2016 EN BREF



JANVIER

- ▶ Québecor Groupe Média Affichage devient le partenaire d'affaires exclusif de Taxelco (taxis électriques Téo Taxi) en matière de vente et de gestion de publicité et de commandites.
- ▶ Vidéotron Itée annonce l'acquisition de Fibrenoire inc., une firme spécialisée dans les services de connectivité par fibre optique pour les entreprises, ce qui renforce son leadership dans les services de télécommunications aux entreprises.

FÉVRIER

- ▶ Québecor Média inc., en partenariat avec l'agence de marketing numérique Dialekta, offre aux annonceurs un potentiel de ciblage inégalé grâce à la possibilité d'adapter du contenu publicitaire en temps réel sur l'ensemble de son réseau numérique.

MARS

- ▶ Vidéotron lance sa nouvelle application Espace client+, qui offre notamment aux clients la possibilité de gérer leurs services, ainsi que des fonctionnalités comme l'achat de blocs de données Internet et mobiles.
- ▶ Pour une 11^e année consécutive, Vidéotron est proclamée l'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois selon le sondage annuel Léger sur la réputation des entreprises.
- ▶ TVA Publications inc. et Les Publications Charron & Cie inc. remportent neuf prix aux prestigieux Grand prix canadiens – Meilleures couvertures, qui reconnaissent et célèbrent l'excellence en matière de couvertures de magazines dans le secteur canadien des ventes en kiosque.

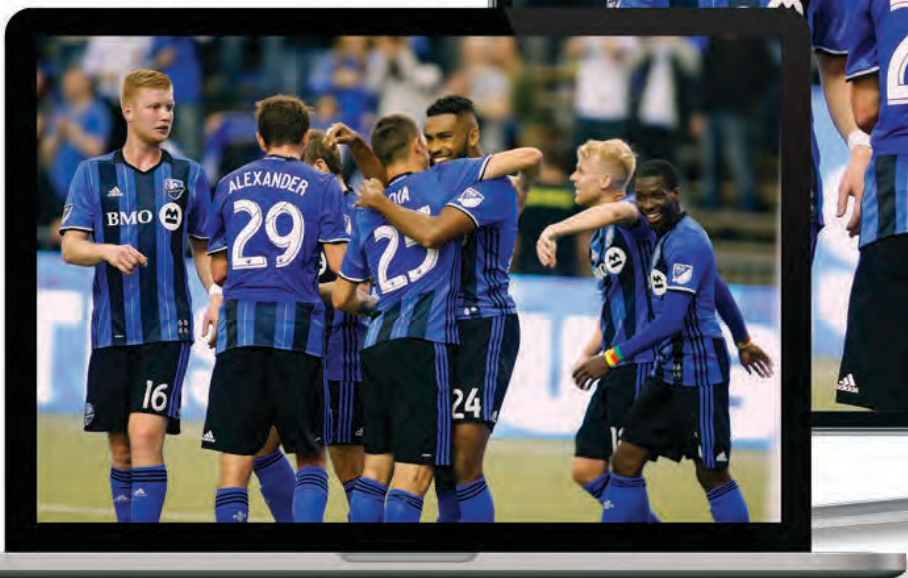
AVRIL

- ▶ Selon les données du sondage Vividata (T3 2016), *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec* et le journal gratuit *24 heures* demeurent les chefs de file en information au Québec avec plus de 3,8 millions de lecteurs par semaine toutes plateformes confondues.
- ▶ Québecor Contenu conclut une entente avec NBCUniversal Television and New Media Distribution Canada, qui permet aux clients du service de vidéo sur demande par abonnement Club illico de profiter, en primeur, de films parmi les plus populaires offerts par l'un des plus importants producteurs et distributeurs de contenu au monde.
- ▶ Groupe TVA inc. lance l'application Molto, un nouveau kiosque numérique où les utilisateurs peuvent consommer à volonté l'intégralité des contenus de tous ses magazines sur une tablette ou un téléphone intelligent.



MAI

- ▶ Compte tenu du profil financier toujours favorable de Québecor et de sa capacité de générer des flux de trésorerie, le conseil d'administration a annoncé, au premier trimestre 2016, une hausse de 28,6 % de son dividende trimestriel.



JUIN

- ▶ Les entreprises ont maintenant la possibilité de réduire les coûts associés à la production de vidéos publicitaires en tirant profit de contenus existants grâce à Immersion, un nouveau format publicitaire vidéo créé par Québecor Groupe Média.

JUILLET

- ▶ Les clients des services résidentiels et d'affaires de Vidéotron peuvent bénéficier de vitesses allant jusqu'à 940 Mbit/s grâce au service d'accès Internet Fibre hybride Giga.

INTERNET

GIGA

MAINTENANT DISPONIBLE*



ÉTS - Quartier de l'innovation

AOÛT

- ▶ TVA Sports annonce une programmation d'automne riche en hockey pour souligner son 5^e anniversaire.



SEPTEMBRE

- ▶ Le 12 septembre, le Centre Vidéotron clôt sa première année d'exploitation complète. Au cours de cette période, il a accueilli 93 événements sportifs et spectacles, ainsi que 30 événements corporatifs. Au total, plus de 1,1 million de personnes ont franchi les portes de l'amphithéâtre au cours de l'année.
- ▶ Le 13 septembre, 4Degrés Colocation inc., une filiale de Vidéotron, procède à l'ouverture officielle de son centre de données de Montréal, construit au coût de 40,0 M \$. D'une superficie de 4 000 m², il s'agit de l'une des plus grandes salles de serveurs au Québec.
- ▶ Le 20 septembre, Vidéotron, Ericsson Canada Inc., l'École de technologie supérieure (ÉTS) et le Quartier de l'innovation de Montréal annoncent la conclusion d'un partenariat visant la création du premier laboratoire à ciel ouvert de la vie intelligente, dans le but de tester les multiples facettes associées à l'industrie des télécommunications de cinquième génération.

OCTOBRE

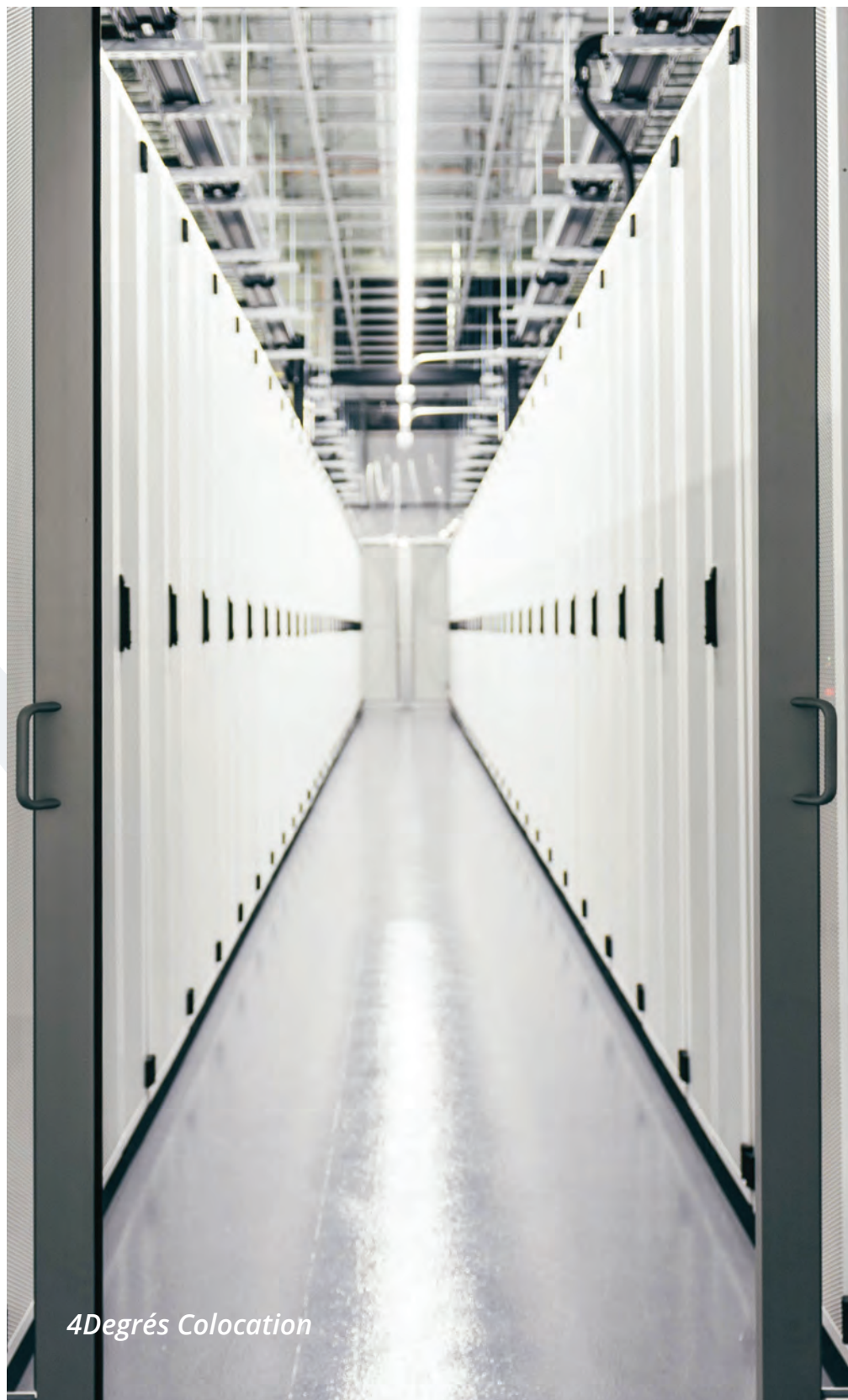
- ▶ Groupe TVA lance le nouveau site Web *TVA.ca* et l'application mobile TVA, lesquels offrent aux téléspectateurs et aux internautes, en direct ou sur demande, un accès gratuit et en haute définition à la programmation de TVA.
- ▶ Club illico lance la deuxième saison de sa série originale québécoise *Blue Moon* et atteint 500 000 visionnements en 5 jours.
- ▶ La première saison de *La Voix Junior* attire un auditoire moyen de 2 309 600 téléspectateurs.

NOVEMBRE

- ▶ Le 15 novembre, Vidéotron a entrepris le déploiement sur son réseau de la technologie Docsis 3.1. Développée par le consortium CableLabs, dont Vidéotron fait partie, la plateforme Docsis 3.1 permettra ultimement d'atteindre des vitesses allant jusqu'à 10 Gbit/s en aval et 1 Gbit/s en amont.
- ▶ Dans le cadre de sa participation à la première campagne majeure de financement de la Fondation Pointe-à-Callière, Québecor annonce qu'elle associera son nom au pavillon qui mettra en valeur les vestiges du fort de Ville-Marie : le Fort de Ville-Marie – Pavillon Québecor.



Fort de Ville-Marie – Pavillon Québecor



4Degrés Colocation

DÉCEMBRE

- ▶ Québecor Contenu annonce le renouvellement de son entente majeure avec Viacom International Media Networks, l'un des plus importants producteurs et distributeurs de contenu jeunesse au monde. Grâce à cette entente, Québecor Contenu enrichira son offre de plus de 750 épisodes d'émissions jeunesse sur Club illico et Yoopa.
- ▶ Vidéotron bonifie son offre de Musique illimitée avec Apple Music, Napster, Tidal et SoundCloud, portant à 18 le nombre de plateformes de musique en continu accessibles à sa clientèle.

FAITS SAILLANTS

FAITS SAILLANTS

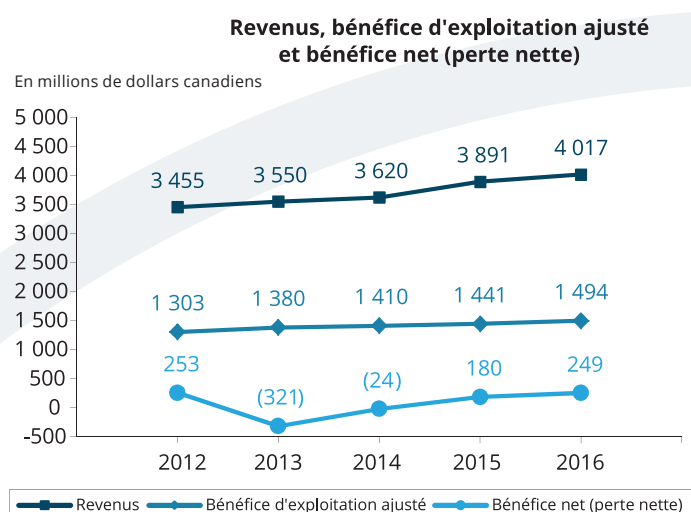
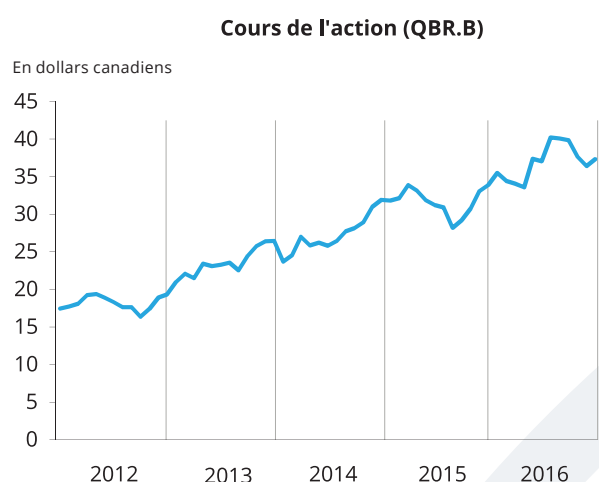
Exercices terminés les 31 décembre 2016, 2015 et 2014

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

	2016	2015	2014
EXPLOITATION			
Revenus	4 016,6 \$	3 890,8 \$	3 619,8 \$
Bénéfice d'exploitation ajusté ¹	1 494,1	1 440,7	1 409,8
Contribution au bénéfice net (à la perte nette) attribuable aux actionnaires :			
Bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies ²	305,5	239,9	209,7
(Perte) gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	(68,4)	4,7	(95,3)
Éléments inhabituels	(42,4)	(79,0)	(85,4)
Activités abandonnées	-	(13,8)	(59,1)
Bénéfice net (perte nette) attribuable aux actionnaires	194,7	151,8	(30,1)
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation poursuivies	1 113,0	1 072,2	960,7
DONNÉES DE BASE PAR ACTION			
Contribution au bénéfice net (à la perte nette) attribuable aux actionnaires :			
Bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies ²	2,49 \$	1,95 \$	1,70 \$
(Perte) gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	(0,56)	0,04	(0,77)
Éléments inhabituels	(0,34)	(0,64)	(0,69)
Activités abandonnées	-	(0,11)	(0,48)
Bénéfice net (perte nette) attribuable aux actionnaires	1,59	1,24	(0,24)
Dividendes	0,17	0,13	0,10
Capitaux propres attribuables aux actionnaires	3,72	2,44	4,10
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en millions)	122,3	122,7	123,0
SITUATION FINANCIÈRE			
Dette à long terme	5 616,9 \$	5 812,4 \$	5 048,2 \$
Capitaux propres	847,2	652,0	1 063,3
Total de l'actif	9 262,3	9 275,9	9 078,5
EMPLOYÉS			
	10 100	10 400	13 800

¹ Voir définition de « Bénéfice d'exploitation ajusté » à la page suivante.

² Voir définition de « Bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies » à la page suivante.



DÉFINITIONS

Bénéfice d'exploitation ajusté

Dans son analyse des résultats d'exploitation, Québecor (la Société) définit le bénéfice d'exploitation ajusté, tel que concilié avec le bénéfice net (la perte nette) conformément aux Normes internationales d'information financière (IFRS), comme le bénéfice net (la perte nette) avant l'amortissement, les frais financiers, (la perte) le gain sur évaluation et conversion des instruments financiers, la charge de restructuration des activités d'exploitation, litige et autres éléments, la dépréciation de l'écart d'acquisition et d'autres actifs, la perte sur refinancement de dettes, les impôts sur le bénéfice et la perte liée aux activités abandonnées. Le bénéfice d'exploitation ajusté, tel que décrit ci dessus, n'est pas une mesure des résultats définie conformément aux IFRS. Ce n'est pas non plus une mesure destinée à remplacer d'autres outils d'évaluation du rendement financier ou l'état des flux de trésorerie comme indicateur de liquidités. Cette mesure ne devrait pas être considérée isolément ou comme substitut aux autres mesures de rendement calculées selon les IFRS. La Société se sert du bénéfice d'exploitation 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 bénéfice d'exploitation ajusté est utile, car il constitue un élément important des régimes de rémunération incitative annuels de la Société. Toutefois, cette mesure est limitée puisqu'elle ne tient pas compte du coût périodique des actifs corporels et incorporels nécessaires pour générer les revenus des secteurs de la Société. D'autres mesures qui tiennent compte de ces coûts, telles que les flux de trésorerie d'exploitation des secteurs et les flux de trésorerie libres liés aux activités d'exploitation poursuivies de la filiale Québecor Média, sont également utilisées par la Société. La définition du bénéfice d'exploitation ajusté de la Société peut différer de celle utilisée par d'autres entreprises.

Le tableau ci-dessous présente le rapprochement du bénéfice d'exploitation ajusté avec le bénéfice net (la perte nette) divulgué(e) aux états financiers consolidés de Québecor.

Rapprochement du bénéfice d'exploitation ajusté avec le bénéfice net (la perte nette)

Exercices terminés les 31 décembre 2016, 2015 et 2014

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

	2016	2015	2014
Bénéfice d'exploitation ajusté	1 494,1 \$	1 440,7 \$	1 409,8 \$
Amortissement	(653,0)	(693,6)	(661,1)
Frais financiers	(328,0)	(335,0)	(350,3)
(Perte) gain sur évaluation et conversion des instruments financiers	(70,3)	6,7	(94,7)
Restructuration des activités d'exploitation, litige et autres éléments	(28,0)	116,9	(49,6)
Dépréciation de l'écart d'acquisition et d'autres actifs	(40,9)	(230,7)	(81,0)
Perte sur refinancement de dettes	(7,3)	(12,1)	(18,7)
Impôts sur le bénéfice	(117,8)	(93,1)	(97,2)
Perte liée aux activités abandonnées	-	(19,7)	(81,6)
Bénéfice net (perte nette)	248,8 \$	180,1 \$	(24,4) \$

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 (la perte nette) attribuable aux actionnaires conformément aux IFRS, comme le bénéfice net (la perte nette) attribuable aux actionnaires avant (la perte) le gain sur évaluation et conversion des instruments financiers, la charge de restructuration des activités d'exploitation, litige et autres éléments, la dépréciation de l'écart d'acquisition et d'autres actifs, la perte sur refinancement de dettes, 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 la perte liée aux activités abandonnées attribuable aux actionnaires. Le bénéfice

ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies, tel que décrit ci dessus, n'est pas une mesure des résultats définie conformément aux IFRS. Cette mesure ne devrait pas être considérée isolément ou comme substitut aux autres mesures de rendement calculées selon les IFRS. La Société utilise le bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies pour analyser les tendances en matière de rendement de ses activités. Les éléments énumérés ci dessus sont exclus du calcul de cette mesure puisqu'ils nuisent à la comparabilité des résultats financiers. Le bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies est plus représentatif aux fins d'évaluer le bénéfice prévisible. La définition du bénéfice ajusté lié aux activités d'exploitation poursuivies peut différer de celle utilisée par d'autres entreprises.

MESSAGE AUX ACTIONNAIRES

Québecor a connu une croissance soutenue au cours des dernières années et 2016 poursuit sur cette lancée, affichant une excellente performance financière. Cette réussite a été appuyée par le déploiement d'un plan d'affaires misant continuellement sur nos activités à fort potentiel de croissance, et où l'innovation est demeurée le point de mire de nos actions sur les plans des technologies, des contenus et de l'expérience client.

L'atteinte de ces objectifs stratégiques nous a permis de solidifier encore davantage notre structure financière, en plus de permettre à Vidéotron et à Groupe Média de conserver leur leadership dans leurs secteurs d'activité respectifs, et ce, grâce à notre stratégie de convergence déployée depuis les 15 dernières années. Celle-ci a également su profiter à Groupe Sports et divertissement qui, quant à lui, est devenu un acteur solide du sport et du divertissement au Québec.

Québecor s'est ainsi développée sous le signe de la continuité, grâce à la force de nos équipes ainsi qu'à l'ensemble des membres de la haute direction qui démontrent chaque jour un engagement profond et une agilité hors du commun.

L'EXPÉRIENCE CLIENT : UNE MISSION DE TOUS LES INSTANTS

Vidéotron continue en effet à se démarquer en repoussant continuellement les limites de l'expérience client. Notre stratégie de convergence est ainsi au cœur de son offre de service afin de présenter à sa clientèle toujours plus de contenu original et distinctif sur l'ensemble de nos plateformes. Du même coup, cela crée un important

élément différenciateur pour l'entreprise, générant ainsi des retombées directes en termes de nouveaux clients à ses produits et services.

Club illico en est un exemple éloquent. En investissant notamment dans la production de contenu québécois, Vidéotron a connu un succès remarquable par le biais de cette nouvelle plateforme. Les deux premières saisons de la série originale québécoise *Blue Moon* a cumulé plus de 4,5 millions de visionnements et, au 31 décembre 2016, Club illico comptait 314 700 abonnés, une hausse de 22,2 % par rapport à 2015.

Les stratégies de Vidéotron découlant de sa volonté de faire vivre la meilleure expérience à ses clients portent ses fruits pour l'ensemble de ses services. Le sans-fil a encore connu cette année une croissance notable, soit de 16,3 %, franchissant le cap des 900 000 lignes au début de 2017. Vidéotron est d'ailleurs le fournisseur qui connaît la plus grande croissance au chapitre du sans-fil au Québec, ce qui lui a permis de se hisser parmi les chefs de file en téléphonie mobile sur son territoire. L'accès Internet est aussi demeuré un important vecteur de croissance, enregistrant une augmentation de 44 600 clients et une hausse de 58,0 M\$ de ses revenus, soit de 6,3 %.

Soucieuse d'être constamment à l'avant-garde des nouvelles technologies, Vidéotron a initié – en partenariat avec Ericsson Canada, l'École de technologie supérieure et le Quartier de l'innovation de Montréal – le lancement et la mise en place du premier laboratoire à ciel ouvert de la vie intelligente au Canada. Celui-ci a pour objectif de tester, sur le terrain et dans des conditions réelles, des applications technologiques reposant sur la nouvelle industrie émergente des télécommunications de cinquième génération.

UNE CROISSANCE SOUTENUE DE L'OFFRE DE VIDÉOTRON SERVICE AFFAIRES

Vidéotron Service Affaires s'est avérée des plus performantes sur le marché des entreprises, se positionnant comme étant le fournisseur de télécommunications le plus choisi par les entreprises de chez nous. Offrant un portefeuille de produits et services complet et un service à la clientèle d'une grande qualité, Vidéotron Service Affaires a poursuivi en 2016 sa stratégie visant à consolider son offre de guichet unique pour élargir sa clientèle et mieux répondre aux besoins croissants de celle-ci.

D'abord, au début de l'exercice 2016, l'acquisition de Fibrenoire, une firme spécialisée dans les solutions de connectivité par fibre optique auprès des grandes entreprises, a permis à Vidéotron d'unir ses forces afin de livrer une prestation de services agile et sur mesure pour chacun de ses segments de marché. Ainsi, de la petite à la grande entreprise, l'entreprise met tout en œuvre afin de répondre à cette ambition commune de sa clientèle d'être toujours plus performante.

Ensuite, après l'agrandissement du centre de données 4Degrés Colocation à Québec, Vidéotron a également procédé à l'ouverture d'un nouveau centre – sur le Campus Saint-Laurent, dans le Technoparc Montréal –, lequel est construit spécifiquement pour l'hébergement de données, en plus d'être conforme aux normes internationales les plus élevées. Grâce à l'interconnexion entre ses deux centres de données, 4Degrés Colocation est le seul fournisseur au Québec en mesure d'offrir une redondance intraprovinciale, garantissant une sécurité hors pair.

En bonifiant ainsi son offre de services, l'entreprise a renforcé son leadership auprès de la communauté d'affaires et a accéléré sa croissance, particulièrement auprès des grandes entreprises.

TOUJOURS PLUS DE CONTENU POUR NOTRE CLIENTÈLE

Pour sa part, Groupe Média a conservé son statut de chef de file dans tous ses secteurs d'activité. La popularité de l'ensemble de ses produits et de ses plateformes médias témoignent de la qualité et de la pertinence de son offre de contenu.

Ses journaux sont les quotidiens les plus lus au Québec, tout comme *TVA Nouvelles* et LCN sont les sources privilégiées des Québécois pour connaître l'actualité. L'information demeure d'ailleurs un secteur historiquement très important pour l'entreprise. Depuis la création du Bureau d'enquête d'Agence QMI en 2013, ainsi que de son Bureau parlementaire en 2012, la direction a continué à investir, en ressources de toute nature, afin de maintenir le leadership dont elle a toujours su faire preuve. En termes de divertissement, TVA connaît également des succès retentissants grâce, notamment, à l'émission *La Voix*, laquelle fait partie des 19 émissions de TVA inscrites au palmarès des 30 émissions les plus populaires en 2016 au Québec. Quant aux magazines de Groupe Média, ils sont également les publications les plus lues au Québec et les deuxièmes en importance au Canada.

En raison de l'envergure, de l'étendue et de la synergie des nombreux médias – à la fois traditionnels et numériques – qu'il met à la disposition de ses clients, Groupe Média procure une offre inégalée pour ses annonceurs et se positionne solidement face à ses concurrents. Afin de rejoindre des auditoires de plus en plus ciblés, il cherche constamment de nouvelles solutions pour renouveler son offre de services afin de développer du contenu à valeur ajoutée ainsi que pour lancer de nouvelles plateformes de diffusion, et ce, au bénéfice de sa clientèle.

Groupe Média s'est donc encore rapproché de ses publics au cours de 2016. TVA a ajouté à ses plateformes le nouveau site web *TVA.ca* et l'application mobile TVA, qui donnent accès en tout temps aux contenus de son réseau, que ce soit en direct ou en différé. Il est aussi intéressant de noter que les sites numériques de Groupe Média attirent 4,4 millions de visiteurs chaque mois. Le Bureau parlementaire et le Bureau d'enquête d'Agence QMI se sont agrandis afin d'offrir davantage de reportages exclusifs à ses lecteurs et téléspectateurs. Le collectif de créateurs de Studios Goji a poursuivi son expansion, répondant plus spécifiquement à l'intérêt des jeunes pour le contenu en ligne. Enfin, le secteur Affichage a continué de faire sa marque en ajoutant des nouvelles solutions à son portefeuille, telles que le partenariat d'affaires pour la gestion et l'exploitation publicitaire des taxis électriques Téo Taxi.

UN CHEF DE FILE DU DIVERTISSEMENT SPORTIF ET CULTUREL

L'exercice 2016 a marqué un pas de plus pour atteindre notre objectif de devenir un joueur de premier plan dans le monde du spectacle et du divertissement au Québec.

En effet, au terme de sa première année complète d'exploitation, le Centre Vidéotron a accueilli plus de 1,1 million de personnes, 93 spectacles – dont ceux de Céline Dion, Metallica, Bryan Adams, Pearl Jam, Justin Bieber et Rihanna – en plus de 30 événements corporatifs. Les Remparts de Québec y ont aussi enregistré un record historique d'assistance de la Ligue canadienne de hockey. Signes de sa grande popularité, l'amphithéâtre a été classé par Pollstar au 5^e rang des arénas les plus achalandés au pays et au 4^e rang des *Top Canadian Venues* du réputé magazine *Billboard* en ce qui a trait aux recettes de spectacles présentés en 2016. Avec un taux de satisfaction de ses visiteurs s'élevant à 96 %, le Centre Vidéotron est véritablement devenu un incontournable pour les grandes tournées mondiales.

Groupe Sports et divertissement devient ainsi un acteur important de la stratégie de contenu de Québecor. Pour bonifier encore davantage son offre, il a déployé la signature de Gestev – reconnue pour la création de concepts événementiels au Québec – à l'ensemble des spectacles, des tournées et des événements maintenant produits par Québecor.

UNE SOLIDE PERFORMANCE FINANCIÈRE

Québecor a terminé l'exercice 2016 avec un chiffre d'affaires de 4,02 G\$, une hausse de 125,8 M\$ (3,2 %) par rapport à l'exercice précédent. Fer de lance de son plan d'affaires, le secteur Télécommunications a connu une progression importante de ses revenus, affichant une croissance de 144,8 M\$ (4,8 %), pour des revenus totaux de 3,15 G\$ au terme de l'exercice. Québecor a généré un bénéfice d'exploitation ajusté de 1,49 G\$ en 2016, en hausse de 53,4 M\$ (3,7 %). Le bénéfice net attribuable aux actionnaires se chiffre à 194,7 M\$ (1,59 \$ par action de base) en 2016, contre 151,8 M\$ (1,24 \$ par action de base) en 2015, soit une augmentation de 42,9 M\$ (0,35 \$ par action de base).

Ces résultats témoignent de l'efficacité de notre modèle d'affaires et de nos stratégies d'investissement dans chacun de nos secteurs d'activité, en plus d'être appuyés par notre souci constant d'optimisation de nos structures et de nos coûts.

DES RETOMBÉES POUR L'ENSEMBLE DE NOTRE COMMUNAUTÉ

Pour l'avenir, Québecor est en position favorable pour la mise en œuvre de sa vision stratégique de développement. Malgré l'invasion des géants américains depuis la révolution numérique, Québecor réussit à s'imposer dans ses marchés. Que ce soit le numérique, la vie intelligente, l'internet des objets ou la consommation de tous les contenus en ligne, ces éléments font partie des évolutions d'importance qui s'annoncent, et nous continuerons d'être à l'avant-garde dans ces domaines.

C'est également avec enthousiasme que nous continuerons à jouer un rôle prépondérant sur les plans de la philanthropie et de la culture au Québec. Une occasion pour réaffirmer la fierté de nos racines et d'appuyer le potentiel extraordinaire du Québec, au bénéfice de l'ensemble de notre économie et de nos communautés. En terminant, nous tenons à remercier chaleureusement l'ensemble de nos actionnaires, administrateurs, clients, partenaires et talentueux employés qui, chacun à leur manière, contribuent au succès de l'entreprise.

Le président du conseil,

Le président et chef de la direction,



Le très honorable Brian Mulroney

Pierre Karl Péladeau



**GROUPE
TÉLÉCOM**

TÉLÉCOMMUNICATIONS

VIDÉOTRON LTÉE

Vidéotron est le chef de file incontesté de l'industrie au Québec. Aujourd'hui, plus de six ans après avoir fait l'histoire en ayant été le premier nouvel entrant à lancer son propre réseau mobile en un temps record – et permettant du même coup d'offrir un choix élargi aux consommateurs québécois –, l'entreprise se taille une place enviable dans le marché de la téléphonie mobile. Le nombre de lignes résidentielles et d'affaires a atteint 893 900 au 31 décembre 2016.

Cette grande réussite pour Vidéotron démontre cette capacité qu'a toujours eu l'entreprise d'être constamment à l'avant-garde des nouvelles tendances, et ce, pour le plus grand bénéfice de sa clientèle. Autre exemple à l'appui : Vidéotron a été le premier cablôdistributeur à proposer le choix des chaînes sur demande, plus de 10 ans avant que le CRTC ne l'impose à l'ensemble des joueurs de l'industrie.

En 2016, la liste des nouveautés proposée par Vidéotron à ses clients témoigne encore une fois de sa détermination à conserver la faveur des consommateurs. Se distinguent, au nombre de ces nouveautés, le lancement de l'application Wi-Fi et du service d'accès Internet Fibre hybride Giga au cours de l'été, la démocratisation des accès très grandes vitesses et des capacités de téléchargement et de téléversement illimitées, ainsi que l'offre promotionnelle des forfaits mobiles « Sans frontières » aux États-Unis.





Le lancement d'une version repensée de l'application illico, l'offre de plusieurs nouvelles chaînes sur demande, dont HGTV, Food Network, Disney XD et Disney Junior, en plus de l'ajout du Club illico sur le mobile et de 12 nouvelles applications de musique en continu à l'offre Musique illimitée, ont aussi participé à l'enrichissement global de l'offre de l'entreprise.

En ce qui a trait à Club illico, ses quelque 314 700 abonnés témoignent de la pertinence de ce service, lancé en 2013, afin d'anticiper les nouvelles manières de regarder la télévision et les séries en rafale, tout en se taillant une place prépondérante sur le marché francophone face aux services américains de télévision par contournement. En 2016, de nombreuses nouveautés ont été présentées sur cette plateforme, dont plusieurs séries populaires et exclusives telles que les deux premières saisons de la série originale québécoise *Blue Moon*, qui a cumulé plus de 4,5 millions de visionnements, et la première saison des séries *Dominion*, *The Expanse*, *Game of Silence* et *DC: les légendes de demain*. Club illico a ainsi investi près de 14 M\$ en contenu en 2016, en plus de lancer en mars 2017 *Victor Lessard*, une série originale québécoise entièrement tournée en 4K.

Dans un autre segment, Vidéotron a aussi tout mis en œuvre afin de renforcer son leadership auprès de sa clientèle affaires. En plus de faire l'acquisition de Fibrenoire, une firme spécialisée dans les services de connectivité par fibre optique pour les entreprises, elle a consacré 40,0 M\$ à la construction d'un centre de données à Montréal pour permettre à ses clients de bénéficier des solutions de colocation indispensables à l'hébergement et au traitement de leurs données. Inauguré en septembre 2016, le centre constitue la seconde phase de l'initiative amorcée en 2015 avec l'acquisition du centre de données 4Degrés Colocation à Québec.

Ces nouveaux services de Fibrenoire et de 4Degrés Colocation, combinés aux services de téléphonies affaires, d'accès Internet, de télédistribution et de téléphonies sans fil, permettent à Vidéotron Service Affaires d'offrir une gamme de solutions complètes pour les besoins de ses clients d'affaires, en plus de proposer une expérience client sur mesure, de la petite à la grande entreprise.

Branché sur l'entrepreneuriat, Vidéotron Service Affaires a, pour une cinquième année, fait partie des partenaires du rendez-vous d'affaires C2 Montréal, un événement qui rassemble des milliers de gens d'affaires des quatre coins du monde pour discuter de créativité et de commerce. Vidéotron Service Affaires a aussi présenté la 6^e édition du Festival international du Startup, à l'occasion duquel des centaines d'entrepreneurs ont convergé vers Montréal pour discuter d'entrepreneuriat. Vidéotron Service Affaires a aussi renouvelé ses partenariats avec Parcours Innovation PME Montréal et le défi OSEntreprendre, qui fait rayonner les initiatives entrepreneuriales.

En somme, la réponse des Québécois aux nombreuses innovations et initiatives de Vidéotron s'est traduit de plusieurs façons, dont pas moins de 242 200 branchements à la téléphonie mobile au cours de 2016 et le choix numéro 1 des entreprises au Québec. En termes de notoriété, cela a permis à Vidéotron d'être désignée en 2016 l'entreprise de télécommunications la plus admirée des Québécois pour une 11^e année consécutive, selon Léger, et d'être la seule entreprise québécoise dans le *Top 5* des marques les plus influentes selon Ipsos-Infopresse.

Quelques prix et distinctions

- ▶ Forrester, l'une des plus importantes firmes de recherche, accorde quatre distinctions à Vidéotron : meilleure expérience client chez les fournisseurs de services de télévision, Internet et mobile, ainsi que l'ultime récompense pour Vidéotron Mobile : meilleure expérience client parmi 193 marques faisant partie du sondage 2016
- ▶ Vidéotron : numéro 1 pour la vitesse de son réseau Internet selon l'indice Netflix au Québec (de juillet à décembre 2016 au Canada)
- ▶ Vidéotron est le meilleur détaillant en télécommunications au Québec pour une 5^e année consécutive selon le palmarès Wow de Léger



Centre de données 4Degrés Colocation de Montréal



Urban Nations

MAtv

Avec plus de 4 300 heures de programmation locale originale à l'échelle du Québec, MAtv a accordé une place privilégiée à la diversité, en offrant un contenu pertinent et varié. Ses différentes entités ont consacré plus de 60 % de leur grille à des contenus locaux et accueilli dans leurs studios des citoyens bénévoles qui ont pu s'impliquer et vivre une expérience télé enrichissante.

Bien ancrée dans la communauté, MAtv a aussi été présente tant sur le plan social que culturel. À ce chapitre, la chaîne s'est impliquée dans plus de 300 événements communautaires. Grâce la collaboration de plusieurs de ses partenaires, elle a notamment diffusé de nombreuses émissions culturelles dont *Ma première Place des Arts*, une série produite en partenariat avec la Société pour l'avancement de la chanson d'expression française (SACEF) – afin de mettre en lumière le talent de la relève musicale québécoise –, ainsi que *Figures marquantes de notre histoire*, une série traçant le portrait de personnages qui ont contribué au développement du Québec, réalisée en collaboration avec Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BANQ) et la Fondation Lionel-Groulx.

MAtv a aussi facilité la collaboration de la communauté à la réalisation de ses émissions par le biais du programme *MON bénévolat*, qui a permis aux citoyens d'optimiser leur participation à la production d'émissions locales. MAtv a ainsi accueilli près de 350 bénévoles qui ont, ensemble, effectué plus de 18 500 heures de bénévolat à la grandeur du Québec. En outre, la télé communautaire a été fidèle à sa mission d'offrir aux citoyens et aux organismes communautaires la possibilité de soumettre leurs projets d'émissions télé.

Plus de huit nouvelles émissions ont été produites afin de bien illustrer la pluralité des visages et des voix des Montréalais : *vox populi*, tribunes citoyennes, documentaires, émissions d'affaires publiques, mode de vie et portraits de citoyens autochtones ont permis au public de découvrir des gens inspirants et engagés dans leur communauté. Pour une deuxième année, MAtv Montréal a fait place à du contenu anglophone en diffusant au-delà de 20 % de sa programmation en langue anglaise.

Des citoyens ont également contribué aux comités consultatifs de MAtv implantés par MAtv dans chaque région afin de refléter le dynamisme local et faire en sorte que la chaîne propose une programmation d'intérêt représentative de la collectivité.



Figures marquantes de notre histoire




LE SUPERCLUB VIDÉOTRON LTÉE

Dans un marché numérique en constante évolution, Le SuperClub Vidéotron a revu sa mission et poursuivi sa transformation. En effet, l'entreprise a pour objectif d'ancrer son positionnement à titre de réseau de franchisés spécialisés dans la commercialisation des produits et services de télécommunications de Vidéotron, de même que de produits de divertissement maison, tout en offrant une expérience client inégalée. Par le développement de cette stratégie d'affaires, Le SuperClub Vidéotron souhaite ainsi accompagner ses nombreux franchisés, partenaires de longue date de l'entreprise, à poursuivre leurs activités avec des perspectives de croissance.

Des investissements de près de 3,8 M \$ ont été consacrés à la bonification de l'expérience client. Ces investissements effectués de concert avec les franchisés ont permis de rénover 18 points de vente et d'y réserver plus d'espace à la vente et au service-conseil de produits et services de télécommunications, les rapports humains étant un des fondements de la valeur ajoutée qui contribue à fidéliser la clientèle. L'entreprise a visiblement relevé le défi en se classant au 13^e rang sur 173 détaillants au Québec au palmarès des entreprises offrant la meilleure expérience client.

Rappelons qu'à l'échelle du Québec, le réseau du SuperClub Vidéotron comprend 93 magasins, dont 66 possèdent une boutique Vidéotron offrant les quatre produits de l'entreprise (illico, Internet, téléphonie mobile et résidentielle). Le réseau accueille aussi 55 boutiques Microplay^{MD}, dont 9 autres succursales sont présentes ailleurs au Canada.



**GROUPE
MÉDIA**

TÉLÉDIFFUSION



Les beaux malaises

RÉSEAU TVA

C'est avec éclat que Groupe TVA, le premier diffuseur francophone en Amérique du Nord, a réaffirmé, en 2016, son statut de chef de file de l'industrie télévisuelle au Québec alors que sa part de marché est passée de 34,1 % en 2015 à 35,5 % à la fin de 2016, loin devant ses deux principaux concurrents.

De nombreuses émissions chères aux Québécois ont contribué à ce succès, le Réseau TVA affichant 19 inscriptions dans le palmarès des 30 émissions les plus populaires à l'automne au Québec, dont 17 ont franchi le cap du million de téléspectateurs.

Impossible, ainsi, de passer sous silence l'engouement de l'auditoire pour la marque multiplateforme *La Voix*, suivie en moyenne par 2,6 millions de personnes avec une pointe à 3 675 000 téléspectateurs, de même que la popularité de *La Voix Junior*, le phénomène télévisuel de l'automne, écoutée en moyenne par 2,3 millions de personnes, soit une part de marché de 55 %.



L'imposteur



TVA Nouvelles

L'émission matinale *Salut, Bonjour !*, maintenant présentée en format de quatre heures, a continué à dominer son créneau avec des pointes de plus de 800 000 personnes et une part de marché de 44 %. Plusieurs émissions ont aussi fait un retour apprécié par les Québécois, dont *Les beaux malaises*, pour une troisième saison, ainsi que *Au secours de Béatrice*, *Boomerang*, *O'*, *Le Banquier* et le *Gala ARTIS*. En fiction, deux nouvelles propositions ont aussi retenu l'attention, soit *L'Échappée* et la série *L'imposteur*.

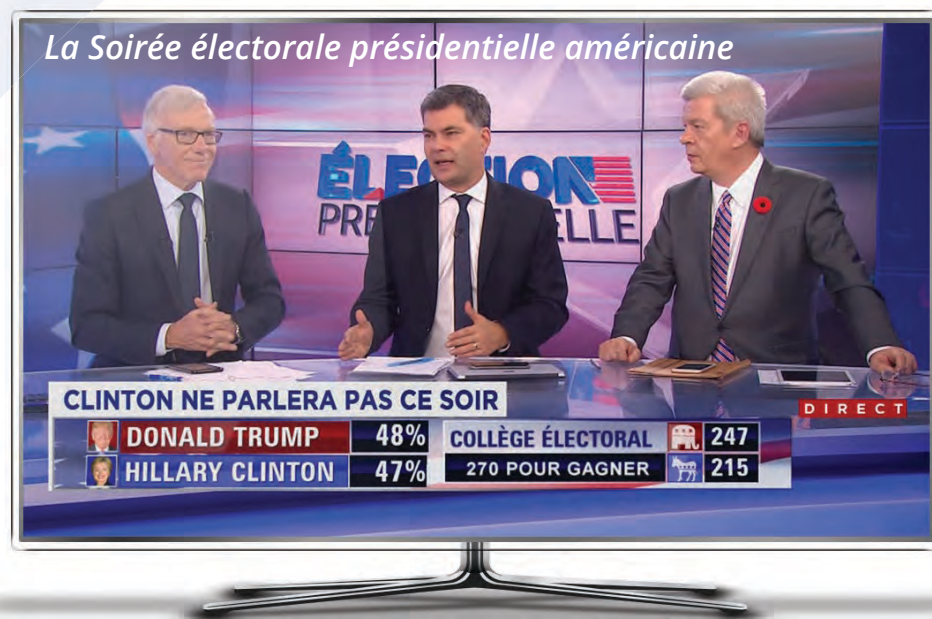
Groupe TVA a conservé sa position de numéro 1 de l'information au Québec avec, entre autres, Pierre Bruneau – qui a célébré ses 40 ans de carrière à TVA – et Sophie Thibault qui sont demeurés les chefs d'antenne les plus appréciés. Qui plus est, les différentes éditions du *TVA Nouvelles* (12 h, 17 h, 18 h et 22 h) sont toutes bonnes premières dans leur créneau horaire.



Boomerang

Le service de l'information de TVA a aussi été de tous les grands rendez-vous, dont celui, incontournable, des élections américaines. *La Soirée électorale présidentielle américaine* animée par Pierre Bruneau et présentée à TVA et à LCN a réuni un total de 1 139 000 personnes, soit 40 % des parts de marché. Ajoutons que plus de 900 000 utilisateurs ont suivi ces élections sur *tva.nouvelles* et son application mobile. Enfin, sur Facebook, *TVA Nouvelles* a confirmé une fois de plus son statut de numéro 1 sur les médias sociaux au Québec en rejoignant plus de 4 000 personnes à la minute.

Groupe TVA a d'ailleurs consolidé sa position dans le monde numérique en lançant le nouveau site *Web TVA.ca* et l'application mobile TVA, lesquels offrent gratuitement le contenu de TVA en haute définition. Proposant de nombreuses fonctionnalités, le site et l'application permettent aux internautes de regarder TVA en direct ou sur demande, n'importe où, n'importe quand.



Salut, Bonjour!



Mensonges



Hakim Chajar –
Inspiration chef

CHAÎNES SPÉCIALISÉES

Tout au long de 2016, les Québécois ont continué à choisir les chaînes spécialisées de Groupe TVA.

Avec un auditoire en hausse de 8 % à l'automne 2016 par rapport à la même période en 2015, addikTV a ravi les amateurs de fiction avec, notamment, la troisième saison de la série policière *Mensonges*, produite par Sovimage en collaboration avec Québecor Contenu. *Prémonitions*, une série originale d'Encore télévision – également réalisée en collaboration avec Québecor Contenu – s'est fait remarquer en se hissant en première position du palmarès des émissions les plus écoutées de l'automne.

De son côté, MOI&cie a diffusé *Je suis trans*, la première série documentaire sur des personnes transgenres présentée au Québec. Suscitant énormément d'intérêt, tant du côté du grand public que de celui des médias, la série reviendra pour une deuxième saison en 2017.

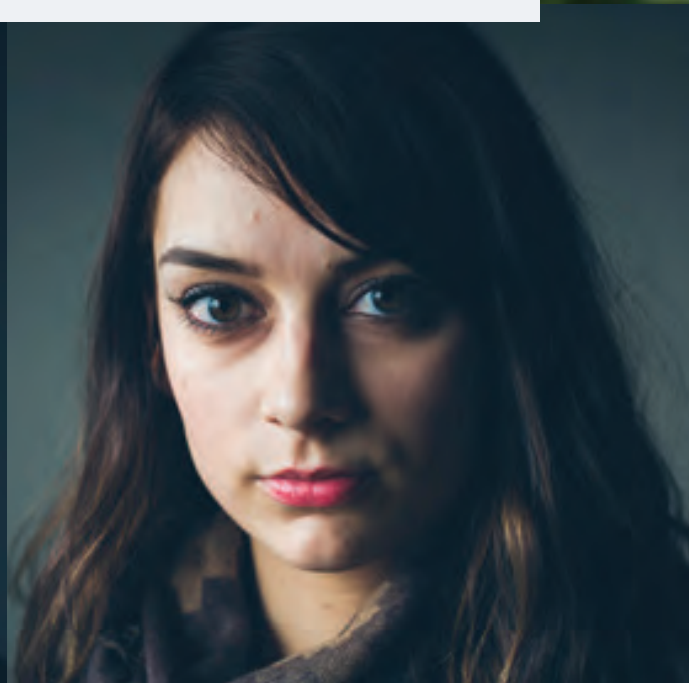
Seule chaîne à offrir une programmation de souvenirs provenant de tous les réseaux à l'intention de toutes les générations, *prise 2 a célébré son 10^e anniversaire en offrant une programmation remplie d'événements spéciaux, dont un marathon jeunesse, un 24 heures consacré au cinéma, des capsules anniversaires mettant plusieurs vedettes à contribution et l'arrivée en ondes de la populaire émission *Les p'tits bonhommes*.

Yoopla s'est aussi distinguée avec une initiative originale destinée à faire la promotion de son créneau cinéma YooPopCorn, soit la présentation en plein air du film *Kung Fu Panda 3* en région. Soulignons enfin la place de choix faite à différents talents d'ici par CASA, notamment avec les émissions *Hakim Chajar - Inspiration chef* et *Les rénos d'Hugo*.

Présente lors de tous les grands événements qui ont marqué 2016, LCN se classe depuis août 2016 au premier rang des chaînes spécialisées au Québec avec des parts de marché hebdomadaires de 3,8 % (contre 2,9 % pour RDI), rejoignant ainsi près de trois millions de téléspectateurs chaque semaine. Plusieurs émissions de la chaîne – qui célébrera son 20^e anniversaire en 2017 – ont connu une forte croissance au cours de l'automne. Du nombre, on compte *Le Québec matin*, avec un auditoire en hausse de 28 % comparativement à la même période de 2015, *Mario Dumont*, avec une augmentation de 31 % pour atteindre plus de 10 parts de marché et *La joute*, avec une croissance de 7 % par rapport au même créneau horaire de 2015.



Prémonitions



Un autre événement d'importance a eu lieu en 2016, soit le 5^e anniversaire de la chaîne TVA Sports, souligné notamment par une programmation riche en hockey. Ainsi, la chaîne a diffusé plus de 250 rencontres de la Ligne nationale de hockey (LNH), dont 22 matchs des Canadiens de Montréal, de même que différents événements spéciaux et la finale de la très convoitée Coupe Stanley.

C'est aussi avec une grande fierté que TVA Sports a présenté la Coupe du monde de hockey 2016, à laquelle tous les meilleurs joueurs de la planète s'étaient donné rendez-vous. Soulignons qu'à l'occasion de l'affrontement entre le Canada et la Russie le 24 septembre 2016, 1,2 million de téléspectateurs étaient de l'événement à TVA Sports et à TVA, pour une part de marché combinée de 19,5 %, avec une pointe de 1,7 million en cours de match.

En fin d'année, la chaîne a signé une entente majeure pour devenir le diffuseur francophone exclusif de l'Impact de Montréal et le diffuseur officiel de la Major League Soccer (MLS) jusqu'en 2021. TVA Sports diffusera donc tous les matchs de la saison régulière et des séries éliminatoires de l'Impact dès 2017, de même que le Match des étoiles, les séries éliminatoires de la Coupe MLS Audi et la grande finale de la Coupe MLS, continuant ainsi à faire une place privilégiée sur ses ondes à ce sport en forte croissance.

Plusieurs autres sports auront occupé une place de choix dans la programmation, dont le tennis – notamment avec la Coupe Rogers, dont TVA Sports est le diffuseur francophone officiel jusqu'en 2020 – et le baseball des Blue Jays de Toronto, dont l'auditoire moyen a connu une augmentation de 15 %.

Marianne Fortier Félix-Antoine Duval Sylvain Marcel Hélène Florent Patrice Robitaille Brigitte Lafleur

pour SARAH



Et si votre vie changeait en une nuit?

D'après une idée originale de FRANÇOIS ROZON

Auteure MICHELLE ALLEN

Réalisateur ÉRIC TESSIER



TVA FILMS

Acteur important de l'écosystème cinématographique et audiovisuel québécois, TVA Films a continué de distribuer différents contenus sur une variété de plateformes : DVD, services de téléchargement, vidéo sur demande, vidéo sur demande par abonnement, télé conventionnelle spécialisée et payante et en salle.

L'humour étant un genre particulièrement apprécié par les Québécois, TVA Films s'est fait un plaisir de contribuer de façon importante au rayonnement des

humoristes d'ici, parmi lesquels François Bellefeuille, Stéphane Rousseau, François Morency, Maxim Martin, Jean-Marc Parent, Dominic et Martin et Rachid Badouri.

TVA Films en 2016 a aussi offert plusieurs titres en format DVD, numérique et vidéo sur demande, dont *Les beaux malaises*, *Pour Sarah*, *Heidi* et le film de Claude Lelouch, *Un plus Une*.

Dans la poursuite de ses objectifs d'offrir encore davantage de contenu à ses clients et d'élargir sa stratégie multifenêtre et multiplateforme, TVA Films jouera un rôle encore plus déterminant dans l'avenir.



L'arrivée

MELS propose une gamme complète de services pour le cinéma, la télévision et la publicité dont :

- ▶ la location de 20 studios de tournage, dont les plus grands en Amérique du Nord ;
- ▶ le plus grand inventaire d'équipements de production au Canada ;
- ▶ la conception d'effets visuels ;
- ▶ des services de postproduction pour l'image et le son ;
- ▶ le seul laboratoire de films professionnels au Canada ;
- ▶ des services de doublage ;
- ▶ la distribution numérique sur l'ensemble des plateformes ;
- ▶ une équipe en recherche et développement.

MELS

Forte de son importante notoriété dans l'industrie du cinéma, Mels Studios et Postproduction s.e.n.c. (MELS) a de nouveau accueilli en 2016 un nombre impressionnant de productions locales et étrangères dans ses installations de Montréal et de Saint-Hubert.

Au nombre des productions internationales d'envergure auxquelles MELS a été associée, évoquons deux films. Le premier : *10 secondes de liberté (Race)*, qui a permis à l'entreprise de s'illustrer en gagnant les trois catégories dans lesquelles elle était en nomination aux Prix Écrans Canadiens, soit Meilleurs effets visuels, Meilleur montage sonore et Meilleur son d'ensemble. Le second : *L'arrivée (Arrival)* du réalisateur québécois Denis Villeneuve, qui a reçu huit mises en nomination aux Oscars – dont une pour les artisans de MELS dans la catégorie Meilleur mixage sonore – et neuf autres aux BAFTA Awards, où MELS a remporté les honneurs dans la catégorie Meilleur son. *Star Trek Beyond, Rings, X-Men: Apocalypse, The Shallows* ainsi que les séries *Versailles 2, The Get Down, Colony 2* et *Sleepy Hollow 4* ont également bénéficié du talent des artisans de MELS aux effets visuels.



10 secondes de liberté

Les équipes et installations de MELS ont aussi contribué à de nombreuses productions américaines, tant pour des tournages en studio que pour des tournages extérieurs, accueillant les projets de sociétés aussi prestigieuses que Miramax Films, MGM, Muse Entertainment, 20th Century Fox et Lions Gate Entertainment. En 2017, les studios MELS accueilleront pour une troisième fois consécutive la méga production *X-Men*.

Sur la scène nationale, MELS a offert ses services de studio, d'effets visuels et de postproduction à de nombreux long-métrages québécois, dont *Bon Cop*, *Bad Cop 2*, *De père en flic 2*, *Hochelaga, terre des âmes*, *Maudite poutine* et *Votez Bougon*, de même qu'à pas moins de 22 séries réalisées au Québec, parmi lesquelles *Blue Moon*, *L'imposteur*, *L'Échappée*, *Les pêcheurs*, *Mensonges*, *O'*, *Prémonitions* et *30 vies*.



Versailles 2

JOURNAUX

QUOTIDIENS

Créé en 1964 par Pierre Péladeau et fer de lance de la fondation de Québecor, *Le Journal de Montréal*, de même que *Le Journal de Québec* et le journal gratuit *24 heures* ont encore une fois affiché une solide performance en 2016 en rejoignant chaque semaine un total de 3,8 millions de lecteurs. Dans les faits, c'est dire qu'au moment de s'informer, plus d'un Québécois sur deux (53 %) consultent *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec* ou le *24 heures* sur la plateforme de son choix : papier, Web ou mobile.

Quotidien numéro 1 au Québec, *Le Journal de Montréal* a rejoint à lui seul 3,1 millions de lecteurs chaque semaine, toutes plateformes confondues, soit 810 000 de plus que son principal concurrent. En semaine, la

circulation moyenne du *Journal de Montréal* se chiffre à 251 700 exemplaires, soit une augmentation de 9 % par rapport à 2015. Quant au samedi, sa circulation est de 267 700 exemplaires, une hausse de 11 %, tandis que le dimanche elle est de 249 100, en hausse de 9 %.

Le Journal de Québec, qui fêtera son 50^e anniversaire en 2017, est demeuré le journal le plus lu dans son marché, toutes plateformes confondues. En outre, sa circulation totale est demeurée stable par rapport à 2015, avec 152 300 exemplaires en semaine, 159 900 le samedi et 155 100 le dimanche. Très populaire, sa version papier rejoint chaque semaine une personne sur deux âgée de 12 ans et plus à Québec.





Grâce à leurs plateformes numériques, *Le Journal de Montréal* et *Le Journal de Québec* se sont positionnés en tant que chefs de file du domaine des nouveaux médias au Québec, avec une portée de près de 3,3 millions de visiteurs uniques par mois, un sommet historique depuis la création de leurs sites Web. L'application mobile J5 est aussi demeurée populaire, avec plus de 400 000 téléchargements. Enfin, la page Facebook du *Journal de Montréal* a, à elle seule, franchi le cap du demi-million de fans Facebook en 2016.

Le journal gratuit *24 heures*, pour sa part, rejoint chaque semaine 1,1 million de lecteurs, toutes plateformes confondues. À elle seule, son édition imprimée rejoint 1,0 million de lecteurs. L'adoption d'une nouvelle stratégie de distribution plus personnalisée – soutenue par une importante campagne de publicité et de visibilité – et la venue de plusieurs nouveaux chroniqueurs et blogueurs au sein de la publication ont assurément contribué au dynamisme et à la popularité croissante du journal.



MESSAGERIES DYNAMIQUES

Fondée en 1965, Messageries Dynamiques a confirmé sa position de premier distributeur de magazines et de journaux au Québec avec la signature, en mai 2016, d'une entente exclusive de sous-distribution de magazines avec Disticor Magazine Distribution Services. Cette société canadienne avait fait l'acquisition, en avril 2016, des activités de distribution nord-américaines de la majorité des titres européens – toutes langues confondues – du distributeur LMPI.

À la suite de cette entente, Messageries Dynamiques a distribué, en 2016, 39,3 millions d'exemplaires de magazines faisant partie d'un portefeuille en forte croissance et comptant actuellement 4 480 titres, majoritairement de langue française. Les hebdomadaires *7 Jours*, *La Semaine*, *Allô Vedettes* et *Paris Match*, les mensuels *Ricardo*, *Coup de pouce*, *ELLE Québec*, *Châtelaine*, *Science & Vie*

et le trimestriel *Trois fois par jour* sont quelques-uns des nombreux titres livrés chaque semaine dans les grandes chaînes d'alimentation, grandes surfaces, pharmacies et plusieurs kiosques indépendants.

Messageries Dynamiques a aussi assuré en 2016 la distribution de 54,8 millions d'exemplaires de journaux, dont *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec* et *Le Devoir* à son réseau de détaillants, qui compte plus de 12 600 points de vente, dont 4 500 restaurants.

Le vaste réseau de distribution à domicile de Messageries Dynamiques, qui rejoint 229 000 foyers chaque jour, 361 jours par année, a également été mis à contribution afin d'assurer la distribution de ses principaux quotidiens et de quelques-uns des magazines des éditeurs qui font appel aux services de l'entreprise.



AGENCE QMI

Créée en 2009, Agence QMI a poursuivi son travail de couverture de l'actualité pour alimenter les plus importants médias québécois actifs en imprimé, à la télévision et sur le Web.

Ce sont ainsi près de 250 textes et photographies véhiculant une information crédible et de qualité qui ont été acheminés chaque jour aux médias, dans des domaines aussi variés que la politique, les affaires, la culture, les sports et les voyages, pour ne donner que ces exemples.

De son côté, le Bureau d'enquête, dont les services et le personnel sont partagés par les médias de Québecor, a poursuivi son travail journalistique patient et rigoureux en débusquant des sujets et des situations qui ont une influence sur la vie des citoyens. Plusieurs centaines de textes et de reportages ont été produits et diffusés en 2016, qui ont notamment contribué à lever le voile sur des sujets comme le gaspillage de fonds publics dans les dépenses informatiques du gouvernement québécois, ce qui a entraîné un examen des politiques de l'État à ce chapitre.



AFFICHAGE

Forte d'un réseau comptant maintenant 5 510 faces publicitaires, tous produits confondus, Québecor Média Affichage est plus que jamais en mesure d'apporter à ses clients une présence significative sur les marchés de Montréal, de Québec, de Laval et de Lévis. À lui seul, le réseau d'abribus de l'entreprise permet de toucher chaque mois 93 % de la population totale des régions métropolitaines de recensement de Montréal et de Québec.

Fait à souligner, grâce à une entente de 10 ans avec Taxelco en tant que partenaire d'affaires exclusif en matière de vente et de gestion de publicité et de commandite, deux nouveaux produits sont maintenant offerts dans Téo Taxi, soit l'affichage sur les dômes des voitures ainsi que la tablette passager.

Québecor Média Affichage s'est également distinguée au sein de son industrie en remportant deux prix au OOH Showdown de l'Ad Club, soit le premier prix dans la catégorie Street Level/Transit/Transportation avec sa campagne *Ville de Montréal - Civisme et propreté*, de même que le grand prix du concours (*Showdown Winner*) pour cette même campagne.



MAGAZINES

Grâce à plus de 9 millions de lecteurs au Québec et au Canada toutes plateformes confondues – 2,8 millions de lecteurs pour leurs titres francophones et 7,1 millions pour leurs titres anglophones –, TVA Publications et Les Publications Charron & Cie ont conservé leur position d'éditeur numéro 1 au Québec et sont demeurées un incontournable du monde de l'édition au pays. Soulignons ici que le secteur Magazines a également un rayonnement considérable dans l'ensemble du Canada, notamment avec les titres *The Hockey News*, qui célébrera en 2017 son 70^e anniversaire et qui rejoint quelque 1,6 million d'amateurs de hockey, de même que *Canadian Living*, la publication payée la plus populaire au pays avec un lectorat de 4,1 millions à chaque numéro, toutes plateformes confondues.



Au Québec, le magazine phare, *Coup de pouce*, a conservé sa position de chef de file attirant 1,5 million de lecteurs, toutes plateformes confondues. Ajoutons que les marques du secteur Magazines comptent pour 6 des 10 meilleurs vendeurs au Québec en termes de revenus.

Les magazines de culture populaire de TVA Publications et des Publications Charron & Cie sont également très prisés, plus de 1,3 million de lecteurs étant au rendez-vous chaque semaine. En font foi la croissance de 6,2 % du lectorat papier enregistrée entre les deuxième et troisième trimestres 2016, de même que la popularité du magazine *7 Jours*, qui continue à être une référence avec 738 000 lecteurs. Les ventes des publications thématiques de *La Semaine* et de *7 Jours* ont d'ailleurs connu une telle croissance qu'elles sont désormais reconnues comme des marques à part entière et obtiennent, de ce fait, un meilleur positionnement en magasin.

L'engagement dans la communauté du magazine *Clin d'œil* doit aussi être mis en lumière. Un projet réalisé en partenariat avec la designer de bijoux Caroline Néron et les Pharmacies Jean Coutu a permis de remettre un montant de 267 000 \$ à la Fondation du cancer du sein du Québec.

Le secteur Magazines s'est aussi investi dans l'amélioration de l'expérience des utilisateurs de ses produits et services numériques en créant sept nouveaux sites Web. Dans la même veine, le secteur a procédé au lancement de son propre kiosque numérique, Molto, une application qui donne accès à près d'une soixantaine de magazines et qui, à ce jour, a déjà enregistré plus de 550 000 éditions téléchargées.

Enfin, le secteur Magazines s'est de nouveau illustré dans différents concours de l'industrie en récoltant pas moins de sept prix aux Canadian Online Publishing Awards pour l'excellence de ses publications en ligne. Ces prix ont été attribués aux magazines *Canadian Living*, *CHEZ SOI*, *Clin d'œil*, *Coup de pouce*, *ELLE Canada* et *Les idées de ma maison*.



Studios Goji inc. : l'ère des Youtubers

En 2015, Québecor Groupe Média lançait Studios Goji, une initiative innovante destinée à offrir aux plus talentueux créateurs de contenu vidéo en ligne un accompagnement personnalisé dans le développement de nouvelles occasions d'affaires multiplateformes et un soutien à la création.

À peine plus d'un an après sa création, Studios Goji regroupait déjà 27 créateurs aux profils, aux audiences et aux thématiques variées dont la production attirait quelque 1 040 000 abonnés et cumulait près de 100 millions de vues sur YouTube, en plus de 3 500 000 abonnés sur leurs médias sociaux.

De façon à soutenir et à propulser l'élan de ces jeunes créateurs, Studios Goji n'a pas ménagé les efforts pour faire connaître les expertises – développement d'audiences, monétisation, distribution et média – mises à leur disposition.

LIVRES

GROUPE LIBREX INC.



La dernière année a vu la maison Éditions Libre Expression célébrer son 40^e anniversaire, ce qu'elle a fait de belle façon en raflant pour la troisième année consécutive la palme du meilleur vendeur dans la catégorie biographie avec *La vieillesse par une vraie vieille* de Janette Bertrand, tandis que selon Gaspard, le service d'information des ventes de livres, la palme du roman québécois le plus vendu de l'année allait à *Vi*, de Kim Thuy, une œuvre dont les droits de traduction ont déjà été acquis par cinq éditeurs étrangers.

Aux Éditions du Trécarré, les droits de traduction de la nouvelle édition du succès mondial *Les aliments contre le cancer* de Richard Béliveau ont été cédés à cinq éditeurs couvrant huit pays.

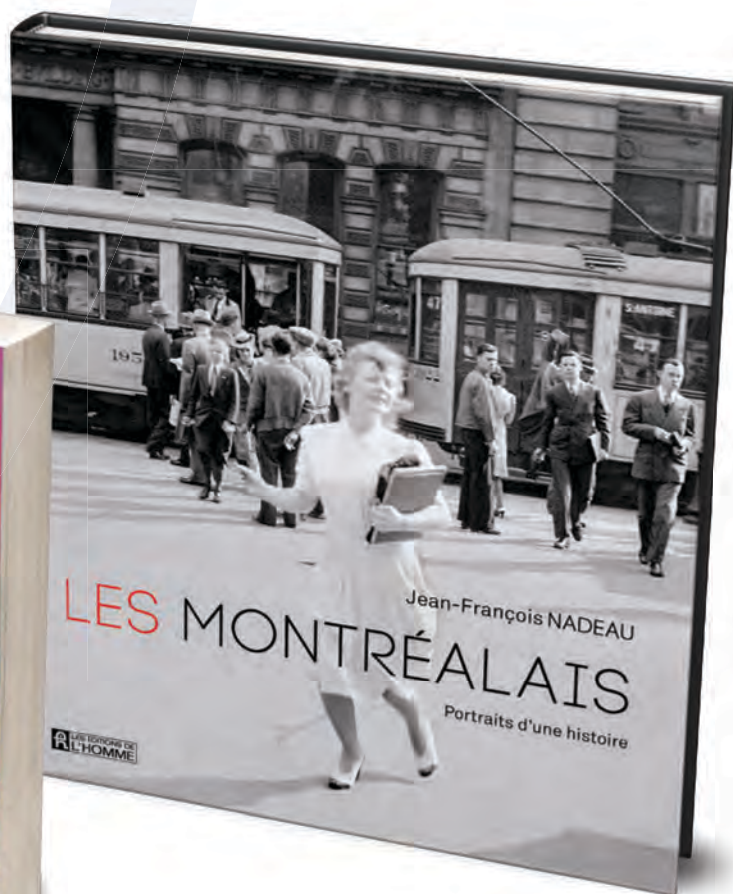
Aux Éditions Stanké, le récipiendaire du Grand prix littéraire Archambault 2016, David Goudreault, a récidivé en publiant le deuxième volet de sa trilogie, *La Bête et sa cage*. Toujours aux Éditions Stanké, l'auteur-compositeur-interprète Manu Militari a publié son premier livre, un récit de voyage intitulé *Le sourire de Leticia*. Le journaliste, chef d'antenne chez TVA et auteur innu Michel Jean a aussi dirigé la publication d'un recueil de 10 nouvelles, *Amun*, qui réunit pour la première fois des auteurs autochtones issus d'horizons, de nations et de générations différentes. Michel Jean a, en outre, signé lui-même une de ces nouvelles.

GROUPE CHARRON ÉDITEUR



De leur côté, les Éditions La Semaine ont vendu près de 200 000 exemplaires depuis sa parution en 2015, de *Famille futée 2* d'Alexandra Diaz, animatrice reconnue et de Geneviève O'Gleman, nutritionniste réputée. La publication de plusieurs autres titres d'auteurs vedettes,

dont *Clodine – Ma cuisine express* de Clodine Desrochers, *Alimentation parents/enfants – Un guide pour aider vos enfants à bien s'alimenter* de Martin Allard et *Recettes réconfortantes de maman* d'Anik Dumontet, a aussi contribué à faire de 2016 une année exceptionnelle.



GROUPE HOMME

Jeunes de leurs 59 ans, Les Éditions de l'Homme ont continué à innover et à saisir les moments et les mouvements importants de notre société avec toute la force de leur expertise afin de faire rayonner la culture et les auteurs d'ici.

La parution de nombreuses publications tournant autour du 375^e anniversaire de Montréal en est un bon exemple. Plusieurs ouvrages ayant la métropole québécoise comme thématique ont ainsi vu le jour, parmi lesquels *Les Montréalais – Portraits d'une histoire*, de l'historien et journaliste Jean-François Nadeau, *Montréalissimo – Vivre et manger à l'italienne*, de Lynne Faubert, Michele Forgione et David de Stefano, ainsi que *Belles demeures historiques de l'île de Montréal*, de l'historien de l'architecture François Rémillard et du photographe d'art et d'architecture Brian Merrett.

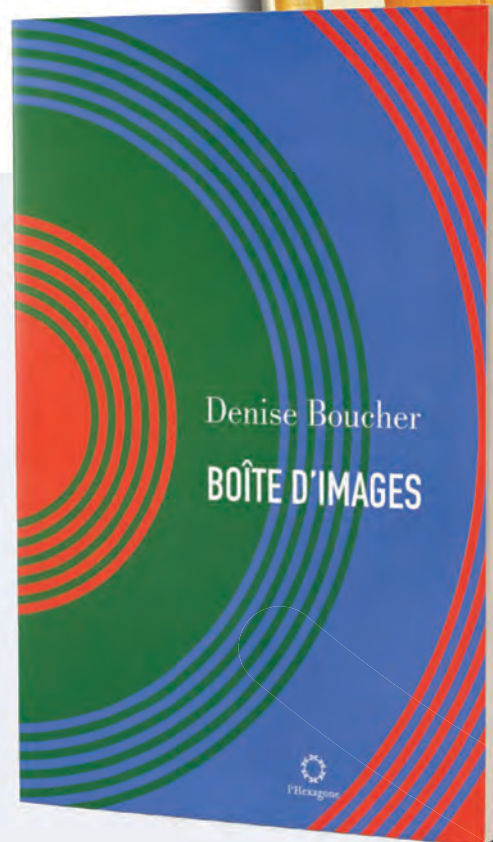
Plusieurs autres titres ont connu une importante faveur populaire, dont *Le Code Québec – Les sept différences qui font de nous un peuple unique au monde*, de Jean-Marc Léger, Jacques Nantel et Pierre Duhamel ; *Couche-Tard ou l'audace de réussir*, de Guy Gendron ; *Le témoin*, de Lino Zambito ; le

guide du vin *Le Lapeyrie 2017*, de Philippe Lapeyrie ; de même que *Manger et bouger au féminin*, d'Isabelle Huot et Josée Lavigueur, pour ne donner que ces exemples.

Du côté des Éditions Petit Homme (rayon jeunesse), 7 nouveaux titres se sont ajoutés au catalogue de la collection biographique *Raconte-moi*, qui en comptait déjà 15. Soulignons qu'au 31 décembre 2016, la collection cumulait des ventes de 90 000 exemplaires. Enfin, le quatrième tome de la très populaire bande dessinée *La bande à Smikee*, de Freg, a aussi fait grand plaisir à ses lecteurs, en plus de remporter le Prix des jeunes lecteurs 2016 au Salon du livre de Trois-Rivières. L'auteur y est d'ailleurs allé d'un nouveau projet, *Léo P., détective privé – Tome 1*, une œuvre éclatée alliant bande dessinée et roman.

LE GROUPE VILLE-MARIE LITTÉRATURE INC.

Plusieurs œuvres de fiction se sont fait remarquer chez VLB éditeur en 2016, dont *Mostarghia*, de Maya Ombasic, *Les murailles*, d'Erika Soucy, *J't'aime encore – Monologue amoureux*, de Roxanne Bouchard, *Le dernier chant des premiers peuples*, de Jean Bédard, et *Coco*, du précoce et talentueux Antoine Charbonneau-Demers, lauréat du Prix Robert-Cliche 2016. Les essais n'ont pas été en reste, avec *Les Superbes – Une enquête sur le succès et les femmes*, de Léa Clermont-Dion et Marie-Hélène Poitras, *Enseigner au Québec*, de Normand Baillargeon, *Le point sur la langue – Cinquante essais sur le français en situation*, de Louis Cornellier, et *L'État succursale – La démission politique du Québec*, de Simon-Pierre Savard-Tremblay. On notera aussi *Stadorama – 25 points de vue sur le Stade olympique*, un beau livre consacré à l'empreinte sociale, architecturale et culturelle du Stade olympique, et les *Lettres à une jeune journaliste*, de Josée Boileau. Le *Bulletin d'histoire politique*, enfin, a produit trois numéros, dont l'un intitulé *La francophonie nord-américaine : bilan historiographie*.

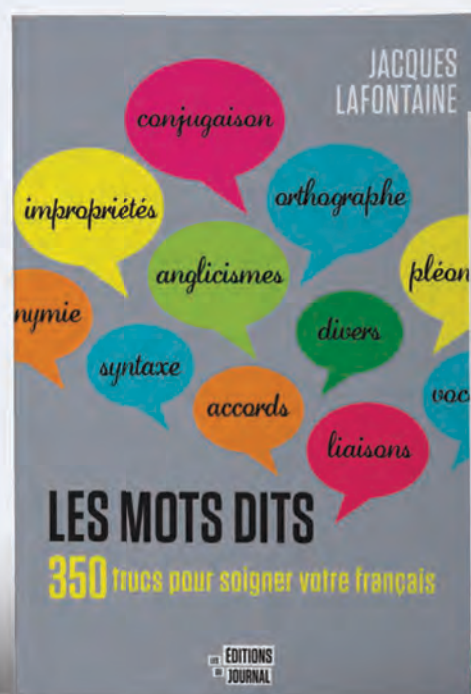


Parmi les seuls éditeurs de poésie au Québec, Les Éditions de l'Hexagone ont fait paraître trois recueils de poésie, dont *Boîte d'images*, de Denise Boucher ainsi que *Conversations sur le visible – Entretiens avec Gilles Noël*, de Michel Brault. Geneviève Boudreault a été finaliste au prix Alain-Grandbois de l'Académie des lettres du Québec avec *Le regard est une longue montée*, tandis que le chercheur indépendant en littérature et en histoire de l'art Richard Foisy a reçu le prix Richard-Arès pour *Un poète et son double : Jean Narrache – Émile Coderre* et le Prix des Dix pour l'ensemble de son œuvre.

Soucieuses d'offrir aux jeunes lecteurs des livres de haute tenue esthétique et culturelle, Les Éditions de La Bagnole ont entre autres publié *Deux garçons et un secret*, un album d'une grande sensibilité d'Andrée Poulin et Marie Lafrance, *Même pas vrai*, de Larry Tremblay et Guillaume Perreault, *La doudou qui ne sentait pas bon*, de Claudia Larochelle et Maira Chiodi, *La belle histoire d'une vieille chose*, de Louis Émond et Steve Adams et *La main*, un conte de Guy de Maupassant dont Fabrice Boulanger a fait une adaptation et en a signé les illustrations.

Pour leur part, Les éditions du Journal ont publié *Les mots dits – 350 trucs pour soigner votre français*, du linguiste Jacques Lafontaine, *Promenades historiques à Montréal*, sous la direction de Jean-François Leclerc et en collaboration avec le Centre d'histoire de Montréal, ainsi que *Montréal : 60 événements qui ont marqué l'histoire de la métropole*, de Gilles Proulx et Jean-Philippe Messier.

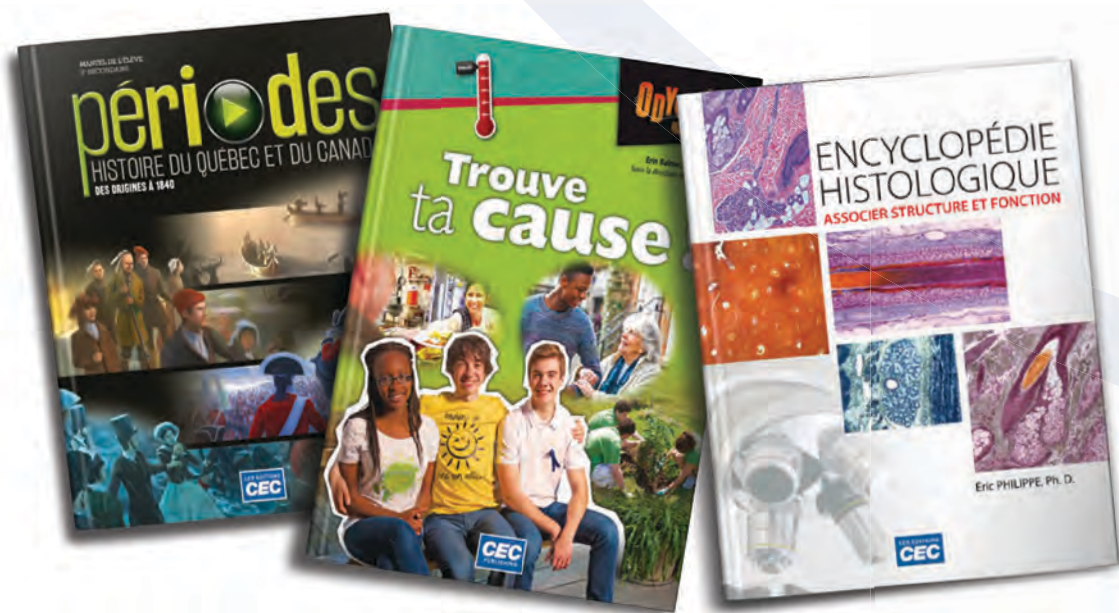
La maison TYPO, de son côté, a non seulement fait paraître de nombreuses réimpressions afin d'entretenir un fonds riche et diversifié, mais également une nouvelle édition de *Les demi-civilisés*, de Jean-Charles Harvey – agrémentée d'une nouvelle postface du spécialiste Guildo Rousseau –, et *La gifle*, de Roxanne Bouchard.



LES ÉDITIONS CEC INC.

Placée sous le signe du 60^e anniversaire de la maison, 2016 a vu paraître la collection *Périodes*, conçue selon le programme de formation *Histoire du Québec et du Canada* de 3^e et 4^e secondaire et qui offre des enrichissements numériques de qualité aux enseignants et à leurs élèves. Départ remarqué, aussi, pour *Odyssée*, une collection de livres de français langue seconde créée pour le marché ontarien et adoptée par plusieurs conseils scolaires.

Au niveau universitaire, Les Éditions CEC sont fières du Prix d'excellence en enseignement 2016 de l'Université Laval, catégorie volume pédagogique, remporté par le Dr Eric Philippe pour la parution de *l'Encyclopédie histologique – Associer structure et fonction*.



Messageries A.D.P. inc.: chaque livre trouve son lecteur

Inspirée par sa mission qui veut que *Chaque livre trouve son lecteur*, Messageries A.D.P. a enregistré en 2016 des ventes de plus de 5,9 millions d'exemplaires tirés de plus de 42 000 différents titres (romans, livres de recettes, bandes dessinées, manuels scolaires). Forte d'un catalogue numérique de 7 670 titres et ajoutant la prestigieuse maison Albin Michel à son portefeuille numérique, l'entreprise a réaffirmé sa position de premier diffuseur et distributeur de livres francophones au Canada.

MUSIQUE

MUSICOR

En mettant en marché 11 projets d'albums musicaux – 3 de plus qu'en 2015 – et en obtenant huit mises en nomination et en remportant deux Félix lors du gala de l'ADISQ, Musicor a réaffirmé sa place au nombre des joueurs qui comptent dans l'industrie québécoise de la musique et du divertissement en 2016.

De nouvelles étoiles se sont ajoutées à la galaxie Musicor en cours d'année, dont celles de Mélissa Ouimet et Alexe Gaudreault, qui ont toutes deux présenté un premier album éponyme aux Québécois. La chanson *Placebo*, co-écrite par Alexe Gaudreault, Mariane Cossette-Bacon et Jonathan Nathaniel, s'est d'ailleurs rapidement mérité la faveur du public en atteignant le sommet du palmarès BDS à l'automne et en y demeurant sept semaines. Son premier album en carrière lui a, en outre, valu deux prix SOCAN, un exploit en soi.

Trois albums signés par des artistes dont la réputation n'est plus à faire ont aussi été proposés aux mélomanes, dont *Regarde autour*, de Bruno Pelletier, *La route infinie*, de Marie-Ève Janvier et Jean-François Breau, et *Les incontournables*, d'Irvin Blais. Trois autres artistes lanceront un album sous étiquette Musicor en 2017, soit Sally Folk, Annie Villeneuve et Yvan Pedneault, finaliste à l'édition 2016 de *La Voix*.

Le label d'artistes émergents Ste-4 Musique a, par ailleurs, fêté son 4^e anniversaire en mettant quatre nouveaux albums en marché, soit *No Return*, de Mentana ; *Ricochets*, de Joseph Edgar ; *Tout le monde veut jouer avec Pépé*, de Pépé et sa guitare ; et *Fuego*, de Caravane. Le label permettra également au travail de deux autres artistes de voir le jour sous peu, soit Maritza et Clay and Friends.



Marie-Ève Janvier et Jean-François Breau

Musicor à l'ADISQ

Félix

- ▶ Brigitte Boisjoli, gagnante du Félix Album de l'année – Réinterprétation avec *Hommage à Patsy Cline*
- ▶ Marie-Mai – gagnante du Félix Interprète féminine de l'année avec *M*.

Autres mises en nomination

- ▶ Laurence Jalbert, Interprète féminine de l'année et Album de l'année – Folk avec *Ma route*
- ▶ Rémi Chassé, Révélation de l'année et Album de l'année – Rock avec *Debout dans l'ombre*
- ▶ Yves Lambert avec la collaboration de SoCalled, Album de l'année – Traditionnel avec *Lambert dans ses bottines*
- ▶ Artistes variés, Album de l'année – Réinterprétation avec *Forever Gentlemen*



DISTRIBUTION SELECT

Les chiffres ne permettent pas d'en douter : Distribution Select est demeuré le plus important distributeur indépendant au Canada en 2016 avec 46 % des parts du marché francophone au Québec et 17,5 % des parts du marché pour l'ensemble des produits vendus en sol québécois, sans compter un catalogue de 8 200 titres audio et 1 740 produits vidéo provenant de plusieurs artisans de renom, deux bassins de contenus offrant de nombreuses et intéressantes occasions de convergence pour Québecor et ses différents auditoires.

Loin de s'arrêter là, Distribution Select a profité de 2016 pour conclure 47 nouvelles ententes de

distribution avec, notamment, Sphère Musique, Gestion Son et Image (GSI), Gestion Patrick Norman et la société américaine Alliance Entertainment/Amped, de même que pour renouveler 10 ententes qui venaient à terme en cours d'année. À la suite de la cessation des activités du distributeur indépendant DEP au début de 2017, Distribution Select a signé de nombreuses ententes avec des artistes réputés de la scène québécoise, dont Éric Lapointe et Roch Voisine, de même qu'avec plusieurs maisons de disques telles que Spectra Musique, La Tribu et Dare To Care. L'entreprise a aussi mis 722 nouvelles parutions audio et 192 parutions vidéo en marché. Ajoutons que 12 titres de producteurs québécois distribués par Distribution Select ont réussi à se classer au *Top 200* des meilleures ventes canadiennes répertoriées par la firme Nielsen SoundScan, un signe éloquent de l'efficacité de son réseau de distribution.



Parmi les succès récompensés par Music Canada, Distribution Select a ajouté à son tableau d'honneur une certification disque de diamant pour l'album 25 d'Adele, des certifications disque de platine pour *Nous autres* du tandem 2Frères, pour le DVD *Yoan Live au Centre Vidéotron* et pour l'album de *La Voix* et, enfin, une certification disque d'or pour l'album *Les grandes artères* de Louis-Jean Cormier.

Distribution Select a continué de développer son réseau en ajoutant 96 nouveaux points de vente non traditionnels à sa liste de clients, dont le nombre total a été porté à 682 au Québec. Soulignons que 500 d'entre eux sont des détaillants non traditionnels pour lesquels Distribution Select est le distributeur exclusif.

En distribution numérique, l'entente avec Merlin a permis à l'entreprise d'élargir la portée de son réseau en y ajoutant notamment les plateformes de Pandora, de PULSELOCKER et de SHAZAM. L'accompagnement technique et stratégique offert par Select Digital auprès des producteurs et labels dans le cadre de leur stratégie digitale globale a aussi assuré une optimisation de la performance de leurs contenus vidéo et un accroissement de la monétisation. Le résultat : une augmentation de près de 300 % (par rapport à 2015) du nombre de pistes écoutées en continu, augmentation qui a permis d'accroître de 80 % les revenus générés par ce mode de consommation, palliant ainsi une part importante de la baisse de revenus provenant du téléchargement.



**QUÉBECOR
CONTENU**

CONTENU

Québecor Contenu assume un mandat des plus stratégiques en cette ère où les contenus sont des facteurs de différenciation primordiaux. Sa mission est de créer, de développer, d'acquérir, de diffuser et d'exporter des contenus audiovisuels distinctifs et de qualité afin de permettre aux consommateurs de vivre une expérience multiplateforme hors de l'ordinaire, en plus de faire rayonner les créateurs d'ici tant au Québec que sur la scène internationale. La continuation de cette activité pour l'entreprise est donc promue à un grand avenir.

La dernière année aura été fort intéressante à ces égards, en permettant à Québecor Contenu de faire valoir sa vision et ses compétences en collaborant

activement avec les créateurs et les producteurs, à la fois sur le plan du développement des contenus et sur celui de la naissance de nouvelles marques.

Québecor Contenu a ainsi pu démontrer sa capacité à accompagner créateurs et producteurs dès les débuts et à toutes les étapes de la création de séries originales, de même que sa créativité pour optimiser le développement de nouvelles marques lors de leur lancement et pour offrir la meilleure expérience de visionnement en fonction de la plateformes visée (à ce sujet, mentionnons la présentation de *Blue Moon* d'abord sur illico puis sur addik^{TV} et la présentation de *L'imposteur* sur les ondes de TVA). Enfin, Québecor Contenu a aussi offert un accompagnement stratégique apprécié dans l'adaptation de formats d'envergure, comme celui de *La Voix Junior*.

La Voix Junior





ACQUISITIONS

Qu'ont en commun les sociétés DHX Media, Endemol Shine International, NBCUniversal, Disney, Fox, Paramount, Scripps Networks, Discovery International, Les Films Séville, Viacom et Warner ? Ce sont là autant d'entreprises – parmi les plus prestigieuses de l'industrie de la production audiovisuelle – avec lesquelles Québecor Contenu a, en cours d'année, signé d'importantes ententes afin d'acquérir ou d'avoir accès à différents contenus parmi les plus prisés des auditoires mondiaux.


Ces contenus se retrouvent sur TVA, les chaînes spécialisées de Groupe TVA et sur Club illico. Soulignons par exemple les acquisitions de films québécois dont *1:54*, *Le Trip à trois* et *Innocence*.

DÉVELOPPEMENT

Grâce à une collaboration soutenue entre Québecor Contenu et Armoza, des émissions diffusées sur les ondes de TVA ont suscité de l'intérêt sur le marché international. Cela a notamment été le cas du format de l'émission de téléréalité *Vol 920*, qui a été vendu en Italie et dont l'adaptation, diffusée sur la chaîne Italia Uno, s'intitule *Flight 616*. Des options sur le format de l'émission ont aussi été vendues en France et en Espagne.

Après avoir connu un franc succès au Québec, la série de fiction *Karl & Max*, d'abord diffusée sur Club illico, a été vendue à TV5 Monde, alors que l'émission *Le Tricheur* trouvait preneur en Russie. Une option sur le format de l'émission de variétés *Sur invitation seulement* a été vendue en Espagne, tandis qu'une option sur le format de l'émission de variétés *Faites comme chez vous* était prise en Allemagne.





**GROUPE
SPORTS ET
DIVERTISSEMENT**



Céline Dion

CENTRE VIDÉOTRON

De grands événements sportifs, culturels et familiaux ont marqué la première année du Centre Vidéotron, qui a soufflé sa première bougie en septembre 2016. Ainsi, ce sont plus de 1,1 million de personnes qui ont franchi les portes de l'amphithéâtre, qui a accueilli 93 spectacles et événements sportifs ainsi que 30 événements corporatifs, faisant du Centre Vidéotron un endroit incontournable pour la tenue d'événements d'envergure. À ce titre, près de 30 % des spectateurs proviennent de l'extérieur de la région métropolitaine de Québec, ce qui génère des retombées économiques importantes pour la ville de Québec.

Domicile des Remparts de Québec, le Centre Vidéotron a présenté 34 matchs de la saison régulière 2015-2016 et deux matchs des séries éliminatoires de la Ligue de hockey junior majeur du Québec (LHJMQ). Le milieu sportif a d'ailleurs adopté ce lieu de grands rassemblements. Lors de son passage dans la Vieille-Capitale dans le cadre du match préparatoire de la Coupe du monde de hockey présenté en septembre, le commissaire adjoint de la LNH, Bill Daly, s'est dit impressionné et a qualifié le Centre Vidéotron de l'un des meilleurs amphithéâtres en Amérique du Nord.

On compte, parmi les artistes qui sont montés sur la scène du Centre Vidéotron, Metallica, Muse, Rihanna, Pearl Jam, Justin Bieber, Bryan Adams et Charles Aznavour, sans oublier Céline Dion, qui a offert cinq représentations à guichets fermés au mois d'août.

Référence de marque dans l'industrie mondiale des concerts, Pollstar a d'ailleurs classé le Centre Vidéotron au cinquième rang des arénas les plus achalandées au Canada après, notamment, Toronto, Vancouver et Montréal, faisant de l'amphithéâtre une salle multifonctionnelle d'envergure reconnue et appréciée du public, comme en fait foi l'impressionnant taux de satisfaction de 96 % des spectateurs quant à leur expérience.





Coupe du monde FIS de ski de fond

GESTION D'ÉVÉNEMENTS

Experte de l'organisation d'événements sportifs et culturels d'envergure, Gestion d'événements GesteV inc. (GesteV) a connu une année 2016 marquée par plusieurs grands rendez-vous.

En marge de la série de spectacles de Céline Dion au Centre Vidéotron, l'entreprise a notamment organisé l'événement *Accueillons Céline* sur la place Jean-Béliveau qui surplombe l'amphithéâtre. Plus de 5 000 admirateurs de la chanteuse s'y sont déplacés pour lui témoigner leur amour et, pour quelques chanceux, prendre une photo avec leur idole.

Gestionnaire du fabuleux site récréotouristique de la Baie de Beauport, GesteV a connu une saison estivale des plus remplies. Le site a notamment accueilli le groupe britannique Mumford & Sons pour un concert en plein air. Événement historique, ce fut le retour, après 50 années d'absence, de la baignade dans le fleuve Saint-Laurent, qui s'est ajoutée à la multitude d'activités déjà offertes, comme la planche à voile, le catamaran, le kitesurf et le kayak.

GesteV s'est aussi lancée dans la course à pied, un sport pour lequel l'engouement populaire ne cesse de croître, avec le Marathon SSQ Lévis-Québec, ainsi que cinq autres activités du circuit Courir à Québec. Les amateurs de planche à neige et de ski acrobatique ont, quant à eux, pu assister au Jamboree présenté à Stoneham pour une 11^e année consécutive. Enfin, les trois escales québécoises de la Coupe du monde FIS de ski de fond à Gatineau, à Montréal et à Québec, la Coupe du monde UCI de vélo de Montagne au mont Sainte-Anne ainsi que les festivités entourant le départ et l'arrivée de la plus ancienne course transatlantique, la Transat Québec-Saint-Malo, sont aussi au nombre des rendez-vous sportifs proposés par GesteV en 2016.





HOCKEY

Les Remparts de Québec et l'Armada de Blainville-Boisbriand, deux propriétés de Québecor, ont fait la fierté de leurs partisans en 2016. Véritable institution à Québec, les Remparts de Québec ont battu un record d'assistance au cours de la saison 2015-2016. Plus de 470 000 spectateurs ont assisté à un match de l'équipe, un exploit non seulement au sein de la LHJMQ mais aussi dans tout le hockey junior canadien.

La saison 2016-2017, qui s'est amorcée en septembre, a marqué le 20^e anniversaire du retour des Remparts à Québec. Pour célébrer cette importante étape, les chandails numéro 12 et 7 portés par André Savard et Guy Chouinard, deux joueurs de la première génération de l'équipe, ont été retirés.

Le Salon des Anciens Remparts, un lieu de rencontre et d'échanges inauguré au début de la saison 2016-2017, est une autre façon de reconnaître l'apport des anciens joueurs de Québec.

De son côté, l'Armada de Blainville-Boisbriand a causé une grande surprise en éliminant les Foreurs de Val-d'Or au premier tour des séries 2016 de la LHJMQ, alors que 40 points séparaient les deux équipes au classement à la fin de la saison régulière. Plusieurs nouveautés visant à bonifier l'expérience des partisans de l'Armada ont aussi fait leur apparition. Que ce soit la présentation de matchs thématiques, l'installation d'une caméra qui capte des moments inédits dans les gradins ou la mise sur pied du Fan club Armaniacs, les amateurs de hockey sont plongés dans une atmosphère captivante.

Armada de Blainville-Boisbriand



Remparts de Québec



**ENGAGEMENT
SOCIAL**

NOS EMPLOYÉS

En 2016, forte d'une culture organisationnelle toujours plus convergente, Québecor a implanté de façon encore plus durable ce *modus operandi* au sein de l'ensemble de ses filiales.

Plusieurs initiatives ont été mises en œuvre afin d'intensifier la collaboration entre les groupes dans le but d'unir les efforts de tous autour d'objectifs communs. Ainsi, Québecor a entrepris une analyse rigoureuse des possibilités technologiques visant à faciliter l'harmonisation, la communication et le partage des meilleures pratiques internes entre les équipes.

Dans le courant de la prochaine année, après la mise en place progressive d'une nouvelle plateforme collaborative et infonuagique au sein de plusieurs groupes, ceux-ci seront reliés en réseaux et bénéficieront de nombreuses fonctionnalités qui faciliteront la cohésion et le travail d'équipe.

Ayant à cœur d'améliorer à la fois l'expérience de ses employés et ses capacités d'interprétation de données en ressources humaines, Québecor a procédé à une analyse de ses besoins et du marché en vue d'acquiescer un système intégré en ressources humaines (SIRH) unifié et novateur. La solution sélectionnée sera implantée dans l'ensemble des filiales à compter du printemps 2017 et offrira à Québecor un avantage concurrentiel indéniable. Elle permettra, entre autres, de faciliter la gestion et les prises de décisions, de rendre plus performante la planification et la mise œuvre de programmes, d'accélérer le développement du talent, d'effectuer un traitement des données plus rapide avec des informations de meilleure qualité ainsi que d'accéder à des informations en temps réel via le libre-service.

L'entreprise a d'autre part poursuivi le développement de son approche flexible en gestion de la performance, dont la mise en œuvre a débuté en 2015. Cette formule moderne et adaptée au contexte d'affaires actuel est basée sur la relation et la rétroaction en continu avec les employés. De plus, Québecor a actualisé son programme de rémunération exécutive afin que les efforts des employés de tous les groupes soient orientés vers l'atteinte d'objectifs convergents à moyen et à long termes.



Québecor reconnaît aussi l'importance de promouvoir la santé et le mieux-être au travail auprès de ses employés afin qu'ils puissent pleinement jouer leur rôle dans l'atteinte des objectifs d'affaires de l'entreprise. En ce sens, Québecor a débuté une démarche visant la structuration formelle d'un programme de santé et mieux-être émanant du siège social. De plus, certaines activités, comme la consolidation des activités de prévention des lésions professionnelles, qui a permis l'adhésion progressive de 23 entités en mutuelle de prévention en 2015 et en 2016, ont déjà débuté.

Enfin, toutes ses initiatives ont un but commun : le bien-être des employés de l'entreprise. Consciente que son succès repose sur les talents qui la compose, Québecor offre une ambiance de travail stimulante et dynamique, où chaque personne est considérée pour ses compétences et ses forces. La diversité étant une richesse de notre société, l'entreprise s'est également engagée à créer un milieu de travail inclusif, équitable et accessible à tous, peu importe l'âge, le genre, la culture, la religion, le handicap ou l'orientation sexuelle de ses employés. Québecor évolue dans un marché en pleine évolution et, dans ce contexte, l'acquisition de talents fait partie de ses préoccupations constantes.

L'année 2016 a été riche en initiatives visant à augmenter l'engagement de ses quelque 10 100 employés :

Groupe Média

- ▶ Mise en place d'un guichet unique RH
- ▶ Harmonisation des conditions de travail entre les filiales
- ▶ Mise en place et formation des membres du comité d'équité en matière d'emploi

Groupe Télécom

- ▶ Élaboration d'une stratégie d'engagement des employés favorisant l'alignement stratégique, la productivité et la performance
- ▶ Mise en œuvre d'un nouveau programme de développement du leadership auprès des cadres
- ▶ Transformation de l'approche d'acquisition de talents auprès des candidats vers un mode proactif

Groupe Sports et divertissement

- ▶ Harmonisation de certains éléments liés aux conditions de travail
- ▶ Actualisation de la structure organisationnelle permettant de mieux faire face aux défis globaux
- ▶ Synergie et collaboration accrues au sein du Groupe

Une mission qui s'incarne en cinq comportements-clés

- > Performance*
- > Innovation et créativité*
- > Passion du client*
- > Agilité*
- > Travail d'équipe*



ENVIRONNEMENT ET DÉVELOPPEMENT DURABLE



**ON
RECYCLE**
UNE FIN HEUREUSE POUR
VOS APPAREILS ÉLECTRONIQUES

Chaque année, depuis deux décennies, ce sont de multiples gestes concrets que Québecor met en œuvre pour faire vivre son engagement environnemental. L'année 2016 n'a pas fait exception, car l'entreprise a poursuivi ses initiatives visant à réduire l'impact de ses activités sur l'environnement.

Réduction des GES et efficacité énergétique

Prenant part au *Projet de divulgation des émissions de carbone* depuis 2011, Québecor met de l'avant des initiatives pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre (GES). Le plus récent bilan carbone illustre que Québecor a émis près de 15 700 tonnes équivalent de CO₂ en 2015, une réduction de 35 % depuis 2012 principalement due à la vente d'actifs. De plus, sa politique et son plan d'action d'efficacité énergétique l'ont amenée à mettre en œuvre les initiatives suivantes : l'installation de huit bornes électriques, la mise en place de projets d'efficacité énergétique dans neuf sites, la formation d'un comité d'efficacité énergétique et la création d'un guide des bonnes pratiques en efficacité énergétique. Soulignons également que, depuis déjà près de 10 ans, le siège social de Québecor dispose d'un toit vert parmi les plus hauts du Québec.

Recycler pour faire la différence

La gestion responsable des déchets électroniques peut avoir un réel impact positif sur l'environnement. À ce titre, depuis 2012, le programme *On recycle* de Vidéotron a permis de détourner plus de deux millions de petits produits électroniques des sites d'enfouissement. Et pour les personnes qui ne peuvent se déplacer dans un point de vente de Vidéotron ou du SuperClub Vidéotron, un programme leur permettant d'envoyer leurs petits appareils électroniques par la poste a été instauré.

En collaboration avec l'organisme communautaire Service d'intégration au travail-Mauricie, le programme *2^e vie*, assure la gestion responsable des matériaux



électroniques provenant de l'entretien et de l'amélioration du réseau de télécommunications de Vidéotron, tout en favorisant l'intégration de personnes vivant avec un problème de santé mentale. Parmi les autres types de matériaux pris en charge par Québecor, on compte le matériel informatique, les câbles et tourets, les palettes de bois, le plastique, le verre, le papier, le carton, le métal, la vitre, le mobilier de bureau et les cartouches d'imprimantes.

Des achats responsables

Québecor a commencé à intégrer à ses appels d'offres des critères visant la prise en compte du développement durable dans le processus d'acquisition de biens et de services.

L'entreprise favorise l'approvisionnement en papier 100 % recyclé postconsommation pour l'impression de ses livres en noir et blanc (428 tonnes de papier en 2016) et en papier écologique certifié Forest Stewardship Council™ pour la majorité de ses magazines (6 541 tonnes de papier en 2016).

L'engagement environnemental de Québecor s'exprime également par de petits gestes quotidiens, notamment par l'achat de papier administratif 100 % recyclé postconsommation, de produits d'entretien ménager écologiques et par l'utilisation de vaisselle recyclable ou compostable au Centre Vidéotron.

Des initiatives originales

Fier collaborateur officiel du programme *375 000 arbres*, Québecor continue d'offrir un soutien financier à Jour de la Terre Québec et déploie une vaste campagne promotionnelle dans toutes ses plateformes médiatiques. En 2016, dans le cadre de ce partenariat, 250 arbres ont été plantés sur les terrains du Journal de Montréal et de MELS grâce à la participation des employés.

S'inscrivant dans un mouvement mondial, Québecor a participé au *PARK(ing) Day*, une manifestation internationale qui vise à transformer des places de stationnement en espaces verts, artistiques et conviviaux afin d'imaginer de nouveaux usages urbains pour la ville de demain avec moins de voitures. Sur le plan de la mobilité, Québecor a été récompensée par l'organisme Voyagez Futé pour ses diverses initiatives en transport durable.

Tout aussi soucieuse de l'environnement, Gestev est certifiée pour ses pratiques responsables en gestion d'événements selon la norme 9700-253 du Bureau de normalisation du Québec (BNQ). En 2016, quatre événements ont été classifiés niveau 2 selon la norme BNQ 9700-253. Cette norme permet de donner un cadre de référence en ce qui a trait à la saine gestion des matières résiduelles, à l'évitement des émissions de GES, à la sélection de fournisseurs locaux, à la gestion du matériel, de l'énergie et de l'eau, de même qu'à la sélection de l'alimentation. Allant au-delà de cette norme, Gestev intègre un volet d'implication sociale auprès de la communauté, d'éducation des participants, des bénévoles et de contribution à l'économie locale à ses événements. Le Vélirium, le Ski Tour Canada, le Jamboree, la Transat Québec-Saint-Malo et l'assemblée générale annuelle de Québecor sont au nombre des événements écoresponsables de 2016.





Grand défi Pierre Lavoie

PARTENAIRE DE LA COMMUNAUTÉ

L'engagement dans la communauté est une tradition de longue date chez Québecor, une tradition qui prend appui sur la pensée et les valeurs profondément humanistes de son fondateur, Pierre Péladeau. Pour ce regretté homme d'affaires et philanthrope, une entreprise qui recevait beaucoup devait tout naturellement, en retour, donner beaucoup.

C'est en étant animée par cette vision du monde que, année après année, Québecor apporte un soutien qui se veut le plus pertinent et constructif possible à plus de 400 organismes et événements qui contribuent à améliorer, d'une façon ou d'une autre, la qualité de vie des Québécois.

Et comme chacun le sait, ce ne sont pas les « causes » d'intérêt qui manquent, d'autant plus que le Québec fait aujourd'hui face à des enjeux de société majeurs, notamment sur les plans social, environnemental et économique. C'est d'ailleurs avec la volonté de poser des gestes significatifs qui contribuent à bâtir l'avenir de notre société que Québecor a conçu son approche en matière philanthropique. Ainsi, en 2016, la valeur de ses engagements à cet égard a totalisé 42,7 M \$, soit 2,9 % du BAIIA de l'entreprise.

Les secteurs d'intervention que Québecor a choisi de privilégier : au premier plan, la culture – qui occupe une place prédominante dans la vision de l'entreprise et à laquelle elle consacre près de la moitié de ses efforts financiers en philanthropie –, l'entrepreneuriat, l'éducation, la jeunesse, le soutien communautaire, le sport amateur, l'environnement et, enfin, la santé et la recherche. L'image que sont appelés à former tous ces points une fois reliés : celle d'une société dynamique et en santé ainsi que celle d'une société qui dispose des leviers nécessaires à son épanouissement et qui lui ouvrent les portes d'échanges avec le reste du monde.

C'est avec enthousiasme et détermination que Québecor apporte son soutien à tous ces organismes qui, d'une façon ou d'une autre, travaillent à faire en sorte que ses concitoyens puissent aspirer à une meilleure qualité de vie. Elle est d'ailleurs heureuse de vous en présenter quelques-uns ici.

Culture

Il serait impensable de ne pas accorder à la culture un soutien inconditionnel. Parce qu'elle est l'âme des peuples, qu'elle est tout ce qui fait notre humanité et qu'elle reflète notre identité et nos aspirations. Et comment oublier que la culture est aussi un point de rencontre privilégié entre toute les sociétés et qu'elle contribue aussi, à cet égard, à nous faire grandir.

- ▶ Centre Segal des arts de la scène
- ▶ École nationale de l'humour
- ▶ Éléphant : mémoire du cinéma québécois
- ▶ Espace Félix-Leclerc
- ▶ Festival de la chanson de Tadoussac
- ▶ Festival de la Poutine de Drummondville
- ▶ Festival de musique émergente d'Abitibi-Témiscamingue
- ▶ Festival international de la Poésie de Trois-Rivières
- ▶ Festival Présence autochtone
- ▶ Festival en chanson de Petite-Vallée
- ▶ Festival Vue sur la relève des arts de la scène
- ▶ Fête de la Musique de Tremblant
- ▶ Musée national des beaux-arts du Québec
- ▶ Pointe-à-Callière, cité d'archéologie et d'histoire de Montréal (Fort de Ville-Marie – Pavillon Québecor)
- ▶ Prix de la danse de Montréal
- ▶ Société pour l'avancement de la chanson d'expression française (SACEF)
- ▶ Théâtre du Rideau Vert
- ▶ Théâtre La Bordée
- ▶ Wapikoni mobile



Fête de la Musique de Tremblant

Jeunesse

S'il est vrai que c'est sur la jeunesse que repose l'avenir, on peut difficilement trouver un motif plus réfléchi et plus sérieux pour faire en sorte que les jeunes générations d'aujourd'hui disposent des appuis et des outils pour traverser avec succès cette étape de leur vie et aspirer à jouer un rôle productif en société.

- ▶ L'Ancre des jeunes
- ▶ Fondation Madeli-Aide
- ▶ Fondation maman Dion
- ▶ Fondation Père Sablon
- ▶ Jeunes musiciens du monde
- ▶ La Maison Kekpart
- ▶ Motivaction Jeunesse
- ▶ Refuge des jeunes de Montréal

Éducation

Parce que l'éducation est un des piliers sur lesquels s'érigent les sociétés, Québecor estime qu'il est de son devoir, comme citoyen corporatif, de soutenir l'action de ce secteur dont on ne saurait surestimer l'importance.

- ▶ Collège François-de-Laval
- ▶ École de technologie supérieure
- ▶ École Joseph-François-Perrault
- ▶ Éducaide
- ▶ Fondation Asselin du Cégep de Jonquière
- ▶ Fondation du Cégep Limoilou
- ▶ Fondation Héros de tous les jours
- ▶ Fondation pour l'encouragement scolaire
- ▶ La Fondation du Salésien de Sherbrooke



Entrepreneuriat

Nombreux sont les observateurs qui se disent soucieux quant à la relève entrepreneuriale au Québec, une préoccupation d'autant plus justifiée que notre économie repose en large part sur les PME. Aux côtés de plusieurs autres acteurs, Québecor se fait donc un point d'honneur de participer à l'effort visant à susciter de l'intérêt pour l'entrepreneuriat chez les générations montantes.

- ▶ Bourses Pierre-Péladeau
- ▶ C2 Montréal
- ▶ Défi OSEntreprendre
- ▶ Fondation de l'entrepreneurship
- ▶ Fondation Montréal inc.
- ▶ Le Centre d'Aide aux Entreprises Haute-Yamaska et région
- ▶ Maison Notman

Soutien communautaire

Bon nombre de nos concitoyens ont besoin d'un coup de pouce à court ou à long terme pour affronter les défis que la vie a mis sur leur route. Parce que la solidarité est une valeur importante que nous partageons avec les Québécois, Québecor est heureuse d'aider les organismes qui ont choisi d'épauler ceux qui en ont vraiment besoin.

- ▶ Le Chaînon
- ▶ L'Itinéraire
- ▶ Fondation Centre Philou
- ▶ Dans la rue
- ▶ Les Patros
- ▶ Fondation Martin-Matte
- ▶ Regroupement des Magasins-Partage de l'île de Montréal

Sport amateur

La pratique d'un ou de plusieurs sports fait partie des saines habitudes de vie qu'il est possible d'adopter. Le sport peut cependant aussi être une source d'inspiration et de motivation, une invitation au dépassement. C'est pour cette raison que Québecor soutient un de nos plus grands athlètes, ainsi que divers organismes et événements sportifs qui nous invitent à repousser les limites.

- ▶ Alex Harvey, fondeur québécois
- ▶ Centre National d'Entraînement Pierre-Harvey
- ▶ Club de la médaille d'or
- ▶ Grand défi Pierre Lavoie
- ▶ Granfondo Garneau Québecor
- ▶ Coupe du monde de ski de fond
- ▶ Jeux Olympiques spéciaux du Québec

Santé et recherche

Penser à la santé, c'est notamment penser à la recherche et à tous ceux et celles qui s'y consacrent, dans un objectif de prévention ou afin de trouver des traitements à la maladie. C'est aussi offrir un accompagnement attentif et tout le confort voulu lorsque vient la fin de la vie.

- ▶ Fondation CHU Ste-Justine
- ▶ Fondation Institut de gériatrie de Montréal
- ▶ Fondation de l'Institut universitaire de cardiologie et de pneumologie de Québec
- ▶ Maison de Soins Palliatifs de Laval
- ▶ Nez pour vivre
- ▶ Opération Enfant Soleil



CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS DE QUÉBECOR INC.*

CONSEIL D'ADMINISTRATION

André P. Brosseau ^{1,2}
Président du conseil et
chef de la direction,
Les Investissements Du Musée inc.

Pierre Dion
Président du conseil,
Québecor Média inc.

Christian Dubé
Premier vice-président, Québec,
Caisse de dépôt et placement du Québec

Jean La Couture, FCPA, FCA ¹
Vice-président du conseil,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et
président,
Huis Clos Itée

Sylvie Lalande ²
Présidente du conseil,
Groupe TVA inc., et
administratrice de sociétés

Geneviève Marcon ²
Présidente,
GM Développement inc.

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

Robert Paré
Associé principal,
Fasken Martineau DuMoulin, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Érik Péladeau
Président,
Groupe Lelys inc.

Normand Provost ¹
Administrateur de sociétés

DIRIGEANTS

Le très honorable Brian Mulroney
Président du conseil

Jean La Couture
Vice-président du conseil

Pierre Karl Péladeau
Président et chef de la direction

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

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

Sylvain Bergeron
Vice-président, Fiscalité

Chloé Poirier
Vice-présidente et trésorier

Denis Sabourin
Vice-président et contrôleur corporatif

Dominique Poulin-Gouin
Secrétaire adjointe

Sophie Riendeau
Secrétaire adjointe

¹ Membre du comité d'audit

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

* En date du 11 mai 2017

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

CONSEIL D'ADMINISTRATION

André P. Brosseau ^{1,2}

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

Pierre Dion

Président du conseil,
Québecor Média inc.

Christian Dubé

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

Jean La Couture, FCPA, FCA ^{1,3}

Vice-président du conseil,
Québecor inc. et Québecor Média inc., et
président,
Huis Clos Itée

Sylvie Lalande ²

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

Geneviève Marcon ²

Présidente,
GM Développement inc.

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

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

Robert Paré ³

Associé principal,
Fasken Martineau DuMoulin, S.E.N.C.R.L., s.r.l.

Érik Péladeau

Président,
Groupe Lelys inc.

Normand Provost ^{1,3}

Administrateur de sociétés

COMITÉ DE DIRECTION

Pierre Karl Péladeau

Président et chef de la direction

Pierre Dion

Président du conseil

Manon Brouillette

Présidente et chef de la direction,
Vidéotron Itée

Julie Tremblay

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

Jean-François Pruneau

Vice-président principal et
chef de la direction financière

Marc M. Tremblay

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

J. Serge Sasseville

Vice-président principal,
Affaires corporatives et institutionnelles

Denis Desaulniers

Vice-président, Ressources humaines

France Lauzière

Vice-présidente principale,
Québecor Contenu, et
vice-présidente de la programmation,
Groupe TVA inc.

Lyne Robitaille

Vice-présidente principale,
Journaux, Livres et Magazines,
Québecor Groupe Média

Christian Jetté

Président, Édition, Secteur Livres,
Québecor Groupe Média, et
président-directeur général,
Les Éditions CEC inc.

Anne Vivien

Vice-présidente exécutive,
Développement musique,
Québecor Groupe Média

¹ Membre du comité d'audit

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

³ Membre du comité exécutif

* En date du 11 mai 2017