

RAPPORT DE GESTION

Le 12 novembre 2014

Le présent rapport de gestion vise à aider le lecteur à comprendre et à évaluer les tendances et les changements d'importance liés aux résultats d'exploitation et à la situation financière de Yellow Média Limitée et de ses filiales pour le trimestre et la période de neuf mois clos le 30 septembre 2014. Ce rapport doit être lu parallèlement à nos états financiers consolidés audités et à notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ainsi qu'à nos états financiers résumés intermédiaires non audités et aux notes complémentaires pour la période close le 30 septembre 2014. Les rapports trimestriels, le rapport annuel et les informations supplémentaires figurent à la section « Rapports financiers » du site Web de la Société, à l'adresse www.entreprise.pj.ca/fr. Pour obtenir de plus amples renseignements, notamment notre notice annuelle, veuillez visiter le site de SEDAR à l'adresse www.sedar.com.

Dans le présent rapport de gestion, les termes « nous », « notre/nos », la « Société », « Yellow Média » et « PJ » désignent Yellow Média Limitée et ses filiales (notamment Financement YPG inc. [auparavant Yellow Média Inc.]), Groupe Pages Jaunes Corp., 411 Local Search Corp. (« 411 »), Mur à Mur Média inc. (« Mur à Mur »), YPG (USA) Holdings, Inc. et Yellow Pages Group, LLC (ces deux derniers étant collectivement appelés YP [États-Unis]).

INFORMATION PROSPECTIVE

Notre structure de présentation des résultats reflète la façon dont nous gérons notre entreprise et dont nous classons nos activités aux fins de planification et d'évaluation du rendement. Le présent rapport de gestion comprend des affirmations au sujet des objectifs, des stratégies, de la situation financière, des résultats d'exploitation et des activités de PJ. Ces déclarations sont considérées comme « prospectives » puisqu'elles sont basées sur nos attentes actuelles au sujet de nos activités, sur les marchés sur lesquels nous les exerçons, ainsi que sur diverses estimations et hypothèses.

L'information et les déclarations prospectives sont fondées sur un certain nombre d'hypothèses qui peuvent se révéler inexactes. Pour formuler certaines déclarations prospectives, nous avons eu recours aux hypothèses suivantes :

- nous réussirons à poursuivre la mise en œuvre de notre plan d'affaires;
- nous serons en mesure d'attirer et de conserver du personnel clé afin d'occuper des postes clés;
- nous serons en mesure de lancer, de vendre et de fournir de nouveaux produits et services;
- nos produits et services seront en forte demande dans les secteurs dans lesquels nous les vendons, soit les secteurs des annuaires, des médias numériques et de la publicité;
- nous réussirons à accroître l'utilisation de nos médias numériques détenus et exploités au rythme actuellement prévu;
- la baisse des produits tirés des médias imprimés ne s'accroîtra pas de manière significative au-delà de ce qui est actuellement prévu;
- la croissance des produits numériques ne sera pas beaucoup plus lente que ce qui est actuellement prévu;
- nous serons en mesure d'acquérir de nouveaux clients au rythme actuellement prévu et
- la conjoncture économique ne se détériorera pas au-delà des niveaux actuellement prévus.

L'information et les déclarations prospectives sont également fondées sur l'hypothèse qu'aucun des facteurs de risque indiqués pouvant faire en sorte que les résultats réels diffèrent de façon significative des résultats prévus décrits dans l'information et les déclarations prospectives ne se concrétiseront.

Dans ce rapport de gestion, les déclarations prospectives se reconnaissent à l'usage de termes comme « chercher à », « prévoir », « croire », « pouvoir », « estimer », « s'attendre à », « objectif », « avoir l'intention de », « devoir », « planifier », « prédire », « s'efforcer de », « viser », et autres verbes ou expressions semblables. Elles reflètent les attentes actuelles concernant des événements futurs et le rendement d'exploitation à venir et valent uniquement à la date du présent rapport de gestion. Les déclarations prospectives traitent d'un grand nombre de risques et d'incertitudes; elles ne devraient pas être considérées comme des garanties des résultats ou du rendement futurs et n'indiquent pas nécessairement avec précision si ces résultats ou ce rendement seront atteints. Un certain nombre de facteurs pourraient faire différer significativement les résultats ou le rendement réels de ceux indiqués dans les déclarations prospectives, y compris, sans s'y limiter, les facteurs mentionnés aux sections suivantes de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 :

- Une forte concurrence pourrait réduire la part de marché de la Société et avoir une incidence défavorable importante sur cette dernière, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;

- Une diminution plus marquée que prévu des produits tirés des médias imprimés en raison de changements dans les préférences et les habitudes des consommateurs pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- L'incapacité de la Société d'améliorer et d'élargir son offre de produits numériques et nouveaux médias pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- L'incapacité de la Société de générer des fonds suffisants, qu'ils proviennent de l'exploitation, de financements par emprunt ou par actions ou de refinancements pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- L'importance de la dette de la Société pourrait nuire à ses efforts en vue de refinancer ou de réduire sa dette et avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- L'augmentation des cotisations versées par la Société à ses régimes de retraite pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- L'incapacité de la Société ou des partenaires Telco de remplir leurs obligations découlant des conventions conclues entre ces parties pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- L'incapacité de la Société de protéger correctement et de maintenir ses marques de produits et ses marques de commerce et la contrefaçon de ces dernières par des tiers pourraient avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- Des arrêts de travail et d'autres perturbations du travail pourraient avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- La contestation par les autorités fiscales de la position de la Société relativement à certaines questions d'ordre fiscal pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- La perte de relations clés ou des changements dans le niveau de service fourni par des portails Internet, des moteurs de recherche, des sites Web individuels, des fabricants de téléphones cellulaires, et des fournisseurs de systèmes d'exploitation pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- La défaillance des ordinateurs et des systèmes de communications de la Société pourrait avoir une incidence défavorable importante sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- L'incapacité de la Société à attirer et à conserver du personnel clé pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière;
- L'incapacité de la Société à développer les plateformes de TI nécessaires à la mise en œuvre du plan de retour à la croissance;
- La Société pourrait devoir comptabiliser des charges pour dépréciation supplémentaires;
- L'incapacité de la Société d'attirer et de fidéliser des clients pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, sa situation financière et ses résultats opérationnels;
- Une proportion plus élevée que prévu des produits d'exploitation tirés des médias numériques à marge moins élevée, comme les sites Web, l'optimisation pour moteur de recherche (OMR) et le marketing par moteur de recherche (MMR), pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, sa situation financière et ses résultats opérationnels et
- Les activités de la Société dépendent de l'utilisation de ses médias mobiles et en ligne et l'incapacité d'accroître le trafic des médias numériques de la Société pourrait nuire à sa capacité d'augmenter ses produits d'exploitation et d'étendre ses activités.

D'autres risques et incertitudes dont la direction n'a pas actuellement connaissance ou qu'elle ne juge pas significatifs pour l'instant pourraient également avoir une incidence défavorable significative sur les activités, la situation financière ou la performance financière de la Société. Bien que les déclarations prospectives contenues dans le présent rapport de gestion soient fondées sur des hypothèses que la direction de la Société estime raisonnables, la Société ne peut garantir aux investisseurs que les résultats réels seront conformes aux déclarations prospectives et avise les lecteurs qu'il ne faut pas s'y fier indûment. Ces déclarations prospectives sont présentées à la date du présent rapport de gestion, et la Société ne s'engage aucunement à les mettre à jour ou à les réviser en fonction de nouveaux faits ou de nouvelles circonstances, sous réserve d'une obligation imposée par les lois sur les valeurs mobilières.

DÉFINITIONS NÉCESSAIRES À LA COMPRÉHENSION DE NOS RÉSULTATS

Bénéfice d'exploitation avant amortissements, dépréciation des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)

Nous faisons état de notre BAIIA (bénéfice d'exploitation avant amortissements, dépréciation des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles et frais de restructuration et charges spéciales). Le BAIIA n'est pas une mesure du rendement définie par les IFRS et il n'est pas considéré comme un substitut du bénéfice d'exploitation (de la perte d'exploitation) ou du bénéfice net pour mesurer le rendement de Yellow Média. La définition du BAIIA n'est pas normalisée; il est donc peu probable qu'il soit comparable à des mesures semblables employées par d'autres sociétés cotées en Bourse. Le BAIIA ne devrait pas être utilisé comme mesure exclusive des flux de trésorerie, car il ne tient pas compte de l'incidence des variations du fonds de roulement, de l'impôt, des paiements d'intérêts, des dépenses d'investissement, des acquisitions d'entreprises, des réductions du capital de la dette ainsi que d'autres rentrées et sorties de fonds, qui sont présentées à la page 16 de ce rapport de gestion.

Flux de trésorerie disponibles

Les flux de trésorerie disponibles sont une mesure non définie par les IFRS largement utilisée à titre d'indicateur de la performance financière. Ils ne doivent pas être considérés comme substitut des flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation. Les flux de trésorerie disponibles se définissent comme les flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation, tels qu'ils sont présentés en vertu des IFRS, déduction faite d'un ajustement pour tenir compte des dépenses d'investissement. Les flux de trésorerie disponibles ne sont pas une mesure normalisée et ne peuvent être comparés avec ceux d'autres sociétés ouvertes.

Le rapport de gestion comprend les sections suivantes :

1. Activités, mission, stratégie et capacité à produire des résultats
2. Résultats
3. Situation de trésorerie et sources de financement
4. Flux de trésorerie disponibles
5. Hypothèses critiques
6. Risques et incertitudes
7. Contrôles et procédures

1. ACTIVITÉS, MISSION, STRATÉGIE ET CAPACITÉ À PRODUIRE DES RÉSULTATS

NOS ACTIVITÉS

Yellow Média est une société canadienne de médias numériques et imprimés qui offre aux entreprises une gamme complète de solutions de médias répondant à leurs principaux objectifs de marketing et qui fournit aux consommateurs des plateformes permettant d'accéder à des renseignements fiables sur les entreprises locales. La Société offre aux petites et aux moyennes entreprises (les « PME ») des solutions de marketing personnalisées qui se composent de produits de marketing numériques et traditionnels, notamment le positionnement prioritaire en ligne et mobile, des solutions de moteurs de recherche, des sites Web, un service d'affichage numérique ainsi que de la publicité imprimée, sur vidéo et sur les médias sociaux. Yellow Média offre également aux entreprises à l'échelle nationale des services haut de gamme de marketing numérique et de médias de performance. La Société offre des services à environ 260 000 entreprises locales partout au Canada par l'intermédiaire de son effectif de vente, qui se compose d'environ 1 100 conseillers médias et membres du personnel de soutien aux ventes.

Yellow Média détient l'une des plus grandes banques de données présentant des renseignements riches et organisés sur les entreprises locales au Canada, qui rejoint les consommateurs canadiens par l'intermédiaire de divers médias numériques et imprimés détenus et exploités et par l'intermédiaire de divers réseaux de recherche locale. La Société détient et exploite certains des principales publications et des principaux médias au Canada, notamment les annuaires imprimés Pages Jaunes^{MC}, P.J.ca^{MC}, Canada411.ca^{MC}, RedFlagDeals.com^{MC}, Canpages.ca^{MC} et les sites Web pour ordinateur 411.ca de même que les applications de recherche mobile PJ, PJ Shopwise^{MC}, RedFlagDeals et Canada 411.

Pour consulter l'information sur les activités, la mission, la stratégie et la capacité à produire des résultats de Yellow Média, se reporter aux sections correspondantes du rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2013.

2. RÉSULTATS

Cette section présente un aperçu de notre performance financière pour le troisième trimestre de 2014 par rapport à la période correspondante de 2013. Nous présentons plusieurs mesures afin d'aider nos investisseurs à mieux comprendre notre rendement. Certaines de ces mesures ne sont pas définies par les IFRS. Ces mesures financières sont définies à la page 3 du présent rapport de gestion et constituent des éléments importants dont il faut tenir compte lors de l'analyse de notre rendement.

RENDEMENT GLOBAL

- Les produits ont diminué de 18,9 M\$, ou 8 %, par rapport au troisième trimestre de 2013, pour s'établir à 218,4 M\$.
- Le bénéfice d'exploitation avant amortissements et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA) a diminué de 26,9 M\$, ou 26,3 %, par rapport au troisième trimestre de 2013, pour s'établir à 75,3 M\$.
- Les produits numériques consolidés ont représenté 52 % des produits consolidés, soit une augmentation par rapport à 42,8 % pour la période correspondante de 2013.

FAITS SAILLANTS

(EN MILLIERS DE DOLLARS CANADIENS, SAUF L'INFORMATION SUR LES ACTIONS)

	Trimestres clos les 30 septembre	
	2014	2013
Produits	218 427 \$	237 350 \$
Bénéfice d'exploitation avant amortissements et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)	75 262 \$	102 147 \$
Bénéfice net	26 542 \$	41 775 \$
Bénéfice de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires	0,98 \$	1,51 \$
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	57 208 \$	79 191 \$
Flux de trésorerie disponibles ¹	37 641 \$	64 260 \$

¹ Se reporter à la section 4 pour un rapprochement des flux de trésorerie disponibles.

PRODUITS (EN MILLIONS DE DOLLARS)

↓ (8 %)

T3 2014	218,4 \$
T3 2013	237,4 \$

BAIIA (EN MILLIONS DE DOLLARS)

↓(26,3 %)

T3 2014	75,3 \$
T3 2013	102,1 \$

RENDEMENT PAR RAPPORT À LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE

La mission de la Société est de favoriser l'économie locale de quartier en permettant aux entreprises du Canada de communiquer, d'interagir et de nouer des relations avec leurs consommateurs. Ainsi, Yellow Média cherche à devenir le chef de file du numérique local au Canada en établissant des relations d'affaires solides entre les PME et les consommateurs à l'échelle nationale. La réalisation de cet objectif se fera en plusieurs phases distinctes.

L'exercice 2013 a marqué l'achèvement de la première phase de la transformation numérique de la Société, dans le cadre de laquelle la Société a investi dans le développement de nouvelles technologies et de nouveaux processus et systèmes, ainsi que dans la marque et la formation de ses employés, afin de solidifier ses assises en matière de numérique. Au début de 2014, la Société a établi le plan de retour à la croissance afin de guider de manière efficace l'exécution de la deuxième phase de sa transformation et de renforcer ses relations avec les PME et les consommateurs canadiens. En augmentant le nombre de clients d'ici 2017, Yellow Média renouera avec la croissance des produits et du BAIIA en 2018, ce qui est l'objectif du plan de retour à la croissance. La mise en œuvre réussie de ce plan de retour à la croissance permettra à Yellow Média de se positionner en tant que chef de file dans le marché canadien de la publicité numérique locale au Canada et, ultimement, lui fournira une plateforme renforcée qui lui permettra de se diversifier, de démarrer de nouvelles entreprises numériques et d'atteindre son objectif à long terme de devenir le chef de file du numérique local au Canada.

Afin d'assurer la mise en œuvre réussie de la deuxième phase de la transformation numérique de Yellow Média et du plan de retour à la croissance, la Société concentrera ses efforts sur les secteurs clés suivants en 2014 :

- Promouvoir les possibilités de la marque – Lancer des campagnes de publicité ciblées afin de mieux faire connaître la marque numérique et d'en améliorer la perception au sein de notre bassin de consommateurs et des PME, ainsi que de souligner la transformation numérique de la marque;
- Attirer un bassin d'utilisateurs de grande valeur – Offrir une meilleure expérience aux utilisateurs, améliorer la qualité, l'exhaustivité et la pertinence du contenu et fournir des applications numériques attrayantes pour découvrir les entreprises locales au sein du quartier, afin de favoriser la croissance du bassin d'utilisateurs de produits numériques;
- Répondre aux besoins des clients – Fournir des solutions numériques de qualité, offrir une expérience de ventes améliorée, assurer une exécution supérieure des campagnes de marketing de nos clients et améliorer notre service à la clientèle afin de favoriser l'acquisition de clients et d'assurer la fidélisation de la clientèle;
- Investir dans les employés – Soutenir la transformation numérique de la Société en attirant et en conservant des employés dotés des connaissances requises en technologies de l'information, en médias numériques, en vente et en service à la clientèle, tout en offrant la formation nécessaire pour améliorer les compétences en matière de numérique au sein de l'entreprise et
- Améliorer l'efficacité – Implanter des technologies qui optimiseront les processus, simplifieront les activités d'exploitation et favoriseront la rentabilité.

Promouvoir les possibilités de la marque

En contribuant au changement de la perception qu'ont les consommateurs et les PME de Pages Jaunes, les initiatives de valorisation de la marque sont essentielles pour aider Yellow Média à se positionner en tant que leader au sein du marché de la publicité numérique locale. En 2014, des campagnes ciblées entreprise-consommateur et interentreprises ont été lancées à l'échelle nationale pour améliorer la perception de la marque numérique, accroître l'utilisation des médias numériques de PJ et soutenir de manière plus efficace l'acquisition de clients et l'adoption des solutions numériques de la Société.

La Société a déjà investi dans un certain nombre de campagnes multimédias entreprise-consommateur afin d'accroître la notoriété et l'adoption de l'application mobile PJ. Après la campagne publicitaire télévisée diffusée à l'échelle nationale d'avril à juin 2014, la Société a lancé une vaste campagne publicitaire extérieure dans tous les plus grands marchés urbains du Canada. Intitulée L'assaut des marchés locaux, cette campagne comprenait des panneaux d'affichage extérieurs, de la promotion dans le cadre d'événements et des publicités numériques présentées en introduction de vidéos, de même que des annonces dans des centres urbains à très grande circulation à Toronto, Montréal, Calgary et Vancouver. La campagne L'assaut des marchés locaux a été un succès dans chacun de ces marchés et s'est traduite par un important rappel de la marque, une amélioration notable des principaux paramètres de connaissance de la marque et une augmentation des téléchargements de l'application mobile PJ. Une deuxième campagne publicitaire numérique est actuellement en cours dans ces marchés afin d'accroître la notoriété et l'utilisation des fonctionnalités Prix de l'essence et Promos disponibles sur l'application mobile PJ.

Dans le but d'accroître l'acquisition de clients et l'adoption des solutions numériques de PJ, la Société continue de lancer diverses initiatives interentreprises partout au Canada. La campagne radiophonique faisant la promotion des produits de la Société pour ses sites Web et Facebook qui a été diffusée à Montréal, à Toronto et à Calgary plus tôt cette année l'est maintenant à Vancouver. Des initiatives de marketing de contenu continuent également d'être déployées à l'échelle nationale, afin de faire connaître aux clients actuels et futurs les dernières tendances en matière de marketing numérique, de même que la gamme de produits et services numériques de PJ.

En complément de ses campagnes entreprise-consommateur et interentreprises, Yellow Média travaille actuellement à améliorer son architecture de marque. Conformément à la nouvelle architecture, la plupart des médias et solutions de la Société seront renommés « PJ » ou « Pages Jaunes », ce qui rendra leurs noms plus faciles à mémoriser et permettra de bâtir une notoriété spontanée. Comme la marque « Pages Jaunes » demeure extrêmement connue et respectée au Canada, cette architecture repensée tirera aussi parti de l'héritage de la marque qui, depuis 100 ans, sert de pont entre les entreprises et les clients à l'échelle du pays. À ce jour, la Société a simplifié son site de recherche : auparavant nommé pagesjaunes.ca, il s'appelle maintenant pj.ca. Son image de marque a également été modifiée, passant de « Groupe Pages Jaunes » à « Pages Jaunes », ce qui est actuellement reflété sur le site pour les entreprises de la Société, dans les adresses courriel des employés et sur la signalisation extérieure.

Attirer un bassin d'utilisateurs de grande valeur

Accroître le trafic dans tous les médias numériques de Yellow Média est un élément clé pour générer un rendement intéressant sur le capital investi aux clients actuels et futurs. Le total des visites sur nos médias numériques, c'est-à-dire le nombre de visites sur les médias fixes et mobiles PJ, RedFlagDeals et PJ Shopwise, a augmenté pour atteindre 110,2 millions au cours du troisième trimestre de 2014, comparativement à 100,4 millions de visites pour la période correspondante de l'exercice précédent.

Afin d'offrir aux utilisateurs des médias de recherche attrayants pour la recherche locale dans le quartier, l'information doit être complète, riche et pertinente. En 2014, la Société a continué d'améliorer l'exhaustivité et la pertinence de tout le contenu disponible sur ses plateformes. Au 30 septembre 2014, environ 215 000 nouveaux profils de marchand avaient été créés aux fins de publication sur les médias numériques de Yellow Média, comparativement à 74 000 au 30 juin 2014. Du nouveau contenu éditorial a également été rendu disponible sur PJ.ca pour stimuler davantage l'engouement des utilisateurs. Au cours du troisième trimestre de 2014, une série d'articles nommés Trucs pratiques, visant à aider les utilisateurs à prendre des décisions d'achat éclairées, a été publiée sur les médias numériques de PJ. Une section « Les meilleurs de votre quartier » a aussi été ajoutée, afin de faire connaître aux utilisateurs les entreprises locales les mieux notées dans leur quartier et dans les secteurs avoisinants.

La Société met au point actuellement de nouveaux médias verticaux afin d'offrir une expérience de recherche plus ciblée dans des catégories où elle est sous-représentée, comme le magasinage, la restauration, l'immobilier et les loisirs. En octobre 2014, Yellow Média a lancé une version mise à jour de son application mobile Shopwise pour iOS et Android. Renommée PJ Shopwise et notée « meilleure nouvelle application » dans l'App Store, l'application mobile comporte maintenant une page d'accueil remaniée ainsi que des fonctionnalités plus intuitives et des circulaires d'une cinquantaine de détaillants à télécharger.

Répondre aux besoins des clients

La croissance du nombre de clients de Yellow Média est un élément clé pour l'atteinte d'une croissance à long terme durable des produits et du BAIIA. Au 30 septembre 2014, le nombre de clients de la Société s'établissait à 260 000, comparativement à 283 000 clients à la période correspondante de l'exercice précédent. Accroître l'acquisition de clients est crucial pour la Société afin d'assurer un retour à la croissance de son bassin de clientèle. Pour la période des douze derniers mois close le 30 septembre 2014, PJ a acquis 20 200 nouveaux clients, comparativement à 14 800 pour la période correspondante de l'exercice précédent et à 18 400 pour la période de douze mois close le 30 juin 2014. L'acquisition de clients s'est accélérée grâce à des équipes de vente élargies et au lancement de nouveaux programmes de stimulants à la vente et de produits numériques d'entrée de gamme, ainsi que grâce au déploiement graduel d'une nouvelle plateforme de gestion des relations avec la clientèle visant à optimiser l'affectation et la gestion des occasions d'affaires dans tous les canaux de vente.

L'adoption de la Solution 360^oMC PJ demeure un levier important contribuant à la rétention de la clientèle, car elle donne aux PME l'accès à une gamme complète de solutions numériques comme le positionnement en ligne et mobile, des solutions de moteurs de recherche personnalisées, des services de gestion de sites, une présence sur les médias sociaux et l'affichage numérique. Le taux de pénétration de la Solution 360^o PJ, défini comme l'achat par des clients de trois catégories de produits ou plus, a augmenté pour s'établir à 34,9 % au 30 septembre 2014, comparativement à 24 % pour la période correspondante de l'exercice précédent. Le taux de renouvellement parmi les clients de la Solution 360^o PJ s'établit actuellement à 90 %, comparativement à 82 % pour les clients autres que ceux de la Solution 360^o PJ, et à 85 % pour l'ensemble de la clientèle de PJ. Afin d'améliorer la satisfaction de la clientèle et les taux de renouvellement, des outils permettant d'offrir aux PME une expérience de vente améliorée, une livraison de solutions numériques de qualité et en temps opportun et une résolution plus rapide des problèmes des clients ont également été lancés au sein des équipes de vente, d'exécution des commandes et de service à la clientèle de la Société.

ACQUISITION DE CLIENTS ET RENOUVELLEMENT DES CONTRATS

	Périodes de douze mois closes les 30 septembre	
	2014	2013
Nombre de clients ¹	260 000	283 000
Taux de renouvellement de la part des clients ²	85 %	85 %
Nouveaux clients ²	20 200	14 800

¹ Exclut l'apport de 411 et de Mur à Mur.

² Principales activités de PJ seulement, exclut Mediative, 411 et Mur à Mur.

Investir dans les employés

Yellow Média recrute activement des talents, tout en créant un environnement de travail dynamique qui stimule l'innovation numérique. Au cours du troisième trimestre de 2014, Yellow Média a tenu des événements à l'intention de ses employés pour les informer sur les progrès, encourager la mobilisation au sein de l'entreprise et souligner le rôle clé que jouent les employés en tant qu'ambassadeurs du plan de retour à la croissance de Yellow Média. L'événement a généré un fort taux de satisfaction au sein de l'entreprise, et les employés ont démontré une meilleure compréhension des principales initiatives de la Société, une motivation à mener à bien ces projets et une confiance accrue envers la capacité de Yellow Média à réussir sa transformation numérique.

Améliorer l'efficacité

Yellow Média met en œuvre des projets pour encourager les économies de coûts et l'efficacité au sein de l'entreprise. La Société continue la rationalisation de ses activités liées aux médias imprimés en consolidant ses systèmes traditionnels de publication imprimée, en alignant mieux la distribution d'annuaires à la demande et en internalisant une partie de sa distribution. Nous avons également mis en place des initiatives visant à favoriser l'amélioration des processus et l'automatisation au sein des équipes de vente, d'exécution des commandes et de service à la clientèle. Parallèlement, les plateformes de TI traditionnelles sont actuellement mises hors service et remplacées pour améliorer la marge de manœuvre à l'égard de l'exploitation.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET FINANCIERS CONSOLIDÉS

(EN MILLIERS DE DOLLARS CANADIENS, SAUF L'INFORMATION SUR LES ACTIONS ET LES MONTANTS PAR ACTION)

	Trimestres clos les 30 septembre		Périodes de neuf mois closes les 30 septembre	
	2014	2013	2014	2013
Produits	218 427 \$	237 350 \$	662 209 \$	733 810 \$
Coûts d'exploitation	143 165	135 203	411 065	408 951
Bénéfice d'exploitation avant amortissements et frais de restructuration et charges spéciales	75 262	102 147	251 144	324 859
Amortissements	19 723	15 589	56 073	44 058
Frais de restructuration et charges spéciales	2 746	4 011	12 645	10 204
Bénéfice d'exploitation	52 793	82 547	182 426	270 597
Charges financières, montant net	16 009	23 098	54 874	69 369
Bénéfice avant impôt sur le résultat et bénéfices liés aux participations dans des entreprises associées	36 784	59 449	127 552	201 228
Charge d'impôt sur le résultat	10 242	18 029	34 415	56 183
Bénéfices liés aux participations dans des entreprises associées	-	355	178	521
Bénéfice net	26 542 \$	41 775 \$	93 315 \$	145 566 \$
Bénéfice de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires	0,98 \$	1,51 \$	3,43 \$	5,22 \$
Bénéfice dilué par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires	0,84 \$	1,30 \$	2,93 \$	4,49 \$
Total de l'actif			1 759 226 \$	1 841 026 \$
Dette à long terme (y compris la tranche à court terme, en excluant les débetures échangeables)			573 523 \$	766 792 \$
Débetures échangeables			88 606 \$	87 616 \$

ANALYSE DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET FINANCIERS CONSOLIDÉS

Produits

Les produits ont diminué de 8 %, pour s'établir à 218,4 M\$ au troisième trimestre de 2014, comparativement à 237,4 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent, et ils ont diminué de 9,8 %, pour s'établir à 662,2 M\$, pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, comparativement à 733,8 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Les produits continuent de subir l'incidence défavorable de la perte globale de clients et de la réduction des dépenses de publicité imprimée des clients importants (se reporter au tableau Variation des dépenses ci-dessous). Pour contrebalancer ces tendances et retourner à une croissance du nombre de clients d'ici 2017, Yellow Média continue d'investir afin d'accélérer le rythme annualisé d'acquisition de clients et d'offrir une expérience améliorée aux clients actuels et futurs.

Bien qu'ils aient diminué, les produits tirés des médias imprimés demeurent conformes aux attentes et le recul des produits montre des signes de stabilisation, ces derniers ayant diminué de 22,8 % d'un exercice à l'autre pour s'établir à 104,8 M\$ au troisième trimestre de 2014 et de 22,7 % d'un exercice à l'autre pour s'établir à 336,3 M\$ pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014. En 2014, la Société a lancé l'initiative Simplification de l'annuaire imprimé (« SAI »), qui vise à stimuler les produits tirés des médias imprimés. En augmentant la taille des publicités imprimées sans coûts additionnels pour le client ou presque, SAI assure le taux de renouvellement de la part des clients tout en préservant le contenu et l'utilisation de ses annuaires imprimés. L'initiative simplifie également le processus de vente pour nos conseillers média en réduisant le nombre de produits imprimés à présenter aux clients.

Les produits consolidés tirés des médias numériques se sont élevés à 113,6 M\$ au troisième trimestre de 2014 et à 325,9 M\$ pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, soit une croissance de 11,9 % et de 9 %, respectivement. Nous avons franchi une étape importante au cours du troisième trimestre de 2014 : les produits consolidés tirés des médias numériques ont représenté plus de 50 %, soit 52 %, des produits consolidés, en hausse comparativement à 42,8 % à la période correspondante de 2013. Les produits tirés des produits numériques relativement aux principales activités de PJ, compte non tenu de l'incidence de Mediative, de 411 et de Mur à Mur, ont enregistré une augmentation de 8,7 % d'un exercice à l'autre pour le troisième trimestre de 2014 et de 10 % pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014.

La croissance des produits tirés des médias numériques continue de découler de la migration des dépenses des clients des médias imprimés vers les solutions numériques. La croissance des produits tirés des médias numériques est également soutenue par l'acquisition de clients, car la majorité des nouveaux clients n'achètent que des produits numériques. Au 30 septembre 2014, le nombre de clients recourant exclusivement aux médias numériques a augmenté pour s'établir à 32 700, comparativement à 21 300 à la même période de l'exercice précédent. Les clients recourant exclusivement aux médias numériques représentaient 13 % de la clientèle de PJ au 30 septembre 2014, en hausse par rapport à 8 % à la même période de l'exercice précédent.

Au 30 septembre 2014, 55 % des clients de PJ achetaient nos produits de placement prioritaire en ligne détenus et exploités, comparativement à 43 % pour la période correspondante de l'exercice précédent. Le placement prioritaire mobile et les services numériques demeurent également des produits numériques à croissance rapide, avec un taux de pénétration de la clientèle atteignant 23 % et 10 %, respectivement, au 30 septembre 2014, comparativement à un taux de pénétration de la clientèle de 12 % pour le placement prioritaire mobile et de 8 % pour les services numériques au 30 septembre 2013. Bénéficiant de l'adoption continue de la Solution 360° PJ dans les canaux de vente de la Société, les unités génératrices de produits^{1, 2} (« UGP ») par client ont continué d'augmenter, passant de 1,78 au troisième trimestre de 2013 à 1,86 au troisième trimestre de 2014.

PÉNÉTRATION DE LA CLIENTÈLE¹

	Trimestres clos les 30 septembre	
	2014	2013
Médias imprimés	87 %	92 %
Médias numériques détenus et exploités³	63 %	61 %
Positionnement prioritaire en ligne	55 %	43 %
Positionnement prioritaire mobile	23 %	12 %
Positionnement traditionnel	6 %	18 %
Services numériques⁴	10 %	8 %

¹ Clients des principales activités de PJ seulement, en excluant l'incidence des clients de Mediative, de 411 et de Mur à Mur.

² Les unités génératrices de produits évaluent le nombre de groupes de produits choisis par les clients de PJ.

³ Pourcentage des clients de PJ qui achètent au moins un produit de positionnement prioritaire en ligne, de positionnement prioritaire mobile, lié au profil d'entreprise virtuel, lié à la vidéo HD ou traditionnel.

⁴ Pourcentage des clients de PJ qui achètent au moins un produit de gestion de site Web, d'OMR, de MMR, de solution Facebook ou d'affichage numérique ciblé.

VARIATION DES DÉPENSES

	Périodes de douze mois closes les 30 septembre	
	2014	2013
Chez les clients qui ont renouvelé leur contrat¹		
Augmentation des dépenses²		
Distribution des clients	27 %	30 %
% des produits	29 %	30 %
Dépenses stables³		
Distribution des clients	55 %	51 %
% des produits	29 %	25 %
Diminution des dépenses⁴		
Distribution des clients	18 %	19 %
% des produits	42 %	45 %
Produits moyens par client⁵	3 226 \$	3 256 \$

INDICATEURS D'EXPLOITATION

	Aux 30 septembre	
	2014	2013
Taux de pénétration de la Solution 360° PJ ¹	34,9 %	24 %
UGP par client ¹	1,86	1,78
Clients recourant exclusivement aux médias numériques ¹	32 700	21 300
Produits tirés des médias numériques (en milliers de dollars canadiens) ⁶	113 617 \$	101 578 \$
Produits consolidés tirés des médias numériques en pourcentage du total des produits ⁶	52 %	42,8 %

¹ Clients des principales activités de PJ seulement, en excluant l'incidence des clients de Mediative, de 411 et de Mur à Mur.

² Clients de PJ qui ont renouvelé leur contrat et qui ont enregistré une augmentation des dépenses de plus de 5 % d'un exercice à l'autre.

³ Clients de PJ qui ont renouvelé leur contrat et qui ont enregistré une augmentation des dépenses allant de 0 % à 5 % d'un exercice à l'autre.

⁴ Clients de PJ qui ont renouvelé leur contrat et qui ont enregistré une diminution des dépenses d'un exercice à l'autre.

⁵ Exclut l'apport de 411 et de Mur à Mur.

⁶ Pour les trimestres clos les 30 septembre.

BAIIA

Le BAIIA a diminué de 26,9 M\$ pour s'établir à 75,3 M\$ au cours du troisième trimestre de 2014, comparativement à 102,1 M\$ pour la période correspondante de 2013, et il a diminué de 73,7 M\$ pour s'établir à 251,1 M\$ au cours de la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, comparativement à 324,9 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution du BAIIA est imputable principalement à la baisse des produits, combinée à une baisse de la marge sur BAIIA. Notre marge sur BAIIA pour le troisième trimestre de 2014 s'est établie à 34,5 %, comparativement à 43 % pour la période correspondante de 2013, et elle s'est établie à 37,9 % pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, comparativement à 44,3 % pour la période correspondante de l'exercice précédent. La baisse des produits et les investissements relatifs au plan de retour à la croissance sont les principaux facteurs expliquant la diminution de la marge sur BAIIA pour le trimestre et la période de neuf mois clos le 30 septembre 2014.

Le coût des produits vendus a diminué de 0,1 M\$ pour s'établir à 78,5 M\$ au troisième trimestre de 2014, comparativement à 78,6 M\$ pour la période correspondante de 2013, et il a diminué de 9,5 M\$ pour s'établir à 227,4 M\$ au cours de la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, comparativement à 236,9 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution pour le trimestre et la période de neuf mois clos le 30 septembre 2014 découle essentiellement de la diminution des coûts des produits vendus liée à la baisse des produits, de la diminution des coûts de fabrication liés aux médias imprimés et de la réduction de la main-d'œuvre dans nos secteurs traditionnels. Ces économies de coûts ont été en partie contrebalancées par une augmentation des coûts liés à la prestation et à l'exécution de nos produits et services numériques et des charges liées à 411.

Au troisième trimestre de 2014, la marge brute a diminué pour s'établir à 64,1 %, comparativement à 66,9 % pour la période correspondante de 2013, et elle a diminué pour s'établir à 65,7 % pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, comparativement à 67,7 % pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution est principalement attribuable à une diminution des produits.

Les frais généraux et d'administration ont augmenté de 8,1 M\$ pour s'établir à 64,7 M\$ au cours du troisième trimestre de 2014, comparativement à 56,6 M\$ pour la période correspondante de 2013. L'augmentation découle principalement des investissements au titre de la marque et de la technologie en ce qui a trait à la transformation numérique. Les frais généraux et d'administration ont augmenté de 11,6 M\$ pour s'établir à 183,7 M\$ au cours de la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, comparativement à 172,1 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. L'augmentation pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014 est attribuable aux investissements au titre de la transformation numérique et à la hausse des charges relatives aux employés, facteurs contrebalancés en partie par une diminution des créances douteuses et par un avantage non récurrent lié au dénouement d'un litige.

Amortissements

La dotation aux amortissements a augmenté pour se chiffrer à 19,7 M\$ au troisième trimestre de 2014, alors qu'elle s'était établie à 15,6 M\$ au troisième trimestre de 2013, et elle s'est chiffrée à 56,1 M\$ pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, comparativement à 44,1 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent, ce qui s'explique par des dépenses d'investissement découlant du déploiement des systèmes et des plateformes à mesure que progresse la transformation numérique des activités de la Société.

Frais de restructuration et charges spéciales

Au cours du trimestre et de la période de neuf mois clos le 30 septembre 2014, nous avons comptabilisé des frais de restructuration et des charges spéciales de 2,7 M\$ et de 12,6 M\$, respectivement, liés principalement aux réorganisations internes et à la réduction de la main-d'œuvre.

Au cours du premier trimestre de 2013, nous avons comptabilisé des frais de restructuration et autres charges de 6,2 M\$. La plus grande partie de ces charges découlait des indemnités de départ versées à l'ancien président et chef de la direction de la Société. Au cours du troisième trimestre de 2013, nous avons comptabilisé des frais de restructuration et charges spéciales additionnels de 4 M\$, lesquels étaient liés à une réduction de la main-d'œuvre et à la renégociation de certaines obligations contractuelles.

Charges financières

Les charges financières ont diminué de 7,1 M\$ pour s'établir à 16 M\$ au cours du troisième trimestre de 2014, comparativement à 23,1 M\$ pour la période correspondante de 2013, et elles ont diminué de 14,5 M\$ pour s'établir à 54,9 M\$ au cours de la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, comparativement à 69,4 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution pour le trimestre et la période de neuf mois clos le 30 septembre 2014 s'explique principalement par une baisse du niveau d'endettement. De plus, au cours du deuxième trimestre de 2014, nous avons comptabilisé un profit de 3,6 M\$ à la suite de l'acquisition de la participation résiduelle dans 411, lequel a été contrebalancé par une perte de 1,2 M\$ découlant du règlement d'un billet à recevoir dont la valeur comptable était de 15,3 M\$ pour un produit en trésorerie de 14,1 M\$ et par le reclassement d'une perte de change cumulée de 1,6 M\$ des capitaux propres au bénéfice net. Aux 30 septembre 2014 et 2013, le taux d'intérêt effectif moyen sur notre portefeuille de titres d'emprunt s'établissait à 9,1 %.

Charge d'impôt sur le résultat

Les taux d'imposition combinés fédéral-provincial prévus par la loi se sont établis à 26,5 % et à 26,4 % pour les trimestres et les périodes de neuf mois clos les 30 septembre 2014 et 2013, respectivement. La Société a inscrit une charge d'impôt correspondant à 27,8 % et à 27 % du bénéfice du trimestre et de la période de neuf mois clos le 30 septembre 2014, respectivement.

La Société a inscrit une charge d'impôt de 30,3 % et de 27,9 % sur le bénéfice pour le trimestre et la période de neuf mois clos le 30 septembre 2013, respectivement. La différence entre le taux effectif et le taux prévu par la loi en 2013 et en 2014 s'explique par le fait que certaines charges n'étaient pas déductibles aux fins de l'impôt.

Bénéfices liés aux participations dans des entreprises associées

Le 1^{er} juin 2014, nous avons fait l'acquisition de la participation restante de 70 % dans 411 et nous avons comptabilisé une perte de 0,1 M\$ au cours du deuxième trimestre, pour la période allant du 1^{er} avril 2014 à la date d'acquisition. Pour le trimestre et la période de neuf mois clos le 30 septembre 2014, nous avons comptabilisé un bénéfice de néant et de 0,2 M\$, respectivement, comparativement à 0,4 M\$ et 0,5 M\$, respectivement, pour les périodes correspondantes de l'exercice précédent. Les bénéfices liés à nos participations dans des entreprises associées pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2013 comprenaient l'amortissement des immobilisations incorporelles relatif à ce placement en titres de capitaux propres.

Bénéfice net

Nous avons comptabilisé un bénéfice net de 26,5 M\$ au troisième trimestre de 2014, comparativement à 41,8 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, le bénéfice net a diminué pour s'établir à 93,3 M\$, comparativement à 145,6 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution pour le trimestre et la période de neuf mois close le 30 septembre 2014 s'explique principalement par la comptabilisation d'un BAIIA plus faible.

SOMMAIRE DES RÉSULTATS CONSOLIDÉS TRIMESTRIELS

RÉSULTATS TRIMESTRIELS

(EN MILLIERS DE DOLLARS CANADIENS, SAUF L'INFORMATION SUR LES ACTIONS ET LES MONTANTS PAR ACTION)

	2014			2013				2012 ¹
	T3	T2	T1	T4	T3	T2	T1	T4
Produits	218 427 \$	220 579 \$	223 203 \$	237 951 \$	237 350 \$	243 183 \$	253 277 \$	264 447 \$
Coûts d'exploitation	143 165	139 318	128 582	146 698	135 203	135 949	137 799	122 770
Bénéfice d'exploitation avant amortissements, dépréciation des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)	75 262	81 261	94 621	91 253	102 147	107 234	115 478	141 677
Marge sur BAIIA	34,5 %	36,8 %	42,4 %	38,3 %	43 %	44,1 %	45,6 %	53,6 %
Amortissements	19 723	18 146	18 204	16 106	15 589	14 779	13 690	23 395
Dépréciation des immobilisations incorporelles et des immobilisations corporelles	-	-	-	-	-	-	-	300 000
Frais de restructuration et charges spéciales	2 746	6 784	3 115	13 134	4 011	-	6 193	18 111
Bénéfice (perte) d'exploitation	52 793	56 331	73 302	62 013	82 547	92 455	95 595	(199 829)
Profit au règlement de la dette	-	-	-	-	-	-	-	(994 894)
Bénéfice net	26 542	27 551	39 222	30 964	41 775	50 326	53 465	821 850
Bénéfice de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires	0,98 \$	1,01 \$	1,43 \$	1,11 \$	1,51 \$	1,81 \$	1,91 \$	29,24 \$
Bénéfice dilué par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires	0,84 \$	0,87 \$	1,22 \$	0,97 \$	1,30 \$	1,55 \$	1,64 \$	28,50 \$

¹ Révisé afin de refléter l'adoption d'IAS 19 (révisée), Avantages du personnel, avec prise d'effet le 1^{er} janvier 2013. L'application rétrospective est exigée. Veuillez vous reporter à la note 2 des états financiers consolidés de Yellow Média Limitée pour l'exercice clos le 31 décembre 2013.

Les produits ont diminué de trimestre en trimestre, en raison de la perte généralisée de clients et de la réduction des dépenses de publicité imprimée de nos clients importants, contrebalancées en partie par une augmentation des produits tirés de nos médias numériques. Les produits tirés des médias imprimés non récurrents et la hausse des produits de Mediative liée à la période de magasinage des Fêtes ont eu une incidence positive sur les produits du quatrième trimestre de 2013.

Au quatrième trimestre de 2012 et aux premier et deuxième trimestres de 2013, nous avons comptabilisé des avantages sans effet de trésorerie de 13,3 M\$, de 2,6 M\$ et de 4,6 M\$, respectivement, liés aux modifications à nos régimes de retraite et d'avantages postérieurs à l'emploi. Notre marge sur BAIIA a diminué en 2013 et en 2014, ce qui s'explique principalement par la diminution des produits tirés des médias imprimés, la perte sur marge imputable à une modification de la composition des produits et les investissements effectués en vue de soutenir la transformation numérique, facteurs contrebalancés en partie par des améliorations au titre du recouvrement de nos créances clients découlant de la diminution des créances douteuses. Les résultats du quatrième trimestre de 2013 ont également subi l'incidence défavorable de provisions non récurrentes relatives à un litige et à un avis de cotisation pour les taxes de vente. Notre marge sur BAIIA a augmenté de façon séquentielle au premier trimestre de 2014, principalement en raison d'un avantage non récurrent lié à l'issue d'un litige.

Les réductions de la main-d'œuvre et les initiatives de contrôle des coûts ont donné lieu à des frais de restructuration et charges spéciales qui ont eu une incidence sur certains de nos résultats trimestriels présentés ci-dessus. Le recul des amortissements au premier trimestre de 2013 par rapport au quatrième trimestre de 2012 découlait d'une diminution du prix de base des actifs à amortir à la suite de la perte de valeur de 300 M\$ comptabilisée au quatrième trimestre de 2012. L'augmentation d'un trimestre à l'autre de la dotation aux amortissements, qui a commencé au deuxième trimestre de 2013, découle de l'augmentation des dépenses d'investissement liée au déploiement de plateformes à mesure que progresse la transformation des activités de la Société.

Au cours du quatrième trimestre de 2012, nous avons comptabilisé un profit de 978,6 M\$ au règlement de la dette dans le cadre de la restructuration du capital, déduction faite des frais connexes de 69,5 M\$, de la radiation des coûts de financement différés de 16,3 M\$, des profits différés de 5,5 M\$, d'une composante capitaux propres de 7,2 M\$ et d'une composante dérivée de 0,6 M\$ associée à nos anciens instruments d'emprunt.

3. SITUATION DE TRÉSORERIE ET SOURCES DE FINANCEMENT

Cette section évalue la structure du capital de la Société, sa situation de trésorerie et ses divers instruments financiers, y compris ses instruments d'emprunt.

SITUATION FINANCIÈRE

STRUCTURE DU CAPITAL

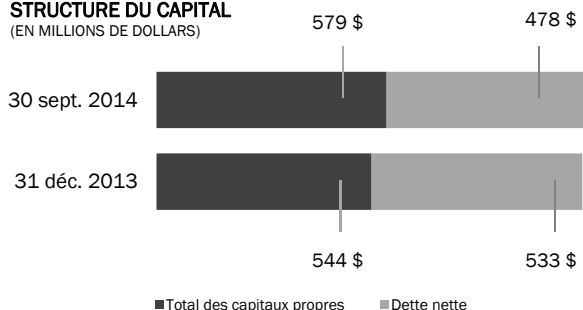
(EN MILLIERS DE DOLLARS CANADIENS)

	Au 30 septembre 2014	Au 31 décembre 2013
Trésorerie et équivalents de trésorerie	183 720 \$	202 287 \$
Billets garantis de premier rang	573 062 \$	646 577 \$
Obligations en vertu de contrats de location-financement	461	891
Débiteures échangeables	88 606	87 934
Dette nette, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie¹	478 409 \$	533 115 \$
Capitaux propres attribuables aux actionnaires	579 445	544 495
Capitalisation totale	1 057 854 \$	1 077 610 \$
Ratio de la dette nette sur la capitalisation totale	45,2 %	49,5 %

RATIO DE LA DETTE NETTE¹ SUR LE BAIIA DES DOUZE DERNIERS MOIS²

30 sept. 2014		1,4
31 déc. 2013		1,3

STRUCTURE DU CAPITAL (EN MILLIONS DE DOLLARS)



Au 30 septembre 2014, la dette nette de Yellow Média totalisait 478,4 M\$, comparativement à 533,1 M\$ au 31 décembre 2013.

Le ratio de la dette nette sur le BAIIA des douze derniers mois² s'établissait à 1,4 fois au 30 septembre 2014, comparativement à 1,3 fois au 31 décembre 2013. Cette augmentation est principalement imputable à une baisse du BAIIA.

¹ La dette nette est une mesure non définie par les IFRS qui représente la dette externe à long terme, déduction faite de la trésorerie et des équivalents de trésorerie, telles que ces mesures sont présentées conformément aux IFRS.

² Bénéfice d'exploitation des douze derniers mois avant amortissements et frais de restructuration et charges spéciales (le « BAIIA des douze derniers mois »). Le BAIIA des douze derniers mois est une mesure non définie par les IFRS et, par conséquent, il pourrait ne pas être comparable à des mesures semblables utilisées par d'autres sociétés cotées en Bourse. Se reporter à la page 3 pour obtenir une définition du BAIIA.

Emprunt garanti par des actifs

En août 2013, la Société a conclu, par l'entremise de sa filiale Financement YPG inc., un emprunt garanti par des actifs de 50 M\$, d'une durée de 5 ans, arrivant à échéance en août 2018, qui sera affecté aux besoins généraux de l'entreprise. L'emprunt garanti par des actifs permet à la Société d'avoir accès à des fonds sous la forme de prêts au taux préférentiel, de prêts au taux des acceptations bancaires ou de lettres de crédit. L'emprunt garanti par des actifs est garanti par une charge de premier rang sur les créances de la Société. L'emprunt est soumis à une réserve disponible de 5 M\$ si le ratio de couverture des charges fixes de la Société est inférieur à 1,1 fois pour les douze derniers mois. Au 30 septembre 2014, le ratio de couverture des charges fixes était inférieur à 1,1 fois. Par conséquent, une tranche de 45 M\$ de l'emprunt garanti par des actifs était disponible; aucun montant n'avait été prélevé au 30 septembre 2014. L'intérêt est calculé soit en fonction du taux des acceptations bancaires, soit en fonction du taux préférentiel canadien majoré d'une marge applicable.

Au 30 septembre 2014, la Société respectait toutes les clauses restrictives de la convention d'emprunt régissant l'emprunt garanti par des actifs.

Billets garantis de premier rang

Le 20 décembre 2012, la Société a émis, par l'entremise de sa filiale, Financement YPG inc., 800 M\$ de billets garantis de premier rang à 9,25 % (les « billets garantis de premier rang ») échéant le 30 novembre 2018. Les intérêts sur les billets garantis de premier rang sont payables en espèces trimestriellement, à terme échu, en versements égaux, le dernier jour de février, de mai, d'août et de novembre de chaque année.

À ce jour, la Société a remboursé une tranche de 226,9 M\$ de ses billets garantis de premier rang, dont une tranche de 153,4 M\$ a été remboursée en 2013, et une tranche de 73,5 M\$ au cours du deuxième trimestre de 2014.

Au 30 septembre 2014, la Société respectait toutes les clauses restrictives en vertu de l'acte de fiducie régissant les billets garantis de premier rang.

Rachat obligatoire

Aux termes de l'acte de fiducie régissant les billets garantis de premier rang, la Société doit utiliser un montant équivalant à 75 % des flux de trésorerie excédentaires consolidés pour la dernière période de six mois close le 31 mars ou le 30 septembre, selon le cas, pour racheter semestriellement le dernier jour de mai et de novembre de chaque année, à compter du 31 mai 2013, les billets garantis de premier rang à un prix de rachat équivalant à 100 % du capital auprès de leurs détenteurs, sur une base proportionnelle, à la condition que la Société maintienne un solde de trésorerie minimal de 75 M\$ immédiatement après le paiement de rachat obligatoire. La condition du solde de trésorerie minimal de 75 M\$ prévoit une réduction dans certains cas décrits dans l'acte de fiducie régissant les billets garantis de premier rang. Les flux de trésorerie excédentaires, selon la définition qui en est donnée dans l'acte de fiducie régissant les billets garantis de premier rang, désignent le total des flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation ajusté pour tenir compte, entre autres, des paiements d'intérêts, de l'impôt et des régimes de rémunération des employés à long terme, de certains paiements de cotisations à des régimes de retraite ainsi que de l'acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles. La Société doit effectuer des paiements de rachat obligatoire minimaux d'un montant global annuel de 75 M\$ en 2014, de 50 M\$ en 2015 ou, si les paiements de rachat effectués en 2014 excèdent 75 M\$, de 50 M\$ moins le montant de cet excédent des paiements de rachat. Les paiements de rachat obligatoire annuels minimaux pour 2014 et 2015 ne sont pas assujettis à la condition que la Société maintienne un solde de trésorerie minimal de 75 M\$ immédiatement après ces paiements.

Aux fins de la détermination des flux de trésorerie excédentaires consolidés, les déductions pour dépenses d'investissement et pour charges liées aux technologies de l'information et aux systèmes informatiques sont toutes deux limitées à 50 M\$ par année. Dans d'autres circonstances, la Société pourrait également devoir effectuer des remboursements supplémentaires sur les billets garantis de premier rang (se reporter à l'acte de fiducie régissant les billets garantis de premier rang).

La Société a effectué des paiements de rachat obligatoire de 118,4 M\$ en 2013 et de 73,5 M\$ le 2 juin 2014. Yellow Média prévoit faire un paiement de rachat obligatoire de 66 M\$ le 1^{er} décembre 2014. À la suite de ce paiement, la Société aura effectué ses paiements de rachat obligatoire minimaux pour 2014 et 2015.

Rachat optionnel

La Société peut racheter la totalité ou une partie des billets garantis de premier rang à son gré, sur préavis de 30 à 60 jours, à un prix de rachat égal à :

- 105 % du capital, plus les intérêts courus et impayés à la date de rachat, le cas échéant, si le rachat est effectué avant le 31 mai 2017;
- 100 % du capital, plus les intérêts courus et impayés à la date de rachat, le cas échéant, si le rachat est effectué le 31 mai 2017 ou après.

Au quatrième trimestre de 2013, la Société a exercé son option de rachat visant 27 M\$ de billets garantis de premier rang, à un prix de rachat de 1 050 \$ par tranche de 1 000 \$ de capital des billets garantis de premier rang, plus les intérêts courus et impayés de 15,16 \$ par tranche de 1 000 \$ de capital des billets garantis de premier rang, pour une contrepartie en espèces totale de 28,4 M\$. Une perte de 1,4 M\$ a été comptabilisée en résultat net dans les charges financières.

Achat sur le marché libre

Au cours du troisième trimestre de 2013, la Société a acheté sur le marché libre 8 M\$ de billets garantis de premier rang pour une contrepartie en espèces totale de 8,3 M\$. Une perte de 0,3 M\$ a été comptabilisée dans le bénéfice net au titre des charges financières.

Débetures échangeables

Le 20 décembre 2012, la Société a émis, par l'entremise de sa filiale, Financement YPG inc., 107,5 M\$ de débetures échangeables subordonnées de premier rang (les « débetures échangeables ») échéant le 30 novembre 2022.

Les intérêts sur les débetures échangeables portent intérêt au taux de 8 % par année si, pour la période d'intérêt applicable, le paiement est en espèces, ou au taux de 12 % par année, pour la période d'intérêt applicable, si la Société choisit d'effectuer un paiement en nature des intérêts sur la totalité ou une partie des débetures échangeables en circulation, c'est-à-dire de payer les intérêts en débetures échangeables additionnelles. Les intérêts sur les débetures échangeables sont payables semestriellement, à terme échu, en versements égaux le dernier jour de mai et de novembre de chaque année.

Au 30 septembre 2014, la Société respectait toutes les clauses restrictives en vertu de l'acte de fiducie régissant les débetures échangeables.

Option d'échange

Les débetures échangeables sont échangeables au gré du détenteur contre de nouvelles actions ordinaires, en tout temps, à un prix d'échange par action ordinaire de 19,04 \$, sous réserve d'un ajustement pour transactions précisées.

Au cours du trimestre et de la période de neuf mois clos le 30 septembre 2014, des débetures échangeables d'une valeur de néant et de 0,4 M\$ ont été échangées contre néant et 21 584 actions ordinaires de Yellow Média Limitée, respectivement.

Rachat optionnel

La Société peut, en tout temps à partir de la date à laquelle la totalité des billets garantis de premier rang ont été remboursés en entier, racheter la totalité ou une partie des débetures échangeables à son gré, sur préavis de 30 à 60 jours, à un prix de rachat égal à :

- 110 % du capital, plus les intérêts courus et impayés à la date de rachat, le cas échéant, si le rachat est effectué avant le 31 mai 2021.
- 100 % du capital, plus les intérêts courus et impayés à la date de rachat, le cas échéant, si le rachat est effectué le 31 mai 2021 ou après.

NOTATIONS**DBRS LIMITED**

B (faible)/cote de l'émetteur – tendance positive
 B (faible)/cote des billets garantis de premier rang
 CCC/cote des débetures échangeables

STANDARD & POOR'S RATING SERVICES

B/cote de la Société – perspective stable
 B+/cote des billets garantis de premier rang
 CCC+/cote des débetures échangeables

Se reporter à la notice annuelle de la Société datée du 25 mars 2014 pour de plus amples renseignements.

Liquidité

Les flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation et les fonds en caisse sont les principales sources de trésorerie de la Société. La Société prévoit générer suffisamment de liquidités pour financer ses dépenses d'investissement, ses besoins en fonds de roulement et ses obligations actuelles, notamment les rachats obligatoires de billets garantis de premier rang. Au 11 novembre 2014, la trésorerie et les équivalents de trésorerie de la Société se chiffraient à environ 184,2 M\$ et un montant de 45 M\$ était disponible en vertu de l'emprunt garanti par des actifs.

Données sur les actions

Au 12 novembre 2014, les données sur les actions en circulation se présentaient comme suit :

DONNÉES SUR LES ACTIONS EN CIRCULATION

	Au 12 novembre 2014	Au 30 septembre 2014	Au 31 décembre 2013
Actions ordinaires en circulation	27 976 661	27 976 661	27 955 077
Débetures échangeables en circulation ¹	5 624 422	5 624 422	5 646 008
Bons de souscription d'actions ordinaires en circulation	2 995 506	2 995 506	2 995 506

¹ Au 12 novembre 2014, le montant en capital des débetures échangeables de Yellow Média en circulation s'élevait à 107,1 M\$. Ce montant peut être échangé contre 5 624 422 actions ordinaires de Yellow Média Limitée à un prix d'échange de 19,04 \$, sous réserve d'un ajustement pour transactions précisées, conformément à l'acte de fiducie régissant les débetures échangeables.

Options

Le 20 décembre 2012, dans le cadre de la mise en œuvre de l'opération de restructuration du capital de Yellow Média, un nouveau régime d'options sur actions (le « régime d'options sur actions ») a été adopté. Le régime d'options sur actions vise à attirer et à conserver certains employés (les « participants ») de Yellow Média qui ont la capacité de contribuer de façon importante au succès de l'exploitation de l'entreprise, à offrir un incitatif significatif à la direction pour guider Yellow Média pendant la transition et la transformation de ses activités, ainsi qu'à mieux harmoniser les intérêts de la direction avec ceux des actionnaires de Yellow Média Limitée. Un nombre maximal de 1 290 612 options pourraient être attribuées en vertu du régime d'options sur actions.

Le 6 mai 2013, 376 000 options ont été attribuées aux participants. Les options ont un prix d'exercice de 10,12 \$ et les droits seront acquis à raison de 50 % en février 2015, de 25 % en février 2016 et de 25 % en février 2017.

Le 25 février 2014, 183 200 options ont été attribuées aux participants. Les options ont un prix d'exercice de 24,65 \$ et les droits seront acquis à raison de 50 % en février 2016, de 25 % en février 2017 et de 25 % en février 2018.

Au cours du deuxième trimestre de 2014, un total de 12 600 options a été octroyé à certains participants. Les options ont un prix d'exercice moyen pondéré de 19,89 \$ et les droits seront acquis à raison de 50 % en février 2016, 25 % en février 2017 et 25 % en février 2018. Au cours du trimestre et de la période de neuf mois clos le 30 septembre 2014, 60 300 options et 91 600 options, respectivement, d'un prix d'exercice moyen pondéré par option de 13,69 \$ et de 14,42 \$, respectivement, ont fait l'objet d'une renonciation. Les droits de ces options devaient être acquis entre février 2015 et février 2018.

Les options arrivent à échéance sept ans après la date d'attribution et les participants doivent détenir 25 % des actions ordinaires reçues dans le cadre de l'exercice des options jusqu'à ce qu'ils respectent les lignes directrices relatives à la propriété qui s'appliquent à leurs niveaux respectifs.

PROVENANCE ET UTILISATION DES FLUX DE TRÉSORERIE

(EN MILLIERS DE DOLLARS CANADIENS)

	Périodes de neuf mois closes les 30 septembre	
	2014	2013
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation		
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	114 358 \$	229 561 \$
Variation des actifs et des passifs d'exploitation	11 583	22 675
	125 941 \$	252 236 \$
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement		
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	(44 059) \$	(40 989) \$
Ajouts d'immobilisations corporelles	(5 456)	(11 044)
Acquisition d'entreprise, déduction faite de la trésorerie acquise	(22 698)	(3 581)
Produit du règlement d'un billet à recevoir	14 100	-
Autres	-	359
	(58 113) \$	(55 255) \$
Flux de trésorerie liés aux activités de financement		
Remboursement de la dette à long terme	(73 945) \$	(26 476) \$
Achat d'actions restreintes	(12 450)	(2 405)
Rachat de titres d'emprunt à long terme	-	(8 320)
Contrepartie différée	-	(5 624)
Frais de restructuration du capital	-	(6 641)
Autres	-	(528)
	(86 395) \$	(49 994) \$

Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation

Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation

Les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation ont diminué de 115,2 M\$, passant de 229,6 M\$ pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2013 à 114,4 M\$ pour la période correspondante de 2014, principalement en raison d'une baisse de 75,6 M\$ du BAIIA en trésorerie, d'une hausse de 31,7 M\$ de l'impôt sur le résultat payé, puisque Yellow Média n'a pas eu à verser des acomptes provisionnels en 2013, et d'une hausse de 7,3 M\$ des paiements au titre des frais de restructuration et charges spéciales, principalement en raison du réaligement de la main-d'œuvre en novembre 2013.

Variation des actifs et des passifs d'exploitation

La variation des actifs et des passifs d'exploitation pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014 a donné lieu à une entrée de trésorerie de 11,6 M\$, comparativement à 22,7 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Au cours de la période de neuf mois close le 30 septembre 2013, l'amélioration du recouvrement de nos créances clients a contribué en grande partie à l'entrée de trésorerie. L'entrée nette de trésorerie pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014 s'explique principalement par l'échéancier favorable en ce qui a trait au paiement des créanciers et de certaines provisions ainsi que par une diminution de nos créances clients découlant de la baisse des produits.

Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement

Les flux de trésorerie affectés aux activités d'investissement se sont établis à 58,1 M\$ pour la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, comparativement à 55,3 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Au cours de la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, nous avons investi un montant de 44,1 M\$ et de 5,5 M\$, respectivement, dans le développement de logiciels et le matériel de TI, soit un montant total inférieur aux montants correspondants de 41 M\$ et de 11 M\$, respectivement, au cours de la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution d'un exercice à l'autre s'explique par le moment où les paiements au titre de nos initiatives ont été effectués. Au cours du deuxième trimestre de 2014, nous avons fait l'acquisition de la participation restante dans 411 pour une contrepartie nette de 22,7 M\$, laquelle a été compensée en partie par la réception d'un produit en trésorerie de 14,1 M\$ découlant du règlement d'un billet à recevoir dont la valeur comptable était de 15,3 M\$.

ACQUISITION D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES ET INCORPORELLES, DÉDUCTION FAITE DES AVANTAGES INCITATIFS RELATIFS À UN BAIL

(EN MILLIERS DE DOLLARS CANADIENS)

	Trimestres clos les 30 septembre		Périodes de neuf mois closes les 30 septembre	
	2014	2013	2014	2013
Investissements de maintien	3 559 \$	3 518 \$	9 685 \$	14 195 \$
Investissements de croissance	15 282	10 931	41 597	33 315
Total	18 841 \$	14 449 \$	51 282 \$	47 510 \$
Ajustement pour tenir compte des dépenses présentées selon la comptabilité de caisse	726	580	(1 767)	3 638
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail	19 567 \$	15 029 \$	49 515 \$	51 148 \$

Les investissements de maintien sont liés aux activités en cours nécessaires pour maintenir l'intégrité de l'infrastructure. Ils comprennent également les investissements dans les améliorations locatives effectués au cours des neuf premiers mois de 2013, alors que nous procédions à la reconfiguration de certains locaux afin de les adapter à nos équipes d'exécution des commandes de produits numériques en constante croissance. Les investissements de maintien se sont élevés à 3,6 M\$ pour le trimestre clos le 30 septembre 2014, comparativement à 3,5 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent.

Les investissements de croissance ont trait à l'élaboration et à la mise en œuvre de nouvelles technologies et de nouveaux logiciels visant de nouvelles initiatives, alors que nous poursuivons notre transformation en vue de devenir un chef de file du numérique local au Canada. Pour le troisième trimestre de 2014, ces investissements ont totalisé 15,3 M\$, comparativement à 10,9 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Au cours du troisième trimestre de 2014, nos dépenses d'investissement se rapportaient principalement aux investissements effectués pour nos plateformes de vente et médiatiques, à la consolidation de nos plateformes de publication traditionnelles des médias imprimés, aux principaux projets d'infrastructure, comme nos nouveaux centres de données ainsi qu'à l'automatisation et la rationalisation de nos activités d'exécution des commandes de produits numériques.

Le total des dépenses d'investissement pour 2014 devrait se chiffrer entre 85 M\$ et 90 M\$, surtout en raison du développement de plateformes de TI destinées à soutenir la croissance du bassin d'utilisateurs de produits numériques, la hausse de l'acquisition de clients, les améliorations à l'expérience globale des clients, l'efficacité des activités et le lancement de nouveaux produits.

Flux de trésorerie liés aux activités de financement

Les flux de trésorerie liés aux activités de financement se sont établis à 86,4 M\$ au cours de la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, comparativement à 50 M\$ au cours de la période correspondante de l'exercice précédent. Au cours des neuf premiers mois de 2014, nous avons remboursé une tranche de 73,5 M\$ des billets garantis de premier rang, comparativement à un remboursement de 26,1 M\$ et à un rachat de 8 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. Au cours de la période de neuf mois close le 30 septembre 2014, nous avons acheté des actions ordinaires de Yellow Média Limitée sur le marché libre afin de financer le régime d'unités d'actions restreintes et d'unités d'actions liées à la performance à un coût de 12,5 M\$, comparativement à 2,4 M\$ au cours de la période correspondante de l'exercice précédent. Au cours de la période de neuf mois close le 30 septembre 2013, nous avons payé des frais de 6,6 M\$ à l'égard de notre restructuration du capital de 2012, et des frais de 5,6 M\$ liés aux paiements futurs conditionnels à l'intention des anciens propriétaires des entreprises acquises.

INSTRUMENTS FINANCIERS ET AUTRES INSTRUMENTS

(Se reporter à la note 21 des états financiers consolidés de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 2013).

Les instruments financiers de la Société comprennent la trésorerie et les équivalents de trésorerie, les créances clients et autres débiteurs, les fournisseurs et autres créditeurs, la dette à long terme et les débetures échangeables.

Instruments dérivés

Les dérivés incorporés n'avaient aucune valeur comptable au 30 septembre 2014. La valeur comptable est établie au moyen des flux de trésorerie actualisés en fonction des taux du marché en vigueur à la clôture du trimestre, comme il est d'usage dans le secteur.

4. FLUX DE TRÉSORERIE DISPONIBLES

FLUX DE TRÉSORERIE DISPONIBLES

(EN MILLIERS DE DOLLARS CANADIENS)

	Trimestres clos les 30 septembre		Périodes de neuf mois closes les 30 septembre	
	2014	2013	2014	2013
Flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation	57 208 \$	79 191 \$	125 941 \$	252 236 \$
Dépenses d'investissement, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail	19 567	14 931	49 515	51 835
Flux de trésorerie disponibles	37 641 \$	64 260 \$	76 426 \$	200 401 \$

5. HYPOTHÈSES CRITIQUES

La préparation des états financiers consolidés conformément aux IFRS exige que nous procédions à des estimations et établissons des hypothèses au sujet de notre entreprise. Ces estimations et hypothèses ont des répercussions sur les montants des actifs et des passifs de même que sur les montants des produits et des charges et sur la présentation des actifs et des passifs éventuels dans les états financiers.

Nos hypothèses et estimations comptables critiques n'ont pas changé depuis la publication de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2013. Ces hypothèses et estimations critiques portent sur les immobilisations incorporelles, les immobilisations corporelles, les avantages futurs du personnel et l'impôt sur le résultat. Se reporter à la rubrique 5, « Hypothèses critiques », de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2013.

NORMES COMPTABLES

Les normes révisées suivantes sont entrées en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2014, et leur adoption n'a pas eu d'incidence sur les montants présentés dans les états financiers consolidés intermédiaires résumés pour le trimestre et la période de neuf mois clos le 30 septembre 2014 mais pourrait avoir une incidence sur les transactions ou les arrangements futurs :

IFRIC 21, Droits ou taxes

Le 20 mai 2013, l'International Accounting Standards Board (l'IASB) a publié la norme IFRIC 21, *Droits ou taxes*, une interprétation de la comptabilisation des droits ou des taxes imposés par une autorité publique. L'interprétation précise que le fait générateur d'obligation qui crée un passif au titre d'un droit ou d'une taxe exigible est l'événement qui rend le droit ou la taxe exigible. L'interprétation comprend des directives sur la façon dont elle devrait être appliquée. IFRIC 21 exige une application rétrospective.

IAS 32, Instruments financiers : Présentation (en ce qui a trait à la compensation)

Le 16 décembre 2011, l'IASB et le Financial Accounting Standards Board (le FASB) ont publié des exigences communes en matière d'informations à fournir destinées à aider les investisseurs et les autres utilisateurs à mieux évaluer l'incidence réelle ou potentielle des conventions de compensation sur la situation financière d'une société. Dans le cadre de ce projet, l'IASB a précisé certains aspects d'IAS 32, *Instruments financiers : Présentation*. Les modifications à IAS 32 exigent une application rétrospective.

Modifications d'IAS 36, Dépréciation d'actifs, Informations à fournir sur la valeur recouvrable des actifs non financiers

Le 29 mai 2013, l'IASB a publié le document *Informations à fournir sur la valeur recouvrable des actifs non financiers* (modifications à IAS 36). Ces modifications à portée réduite d'IAS 36, *Dépréciation d'actifs*, portent sur la communication d'informations concernant la valeur recouvrable des actifs dépréciés dans les cas où cette valeur est fondée sur la juste valeur diminuée des coûts de sortie. Ces modifications exigent une application rétrospective.

Modifications à IAS 39, Instruments financiers : Comptabilisation et évaluation : Novation de dérivés et maintien de la comptabilité de couverture

Le 27 juin 2013, l'IASB a publié le document *Modifications d'IAS 39, Instruments financiers : Comptabilisation et évaluation : Novation de dérivés et maintien de la comptabilité de couverture*. Ces modifications à portée réduite permettront le maintien de la comptabilité de couverture s'il y a novation d'un dérivé qui a été désigné comme un instrument de couverture au profit d'une contrepartie centrale en conséquence de l'application de textes légaux ou réglementaires, si certaines conditions sont remplies (dans le présent contexte, une novation indique que les parties à un contrat s'entendent pour remplacer la contrepartie originale par une nouvelle). Des allègements semblables sont inclus dans IFRS 9, *Instruments financiers*. Ces modifications exigent une application rétrospective.

Normes, interprétations et modifications apportées aux normes publiées qui ne sont pas encore entrées en vigueur

IFRS 9, Instruments financiers

En juillet 2014, l'IASB a publié la version finale d'IFRS 9, *Instruments financiers*, qui remplace les exigences d'IAS 39, *Instruments financiers : Comptabilisation et évaluation*, pour le classement et l'évaluation des actifs et des passifs financiers. La nouvelle norme présente une approche unique pour le classement et l'évaluation des instruments financiers fondée sur les caractéristiques des flux de trésorerie et le modèle économique dans lequel l'actif est détenu. Cette approche unique axée sur des principes remplace les exigences actuelles fondées sur des règles et donne lieu à un modèle de dépréciation unique pour tous les instruments financiers. IFRS 9 modifie également le modèle de comptabilité de couverture afin de tenir compte des pratiques en matière de gestion des risques d'une entité.

Des informations supplémentaires devront également être fournies en vertu de cette nouvelle norme. La nouvelle norme entrera en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2018 et l'adoption anticipée est permise. Yellow Média Limitée continue d'évaluer l'incidence qu'aura cette norme sur ses états financiers consolidés.

IFRS 15, Produits des activités ordinaires tirés de contrats avec des clients

Cette nouvelle norme décrit un modèle global unique que les sociétés doivent utiliser pour comptabiliser les produits des activités ordinaires tirés de contrats avec des clients. Elle remplace les normes actuelles de l'IASB sur la comptabilisation des produits, notamment IAS 18, *Produits des activités ordinaires* et les interprétations connexes. Selon le principe de base d'IFRS 15, une société doit comptabiliser les produits des activités ordinaires de manière à présenter les transferts de biens ou de services promis au montant qui correspond à la contrepartie que l'entité s'attend à recevoir en échange de ces biens ou services. IFRS 15 pourrait entraîner des modifications substantielles du calendrier de comptabilisation des produits pour certaines sociétés.

Cette nouvelle norme s'applique aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2017. Une adoption anticipée est autorisée. En ce qui a trait aux montants comparatifs, les sociétés peuvent choisir entre l'application rétrospective (assortie de certaines mesures de simplification) ou une méthode modifiée énoncée dans la nouvelle norme. Yellow Média Limitée continue d'évaluer l'incidence de cette norme sur ses états financiers consolidés.

6. RISQUES ET INCERTITUDES

Se reporter à la section « Risques et incertitudes » de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 et à notre notice annuelle datée du 25 mars 2014 pour obtenir une description complète des facteurs de risque auxquels la Société pourrait être exposée, notamment « Une forte concurrence pourrait réduire la part de marché de la Société et avoir une incidence défavorable importante sur cette dernière, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « Une diminution plus marquée que prévu des produits tirés des médias imprimés en raison de changements dans les préférences et les habitudes des consommateurs pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'incapacité de la Société d'améliorer et d'augmenter ses produits numériques et nouveaux médias pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière », « L'incapacité de la Société de générer des fonds suffisants, qu'ils proviennent de l'exploitation, de financements par emprunt, ou par actions ou de refinancements pourrait avoir une incidence défavorable significative sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière ».

Comprendre et gérer les risques sont deux éléments essentiels du processus de planification stratégique de la Société. Le Conseil exige que nos cadres supérieurs cernent et gèrent de façon appropriée les principaux risques liés à nos activités d'exploitation. Afin de comprendre et de gérer les risques de la Société, notre conseil d'administration et notre équipe de la haute direction ont analysé les risques dans trois grandes catégories :

1. Les risques stratégiques – pour la plupart, de nature externe;
2. Les risques financiers – généralement liés à des questions abordées dans la politique de gestion des risques financiers et dans l'énoncé de la politique et des procédures en matière de placements pour la retraite;
3. Les risques d'exploitation – principalement liés aux risques dans tous les principaux secteurs fonctionnels de l'organisation.

La Société a adopté certains principes directeurs afin de tenter de gérer les risques auxquels elle pourrait être exposée. Malgré ces principes, la Société ne peut garantir que ses efforts seront fructueux. Nos risques et incertitudes sont demeurés inchangés depuis la publication de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2013. Pour plus d'information, se reporter à la partie correspondante de notre rapport de gestion pour l'exercice clos le 31 décembre 2013.

7. CONTRÔLES ET PROCÉDURES

Aucun changement ayant une incidence importante ou susceptible d'avoir une incidence importante sur les contrôles internes à l'égard de la présentation de l'information financière de la Société n'a été apporté aux contrôles internes à l'égard de la présentation de l'information financière de la Société au cours de la période ouverte le 1^{er} janvier 2014 et close le 30 septembre 2014.