

## Rapport de gestion

Le 9 février 2012

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 opérationnels et à la situation financière de Yellow Média inc. (ou la Société) et de ses filiales pour les exercices clos les 31 décembre 2011 et 2010. Ce rapport doit être lu parallèlement à nos états financiers consolidés audités et aux notes annexes. 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.ypg.com](http://www.ypg.com). Pour obtenir de plus amples renseignements, notamment notre notice annuelle, veuillez visiter le site de SEDAR à l'adresse [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

L'information financière présentée dans le présent rapport de gestion a été préparée selon les Normes internationales d'information financière (les IFRS) pour les états financiers, et les montants sont exprimés en dollars canadiens, à moins d'indication contraire.

L'information et les valeurs auditées liées aux IFRS fournies dans le présent rapport de gestion ont été préparées selon les normes et les interprétations actuellement publiées et en vigueur à la clôture de notre premier exercice en vertu des IFRS, soit le 31 décembre 2011.

Les montants présentés dans le présent rapport de gestion et les états financiers qui l'accompagnent pour les exercices clos les 31 décembre 2011 et 2010 ont été retraités pour refléter l'adoption des IFRS, avec prise d'effet le 1<sup>er</sup> janvier 2010. Les périodes antérieures au 1<sup>er</sup> janvier 2010 n'ont pas été retraitées et ont été préparées conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada (PCGR). La note 31 des états financiers consolidés présente un récapitulatif des différences entre nos états financiers consolidés qui étaient auparavant préparés selon les PCGR du Canada et ceux préparés selon les IFRS pour l'exercice clos le 31 décembre 2010 et au 1<sup>er</sup> janvier 2010.

Le 25 mars 2011, Yellow Média inc. a annoncé la conclusion d'une entente définitive visant la vente des activités de la Société Trader dans les médias imprimés et en ligne des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant. La transaction a été conclue le 28 juillet 2011, pour un prix d'achat de 702 M\$, déduction faite des frais, des ajustements au fonds de roulement et autres. Le prix d'achat comprenait un billet à recevoir de 15 M\$.

Par suite de la vente de la Société Trader, nous avons reclassé les résultats des activités de la Société Trader dans les médias imprimés et en ligne des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant dans les activités abandonnées. Par conséquent, le compte consolidé de résultat et le tableau consolidé des flux de trésorerie de la période considérée et de la période antérieure ont été retraités pour tenir compte de ce changement.

Par conséquent, au cours du premier trimestre de 2011, la Société a modifié la composition de ses secteurs à présenter pour qu'ils soient mieux alignés sur la façon dont la haute direction examine maintenant les résultats opérationnels pour prendre des décisions relativement aux ressources à attribuer aux secteurs et évaluer leur rendement. Les principales modifications comprennent la réattribution des activités qui ont trait à l'immobilier, à l'emploi et à LesPAC au sein du secteur Annuaire. Auparavant, ces activités étaient incluses dans le secteur Médias verticaux, mais elles ne faisaient pas partie du désinvestissement de la Société Trader. La Société n'a maintenant qu'un seul secteur opérationnel.

Dans le présent rapport de gestion, les termes « nous », « notre/nos », la « Société », le « Fonds » et « GPJ » désignent Yellow Média inc. et ses filiales (notamment Groupe Pages Jaunes Cie, Canpages Inc., Wall2Wall Media Inc. (« Wall2Wall »), YPG (USA) Holdings, Inc. et Yellow Pages Group, LLC, [ces deux derniers étant collectivement appelés YPG (États-Unis)], la Société Trader et Dealer Dot Com Inc.). Les résultats de ces entités sont présentés selon les secteurs suivants :

- Le secteur « Annuaire », qui se rapporte à nos activités liées aux annuaires imprimés et en ligne ainsi qu'à nos solutions marketing de performance, aux publications sur l'immobilier et l'emploi et à LesPAC.com; LesPAC.com a été vendue le 14 novembre 2011;
- Le secteur « Médias verticaux », qui se rapporte aux publications imprimées et en ligne liées à des articles d'usage courant ou à l'automobile vendues à des fonds dont le conseiller est Apex Partners dans le cadre de la vente de la Société Trader, conclue le 28 juillet 2011.

## 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 opérationnels et des activités de GPJ. 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.

Ces déclarations prospectives décrivent nos attentes en date du 9 février 2012.

- Nos résultats réels pourraient différer de manière importante de nos attentes si des risques connus ou inconnus touchent nos activités, ou si nos estimations ou hypothèses se révèlent fausses. Par conséquent, nous ne pouvons garantir que l'une ou l'autre de nos déclarations prospectives se réalisera.
- Les déclarations prospectives ne tiennent pas compte de l'incidence que pourraient avoir sur nos activités des transactions ou des éléments non récurrents annoncés ou se produisant après la préparation des états financiers.
- Nous n'avons aucune intention de mettre à jour l'une ou l'autre des déclarations prospectives, ni ne nous engageons à le faire, sauf si cela est exigé conformément à la loi, même si de nouveaux renseignements venaient à notre connaissance par suite d'événements futurs ou pour toute autre raison.
- Les risques qui pourraient faire en sorte que nos résultats réels diffèrent de façon importante de nos attentes actuelles sont analysés dans la section 6, intitulée « Risques et incertitudes ».

## Définitions nécessaires à la compréhension de nos résultats

### ***Bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, frais connexes à l'acquisition et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)***

Nous faisons état de notre BAIIA (bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, frais connexes à l'acquisition, 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 opérationnel ou (de la perte nette) du bénéfice net pour mesurer le rendement de GPJ. 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, des dépenses d'investissement, des réductions du capital de la dette ainsi que d'autres rentrées et sorties de fonds, éléments qui sont présentés à la page 24 de ce rapport de gestion. La note 31 des états financiers consolidés présente un récapitulatif des différences entre nos états financiers consolidés qui étaient auparavant préparés selon les PCGR du Canada et ceux préparés selon les IFRS pour l'exercice clos le 31 décembre 2010.

### ***Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies (bénéfice ajusté)***

Le bénéfice ajusté est une mesure non définie par les IFRS. Il se définit comme (la perte nette) le bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires excluant l'amortissement des immobilisations incorporelles attribuables aux actionnaires, les charges financières hors trésorerie, l'impôt sur le résultat hors trésorerie et les éléments non récurrents, comme les frais connexes à l'acquisition, les frais de restructuration et les charges spéciales, la dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, la dépréciation de la participation dans une entreprise associée et le profit à la cession d'une filiale. Tous les ajustements, à l'exception de l'impôt sur le résultat hors trésorerie, de la dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles et de la dépréciation de la participation dans une entreprise associée, tiennent compte de l'incidence de l'impôt sur le résultat calculée selon le taux d'imposition prévu par la loi. Le bénéfice ajusté se définit comme un indicateur du rendement financier. Il ne doit pas être considéré comme une mesure de la liquidité ni comme substitut des mesures comparables établies conformément aux IFRS. Le bénéfice ajusté est utilisé par les investisseurs, la direction et d'autres parties prenantes pour évaluer le rendement continu de GPJ. Le bénéfice ajusté peut différer de calculs similaires présentés par d'autres entreprises et ne devrait pas être considéré comme une mesure comparable. Pour un rapprochement avec les IFRS, veuillez vous reporter à la section 4, « Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies », du présent 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 du rendement financier. Ils ne doivent pas être considérés comme substitut des flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles. Les flux de trésorerie disponibles s'entendent des flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles provenant des activités poursuivies, tels qu'ils sont présentés en vertu des IFRS, déduction faite d'un ajustement pour tenir compte des dépenses d'investissement. La note 31 des états financiers consolidés présente un récapitulatif des différences entre nos états financiers consolidés qui étaient auparavant préparés selon les PCGR du Canada et ceux préparés selon les IFRS pour l'exercice clos le 31 décembre 2010.

### **Dividendes par action ordinaire**

Nous présentons les dividendes par action ordinaire, parce qu'il s'agit d'une mesure du rendement utilisée par les investisseurs. Le 28 septembre 2011, la Société a annoncé l'élimination des dividendes sur ses actions ordinaires. Se reporter à la section 4, « Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies », du présent rapport de gestion.

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. Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies
5. Hypothèses critiques
6. Risques et incertitudes
7. Contrôles et procédures

## **1. Activités, mission, stratégie et capacité à produire des résultats**

### **Activités**

Yellow Média inc. est un chef de file du secteur du numérique qui offre des solutions médias et marketing aux petites et aux moyennes entreprises (PME) partout au Canada. Grâce à Mediative, fournisseur de publicité numérique et de solutions marketing à l'intention des agences et des annonceurs à l'échelle nationale, Yellow Média inc. est aussi un chef de file au pays dans le domaine de la publicité numérique. Dans la présente section, nous donnons un aperçu de nos activités et de nos priorités actuelles.

#### *Annuaire*

Ce secteur d'activité se compose de GPJ, de Canpages, de Wall2Wall et de Mediative.

GPJ est le principal fournisseur du marché de la recherche commerciale locale, et la principale société de solutions de marketing au Canada, tant dans l'imprimé que le numérique tandis que Canpages est une société canadienne du secteur de la recherche locale en ligne. Wall2Wall gère des activités, des publications et des services verticaux, imprimés et en ligne, liés à l'immobilier, à l'emploi et aux hôpitaux.

Nous offrons des services à environ 340 000 entreprises locales, exclusion faite de Canpages, par l'intermédiaire de notre effectif de vente partout au Canada, qui se compose d'environ 1 500 conseillers-médias. GPJ offre également des services aux plus importants annonceurs et agences nationaux par l'entremise de Mediative, sa division nationale de solutions marketing et de publicité numérique.

Nous détenons et exploitons certains des principaux médias et publications au Canada, notamment les annuaires Pages Jaunes<sup>MC</sup>, PagesJaunes.ca<sup>MC</sup>, Canada411.ca<sup>MC</sup>, Canpages.ca<sup>MC</sup> et RedFlagDeals.com<sup>MC</sup>. Nos destinations en ligne rejoignent quelque 9 millions de visiteurs uniques chaque mois. PagesJaunes.ca<sup>MC</sup> est aussi accessible sur appareils mobiles par l'intermédiaire de diverses applications de recherche mobile pour le BlackBerry<sup>MC</sup>, l'iPhone<sup>MC</sup> et l'iPad<sup>MC</sup> d'Apple, Windows Mobile<sup>MC</sup> et les appareils utilisant le système d'exploitation Android<sup>MC</sup> de Google<sup>MC</sup>. Nos applications de recherche mobile permettant de trouver des entreprises et des occasions dans les marchés locaux ont été téléchargées 3,7 millions de fois.

En outre, nous sommes l'éditeur officiel des annuaires de Bell Canada (« Bell »), de TELUS Communications inc. (« TELUS »), de Bell Aliant Communications régionales, société en commandite (« Bell Aliant »), de MTS Allstream inc. et d'un certain nombre d'autres entreprises de téléphonie titulaires qui détiennent des parts de marché de premier plan dans leurs territoires respectifs. En 2011, nous avons publié plus de 400 annuaires téléphoniques imprimés différents qui ont un tirage total d'environ 29 millions d'exemplaires.

Nos annuaires de petites annonces sont livrés dans presque chaque foyer et chaque entreprise dans nos marchés, en plus d'être accessibles en ligne et au moyen de diverses plateformes numériques. Les utilisateurs consultent nos annuaires pour leur contenu local riche et diversifié, ce qui génère des appels, des visites et des clics pour nos annonceurs.

Nous sommes le propriétaire exclusif des marques de commerce Pages Jaunes<sup>MC</sup>, Yellow Pages<sup>TM</sup> et Walking Fingers & Design<sup>MC</sup> de même que des marques Canada411<sup>MC</sup> et RedFlagDeals.com<sup>MC</sup> au Canada.

### *Médias verticaux*

Le 25 mars 2011, Yellow Média inc. a annoncé la conclusion d'une entente définitive visant la vente des activités imprimées et en ligne des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant de Société Trader. La cession a eu lieu le 28 juillet 2011.

Par conséquent, au cours du premier trimestre de 2011, la Société a modifié la composition de ses secteurs à présenter, qui est maintenant plus conforme à la façon dont les résultats opérationnels sont analysés par la haute direction lorsqu'elle doit prendre des décisions sur les ressources à affecter aux secteurs et évaluer le rendement de chacun. Les principaux changements sont la réaffectation des activités du domaine de l'immobilier et de l'emploi et les activités de LesPAC, qui n'étaient pas visées par la cession de Société Trader, au secteur Annuaire. Les médias verticaux ne forment donc plus un secteur à présenter.

### **Mission**

Notre mission consiste à réunir les consommateurs et les entreprises par l'intermédiaire de notre réseau de services de recherche mobile, de sites Web et de médias imprimés.

### **Stratégie**

Nous avons mis en œuvre une stratégie d'affaires visant à assurer la croissance future de nos revenus et à améliorer nos activités opérationnelles. Nous continuons à consacrer des investissements à la transformation de notre entreprise, autrefois axée sur les annuaires imprimés, en une société de médias numériques et de solutions marketing.

Notre stratégie demeure axée sur l'optimisation de nos solutions médias et marketing multiplateformes afin d'améliorer les services offerts aux annonceurs, d'accroître l'utilisation de notre réseau de médias et d'améliorer l'expérience des utilisateurs. Notre objectif consiste à répondre aux besoins des petites et moyennes entreprises canadiennes en matière de publicité en leur offrant les services et les outils dont elles ont besoin pour gérer leurs affaires et en assurer l'expansion.

Pour ce faire, nous axons nos efforts sur quelques points clés, incluant :

- l'amélioration de nos activités, notamment l'efficacité des ventes, l'exécution des commandes, la facturation et le soutien à la clientèle;
- la prestation de nouveaux services à nos clients dans l'optique de leur offrir une meilleure expérience générale et un rendement de leur investissement accru en leur procurant davantage d'occasions d'affaires de qualité au moyen d'appels téléphoniques, de clics, de formulaires et de courriels;
- l'amélioration de notre proposition de valeur pour le consommateur, qui passe par l'enrichissement du contenu de nos médias en ligne et mobiles;
- la conclusion de partenariats favorisant le trafic et les occasions de distribution dans le but d'accroître le nombre d'occasions d'affaires pour nos annonceurs;
- la valorisation et la promotion de la marque pour mieux faire connaître notre portefeuille de produits Solution 360° et accélérer la transformation de notre marque.

Nous maintenons la rentabilité en maximisant notre efficacité opérationnelle et en évaluant constamment nos activités afin de maintenir une structure de coûts concurrentielle. L'amélioration de notre structure de coûts reste fortement prioritaire et se poursuivra grâce à ce qui suit :

- la refonte du processus d'affaires;
- des initiatives de contrôle des coûts;
- des investissements dans la technologie visant à mieux soutenir nos activités et notre transformation.

Pour un examen de la progression et des résultats relatifs aux priorités définies pour 2011, se reporter à la section 2, « Résultats ».

En 2012, nos priorités sont les suivantes :

- mettre en œuvre notre stratégie de vente Solution 360° Pages Jaunes;
- fournir une valeur supérieure à nos clients;
- être à la tête de la transformation de notre secteur d'activité.

### *Mettre en œuvre notre stratégie de vente Solution 360° Pages Jaunes*

Le lancement de notre Solution 360° Pages Jaunes en 2011 a été une étape importante de notre transformation. Nous offrons maintenant les principales composantes d'une solution complète en matière de médias aux sociétés canadiennes. La Solution

360° Pages Jaunes est cruciale pour permettre aux acheteurs pertinents de trouver nos annonceurs au moyen d'un appareil mobile, en ligne ou dans les annuaires imprimés. Nos professionnels de la vente sont maintenant mieux préparés pour offrir les solutions qui correspondent aux besoins en constante évolution de nos annonceurs.

En 2012, nous lancerons aussi des produits et services distincts à l'intention des gros annonceurs et accroîtrons l'efficacité du soutien aux ventes grâce à la mise en marché d'outils de vente améliorés et du traitement simplifié des commandes et à l'amélioration de l'exécution opérationnelle des étapes d'exécution des commandes, de facturation et de soutien après-vente.

#### *Fournir une valeur supérieure à nos clients*

Notre objectif premier consiste à répondre aux besoins de nos annonceurs de façon à leur permettre de gérer leurs affaires et d'en assurer l'expansion. En 2012, nous continuerons de nous affaïrer à leur fournir une proposition de valeur supérieure en élargissant notre portefeuille de produits afin de répondre aux besoins des gros annonceurs, en augmentant le nombre d'occasions d'affaires numériques pour les annonceurs et en démontrant notre valeur grâce à Yellow Pages Analytics. Cet outil d'analyse du rendement procure un précieux aperçu des campagnes que les annonceurs ont confiées à GPJ et leur permet d'accéder à des statistiques en ligne, presque en temps réel, sur les visites, les clics, les tendances en matière de trafic et plus encore.

#### *Être à la tête de la transformation de notre secteur d'activité*

Nous avons entrepris une profonde transformation de notre société, abandonnant un modèle axé sur l'imprimé pour adopter celui d'un fournisseur chef de file de médias de performance et de solutions marketing; nous avons déjà accompli des progrès en ce sens. En 2012, nous poursuivrons cette transformation en procédant aux investissements nécessaires et en concentrant nos efforts sur les possibilités de croissance de premier plan. Nous investirons dans notre offre de services mobiles, veillerons à augmenter le nombre d'occasions d'affaires à l'échelle locale ainsi que notre auditoire et multiplierons les initiatives du côté du magasinage astucieux à l'échelle locale. Nous ferons évoluer la promesse que véhicule notre marque et y inclurons des fonctionnalités numériques tout en faisant progresser notre stratégie nationale.

### **Capacité à produire des résultats**

Cette section de notre rapport de gestion présente la façon dont nous nous positionnons pour continuer à exercer nos activités sur une base novatrice et viable financièrement.

#### ***Sources de financement***

GPJ génère suffisamment de flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles pour financer les dépenses en immobilisations requises et remplir les obligations liées au service de la dette. Ses flux de trésorerie et la disponibilité de ses facilités bancaires engagées lui procurent des ressources suffisantes pour financer ses besoins de trésorerie dans un avenir prévisible tout en conservant des liquidités appropriées. Se reporter à la section 3, « Situation de trésorerie et sources de financement », de ce rapport de gestion pour une analyse de la capacité de la Société à générer suffisamment de flux de trésorerie en vue de combler ses besoins d'exploitation compte tenu de la conjoncture actuelle.

#### ***Ressources autres qu'en capital***

Les importantes ressources incorporelles de GPJ comprennent les suivantes :

- ses marques de commerce bien établies;
- ses relations solides avec les clients;
- son contenu local riche et complet;
- ses employés dévoués et compétents;
- la culture et les valeurs qui caractérisent notre organisation.

#### *Marques de commerce bien établies*

GPJ est le propriétaire exclusif de certaines marques de commerce importantes qui jouissent d'une valeur très reconnue au sein de nos divers publics, y compris les marques Yellow Pages, Pages Jaunes, Walking Fingers Design, RedFlagDeals et Canada411 au Canada.

#### *Relations solides avec les clients*

Notre effectif de vente se compose d'environ 1 500 personnes, y compris le personnel de soutien aux ventes. Cet imposant effectif, qui se consacre principalement à la vente directe, est divisé en différentes catégories de clients, ce qui permet une relation privilégiée entre l'équipe de vente et les PME. C'est pourquoi 87 % de nos annonceurs renouvellent leur contrat de publicité avec nous chaque année.

### Contenu local étendu et approfondi

La qualité de notre contenu local attire les utilisateurs, ce qui incite les annonceurs locaux et nationaux à faire paraître leurs publicités dans nos médias imprimés et en ligne.

### Employés dévoués et expérimentés

Nos employés ont amélioré de façon continue nos activités opérationnelles. Malgré un contexte difficile, nos employés ont pris part aux initiatives nécessaires pour positionner la société en vue de sa transformation, et nous croyons qu'ils continueront à déployer les efforts requis pour atteindre nos objectifs communs.

### Culture et valeurs

La culture de notre organisation est axée sur le rendement. Cette culture est définie par toutes nos valeurs et influe sur notre attitude et nos actions, et nous incite à nous dépasser pour être les meilleurs. De cet accent sur le rendement découlent également les compétences et les talents que nous cherchons à attirer et à conserver. Tous nos employés doivent valoriser le travail d'équipe et être orientés sur nos clients. Ils doivent être intègres, respectueux et passionnés, tout en favorisant la communication ouverte.

Nous croyons que notre culture et nos valeurs constituent la force motrice de notre organisation et qu'elles sont essentielles à sa réussite.

## 2. Résultats

Cette section présente un aperçu de notre rendement financier pour l'exercice 2011 comparativement à l'exercice 2010 ainsi que pour l'exercice 2010 comparativement à l'exercice 2009. Il convient de noter qu'afin d'aider les investisseurs à mieux comprendre notre rendement, nous avons recours à plusieurs mesures, dont certaines ne sont pas reconnues par les IFRS. Ces mesures financières sont définies à la page 2 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 72,3 M\$, ou 5,2 %, comparativement à l'exercice précédent, pour atteindre 1 328,9 M\$.
- Le bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, frais connexes à l'acquisition et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA) a diminué de 77,4 M\$, ou 10,2 %, par rapport à l'exercice précédent, pour se chiffrer à 679,7 M\$.

### Faits saillants<sup>1, 2, 3</sup>

(en milliers de dollars canadiens, sauf l'information sur les actions)

	Exercices clos les 31 décembre	
	2011	2010
Produits	1 328 866 \$	1 401 129 \$
Bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, frais connexes à l'acquisition et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)	679 707 \$	757 108 \$
(Perte) bénéfice de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires		
Lié(e) aux activités poursuivies	(5,33) \$	0,42 \$
Total	(5,58) \$	0,44 \$
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies	336 573 \$	569 607 \$
Flux de trésorerie disponibles liés aux activités poursuivies <sup>4</sup>	275 174 \$	529 211 \$

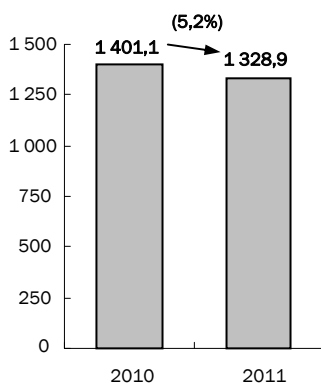
<sup>1</sup> Le 25 mars 2011, Yellow Média inc. a annoncé la conclusion d'une entente définitive visant la vente de son secteur Médias verticaux. Par conséquent, les résultats du secteur Médias verticaux sont présentés à titre d'activités abandonnées et ne sont pas pris en compte dans ces chiffres. La transaction a été conclue le 28 juillet 2011.

<sup>2</sup> Les chiffres de 2010 incluent les résultats du Fonds. En outre, les chiffres correspondants de l'exercice 2010 ont été retraités pour que leur présentation soit conforme aux IFRS.

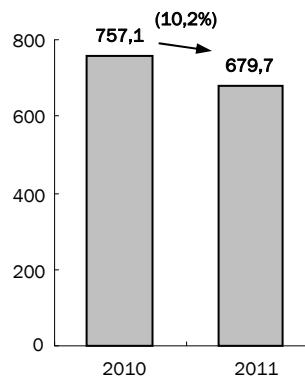
<sup>3</sup> Nous avons mené à terme les acquisitions de Canpages Inc. (Canpages) le 25 mai 2010, de Mediative Performance LP (Mediative LP), auparavant Enquiro Search Solutions Inc. (Enquiro), le 21 septembre 2010, d'Uptrend Media Inc. (Uptrend Media) le 20 octobre 2010 et d'AdSplash Inc. le 28 octobre 2010. Par conséquent, les résultats de 2010 et de 2011 incluent les résultats des entités acquises à compter de la date de leur acquisition respective. Nous avons également cédé LesPAC le 14 novembre 2011. Par conséquent, les données de 2011 comprennent les résultats de LesPAC jusqu'à la date de son désinvestissement.

<sup>4</sup> Se reporter à la section 4 pour un rapprochement des flux de trésorerie disponibles liés aux activités poursuivies avec les IFRS.

**Produits**  
(en millions de dollars)



**BAIIA**  
(en millions de dollars)



## Rendement par rapport à la stratégie de l'entreprise

Déterminés à positionner Yellow Média inc. à titre de fournisseur chef de file de médias de performance et de solutions marketing au Canada, en 2011, nous avons dirigé nos efforts principalement sur les activités suivantes :

- l'expansion de la proposition de valeur et des produits offerts à l'intention des annonceurs grâce au lancement de notre nouvelle Solution 360° Pages Jaunes;
- l'amélioration de l'expérience des utilisateurs et l'accroissement de l'utilisation de notre réseau de médias;
- l'élaboration d'une stratégie nationale complète et convaincante grâce à la création de Mediative.

### Amélioration et expansion des produits offerts

**Solution 360° Pages Jaunes** – En 2011, notre objectif premier consistait à offrir à notre clientèle une valeur et une expérience de qualité supérieure en mettant l'accent sur le déploiement de notre Solution 360° Pages Jaunes. Cette proposition de valeur unique constitue un élément clé de notre transformation numérique, car elle permet aux annonceurs d'obtenir une visibilité sans précédent grâce aux produits en ligne, mobiles et imprimés, ainsi qu'un accès à divers services, comme le développement de sites Web, le marketing par moteur de recherche et l'optimisation des moteurs de recherche. Tout notre personnel de vente a reçu une formation relative à la Solution 360° Pages Jaunes au cours du premier trimestre, et la solution a pu être offerte aux annonceurs canadiens dès le deuxième trimestre de 2011. Depuis le lancement de notre Solution 360° Pages Jaunes, nous avons vendu environ 11 000 sites Web à l'intention des PME, ce qui fait de notre Société l'un des principaux fournisseurs de sites Web du Canada. Les résultats obtenus jusqu'à maintenant sont prometteurs, et nous croyons que la Solution 360° Pages Jaunes nous permettra de bonifier nos produits moyens par annonceur et d'améliorer les renouvellements de la part des annonceurs.

**Site Web Solution 360° Pages Jaunes** – Lorsque nous avons lancé notre nouvelle Solution 360° Pages Jaunes, nous avons également mis en ligne un site Web destiné à nos annonceurs afin de présenter notre gamme de produits et de services et de répondre aux besoins de marketing des entreprises canadiennes en leur proposant une solution multiplateforme complète et intégrée qui soit simple, directe et interactive. Le site a été couronné du Grand Prix Boomerang décerné au meilleur site d'entreprise à entreprise dans la catégorie Grande entreprise. Il s'agit là d'une importante reconnaissance des progrès que nous avons accomplis vers notre transformation numérique.

**ProfilMarché<sup>MC</sup>** – Au cours du premier trimestre de 2011, GPJ a lancé ProfilMarché<sup>MC</sup>, le premier outil automatisé gratuit du genre au Canada. ProfilMarché<sup>MC</sup> produit des rapports personnalisés pour donner aux PME un aperçu du marché sur lequel elles exercent leurs activités, de leur performance en ligne, de leurs concurrents et de la façon dont elles peuvent améliorer leur visibilité en ligne et leur stratégie publicitaire. L'Association du marketing relationnel a récemment primé cet outil.

### Expérience des utilisateurs

**Expérience en ligne** – Nous avons déployé des efforts considérables en 2011 pour enrichir l'expérience des utilisateurs de notre réseau de médias en ligne. Nous avons remanié la présentation du site pj.ca et accru sa performance, le rendant plus rapide et rehaussant la valeur pour les annonceurs grâce à l'amélioration de l'exécution des produits et à l'augmentation du nombre d'occasions d'affaires produites. De nouvelles fonctionnalités ont été ajoutées à pj.ca; les cartes ont notamment été améliorées, ce qui facilite la recherche locale, et de nouvelles fonctions telles que « Promos à proximité » et la recherche par proximité permettent aux utilisateurs de prendre des décisions d'achat plus judicieuses en simplifiant leur expérience de magasinage. Notre réseau de sites pour le trimestre a atteint en moyenne 9,5 millions de visiteurs uniques non dupliqués, soit 38 % de la population en ligne au Canada.

Canada411.ca, l'outil que les Canadiens utilisent le plus et dans lequel ils ont le plus confiance lorsqu'ils cherchent les coordonnées de personnes et d'entreprises, a aussi fait l'objet d'un remaniement et d'améliorations; les données tirées des principaux médias sociaux Facebook<sup>MD</sup>, Twitter<sup>MD</sup> et LinkedIn<sup>MD</sup> sont désormais intégrées aux résultats des recherches.

Services de recherche mobile – Notre stratégie est axée sur l'amélioration continue de l'expérience et de l'engagement des utilisateurs des services de recherche mobile afin de procurer une valeur ajoutée à nos annonceurs. En 2011, nous avons mis à niveau notre application Pages Jaunes en y intégrant nombre de nouvelles fonctions et fonctionnalités qui offrent aux consommateurs un contenu plus pertinent les aidant à prendre de meilleures décisions d'achat. L'information que nous offrons aux utilisateurs comprend notamment des photos, des vidéos, le site Web de l'annonceur, des critiques et des promotions et bonnes affaires locales.

Nos applications de recherche mobile ont été téléchargées 3,7 millions de fois. Notre stratégie initiale consistait à attirer des visiteurs vers nos applications. Comme nous avons atteint la masse critique vers le milieu de 2011, nous avons lancé nos deux premiers produits mobiles : Positionnement commandité et Filtre de marque. Le produit Positionnement commandité permet aux entreprises de figurer en tête de liste dans les résultats de toute recherche mobile cadrant avec les services qu'elles offrent, ce qui leur procure un placement et une visibilité de premier ordre. Quant au produit Filtre de marque, il permet aux entreprises nationales de promouvoir leur marque et leurs coordonnées d'entreprise.

En décembre de cette année, les services géolocalisés de notre application mobile Pages Jaunes<sup>MC</sup> ont reçu le prix accordé à la meilleure application mobile lors de la remise 2011 des prix Digi Awards. Notre application pour iPhone maintient son excellent classement dans les applications de productivité proposées par Apple et a également été sélectionnée pour la deuxième fois dans la liste Rewind des 100 meilleures applications compilée en 2011.

Toujours en 2011, nous avons lancé ShopWise<sup>MC</sup>, qui est une nouvelle application pour iPhone qui repère les soldes les plus avantageux offerts sur des produits et des services dans une région géographique donnée. Grâce à sa banque de données, la plus grande au pays, ShopWise<sup>MC</sup> aidera les Canadiens à magasiner plus intelligemment en les faisant profiter des soldes offerts près de chez eux.

Partenariats – Une composante clé de notre stratégie numérique consiste à mettre sur pied des partenariats en matière de trafic et de distribution de façon à augmenter le nombre d'occasions d'affaires pour nos annonceurs. Par exemple, nous continuons de soutenir les entrepreneurs canadiens du secteur de la technologie grâce au programme YellowAPI à l'intention des développeurs. À l'heure actuelle, plus de 1 500 développeurs se sont inscrits au portail YellowAPI.com, et nous continuons sans cesse d'établir des partenariats en Amérique du Nord avec d'autres entreprises de premier plan du secteur des applications mobiles et en ligne afin de générer du trafic additionnel vers GPJ au profit de nos annonceurs. Ainsi, le site Web mobile Yahoo.ca a commencé à intégrer les résultats de pagesjaunes.ca dans ses recherches à l'échelle locale. Nous avons aussi conclu un partenariat avec Skype au début de l'année : il s'agit d'une initiative novatrice au Canada qui met gratuitement en communication les utilisateurs de Skype avec les annonceurs en ligne de GPJ, ce qui incite davantage les utilisateurs à appeler nos annonceurs. Nous avons également conclu une entente de un an avec météo média.com, dont les pages Prévisions locales en ligne proposent maintenant l'application interactive Promo du jour.

#### Stratégie nationale

Mediative – Il y a un an, nous avons lancé Mediative, qui est maintenant l'une des plus importantes entreprises intégrées de publicité et de marketing numérique au Canada. Mediative a une riche expérience dans le développement de solutions de marketing uniques et innovantes pour les entreprises nationales. En 2011, nous avons été désignés par TopSEOs comme la meilleure entreprise au Canada dans deux catégories de solutions de performance. Autorité indépendante de l'industrie du marketing de recherche, TopSEOs évalue et classe les meilleurs fournisseurs du secteur du marketing Internet. Mediative a été nommée meilleure entreprise de services SEO corporatifs et meilleure entreprise de marketing de recherche intégré. Mediative est maintenant au service de certaines des plus importantes marques en Amérique du Nord, comme WalMart, Future Shop, Sears et Disney, entre autres. Elle est également l'une des chefs de file en matière de réseau de présentation d'annonces au Canada, gérant l'ensemble des annonces d'environ 500 sites Web, notamment ceux de Best Buy, de Martha Stewart, de Sears, de Future Shop et de Toys 'R Us. Le réseau publicitaire de Mediative reçoit plus de 15 millions de visiteurs uniques par mois.



## Résultats opérationnels et financiers consolidés

### Résultats consolidés<sup>1</sup>

(en milliers de dollars canadiens, sauf l'information sur les actions)

	Exercices clos les 31 décembre			
	2011	2010 <sup>1</sup>	2010 <sup>1,3</sup>	2009 <sup>2,3</sup>
Produits	1 328 866 \$	1 401 129 \$	1 679 860 \$	1 639 884 \$
Coûts opérationnels	649 159	644 021	829 545	746 446
Bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, frais connexes à l'acquisition et frais de restructuration et charges spéciales	679 707	757 108	850 315	893 438
Amortissements	160 906	180 265	270 117	142 414
Dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles	2 900 000	–	–	315 000
Frais connexes à l'acquisition	7 743	30 575	30 539	–
Frais de restructuration et charges spéciales	26 142	31 391	33 903	40 316
(Perte opérationnelle) bénéfice opérationnel	(2 415 084)	514 877	515 756	395 708
Charges financières, montant net	130 582	148 437	144 796	114 600
Profit à la cession présumée d'un placement en titres de capitaux propres	–	–	(2 374)	–
Profit à la cession d'une filiale	(6 211)	–	(2 338)	–
(Perte) bénéfice avant dividendes sur actions privilégiées de séries 1 et 2, impôt sur le résultat, dépréciation et quote-part des pertes liées aux participations dans des entreprises associées	(2 539 455)	366 440	375 672	281 108
Dividendes sur actions privilégiées de séries 1 et 2	19 187	21 171	21 171	22 427
(Perte) bénéfice avant impôt sur le résultat, dépréciation et quote-part des pertes liées aux participations dans des entreprises associées	(2 558 642)	345 269	354 501	258 681
Provision pour impôt sur le résultat	87 149	93 583	60 527	42 710
Dépréciation de la participation dans une entreprise associée (déduction faite de l'impôt sur le résultat de 0,2 M\$)	50 271	–	–	–
Quote-part des pertes liées aux participations dans des entreprises associées	12 060	19 900	19 939	7 089
(Perte nette) bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies	(2 708 122)	231 786	274 035	208 882
Perte nette liée aux activités abandonnées, déduction faite de l'impôt sur le résultat	(120 877)	(2 380)	–	–
<b>(Perte nette) bénéfice net</b>	<b>(2 828 999) \$</b>	<b>229 406 \$</b>	<b>274 035 \$</b>	<b>208 882 \$</b>
(Perte) bénéfice de base par action <sup>2</sup> attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires				
Lié(e) aux activités poursuivies	(5,33) \$	0,42 \$	0,53 \$	0,40 \$
Total	(5,58) \$	0,44 \$	0,53 \$	0,40 \$
(Perte) bénéfice dilué(e) par action <sup>2</sup> attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires				
Lié(e) aux activités poursuivies	(5,33) \$	0,38 \$	0,47 \$	0,36 \$
Total	(5,58) \$	0,40 \$	0,47 \$	0,36 \$
<b>Total de l'actif</b>	<b>5 048 932 \$</b>	<b>9 211 110 \$</b>	<b>9 300 248 \$</b>	<b>8 941 606 \$</b>
<b>Dette à long terme</b>	<b>1 510 892 \$</b>	<b>1 923 203 \$</b>	<b>2 218 203 \$</b>	<b>2 225 720 \$</b>
<b>Instruments échangeables et convertibles</b>	<b>184 214 \$</b>	<b>319 029 \$</b>	<b>319 029 \$</b>	<b>83 886 \$</b>
<b>Actions privilégiées de séries 1 et 2</b>	<b>149 173 \$</b>	<b>446 725 \$</b>	<b>446 725 \$</b>	<b>472 777 \$</b>

<sup>1</sup> Les chiffres de 2010 incluent les résultats du Fonds.

<sup>2</sup> Les chiffres comparatifs de 2009 se rapportent aux données par part de fiducie.

<sup>3</sup> Les résultats selon les PCGR du Canada et les résultats de Trader sont inclus dans les résultats des activités poursuivies.

## Analyse des résultats opérationnels et financiers consolidés

Les comptes consolidés de résultat de Yellow Média inc. présentent les résultats du secteur Annuaire jusqu'au poste intitulé « (Perte nette) bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies » étant donné que les résultats des activités de Trader dans les médias imprimés et en ligne pour les secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant sont présentés à titre d'activités abandonnées.

Comparaison de l'exercice 2011 et de l'exercice 2010

### Produits

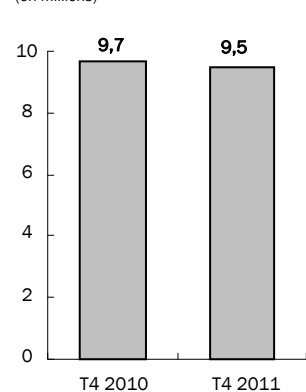
En 2011, les produits ont diminué pour se chiffrer à 1 328,9 M\$, contre 1 401,1 M\$ en 2010. La diminution des produits au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2011 est imputable à la baisse des produits provenant des médias imprimés au sein de nos marchés traditionnels, en partie contrebalancée par l'augmentation des produits tirés des activités en ligne. L'apport de Canpages a contrebalancé la baisse des produits dans nos marchés de produits imprimés traditionnels au premier semestre de 2011, puisque cette entreprise a été acquise en mai 2010. Au 31 décembre 2011, le nombre d'annonceurs, à l'exclusion de Canpages, s'établissait à 340 000, comparativement à 365 000 au 31 décembre 2010, ce qui correspond à une baisse de 7 %. Les renouvellements de la part des annonceurs ont légèrement reculé, s'établissant à 87 % au 31 décembre 2011, comparativement à 88 % au 31 décembre 2010. Au cours des douze derniers mois, GPJ a attiré environ 24 000 nouveaux annonceurs. Bien que le nombre d'annonceurs ait diminué, les produits moyens par annonceur sont demeurés relativement stables à environ 3 400 \$ par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent. Au 31 décembre 2011, les unités génératrices de produits<sup>1</sup> par annonceur étaient restées à peu près les mêmes, soit 1,68, comparativement à 1,70 à la même date l'an dernier.

Au 31 décembre 2011, excluant Canpages, la proportion d'annonceurs ayant choisi d'annoncer à la fois dans les annuaires imprimés et en ligne était de 63,4 % pour tout le Canada, par rapport à 65,2 % pour la période correspondante de l'exercice précédent.

Les produits tirés des activités en ligne se sont élevés à 346,1 M\$, soit une croissance de 29,6 % pour l'exercice 2011. En plus d'avoir été stimulée par le lancement de nouveaux produits, la croissance des produits tirés des activités en ligne est attribuable aux produits de la société Canpages, acquise en mai 2010, et de Mediative, notre fournisseur de solutions numériques et de marketing pour les agences et les annonceurs nationaux, lancé en octobre 2010. Notre réseau de sites Web pour le secteur Annuaire a attiré en moyenne 9,5 millions de visiteurs uniques non dupliqués<sup>2</sup> au cours du quatrième trimestre de 2011, ce qui représente 38 %<sup>2</sup> des internautes au Canada.

Nous prévoyons que la croissance des produits des activités ordinaires résultant de nos produits en ligne se poursuivra. Toutefois, cette croissance ne devrait pas compenser le repli des résultats de nos produits imprimés traditionnels à court terme. Par conséquent, nous continuons à nous concentrer sur l'amélioration du positionnement de nos plateformes en investissant dans le lancement de nouveaux produits, en mettant en œuvre notre stratégie liée à la Solution 360° Pages Jaunes et en optimisant la couverture de notre marché.

Utilisation des annuaires en ligne  
(en millions)



### BAIIA

Le BAIIA a diminué de 77,4 M\$ pour s'établir à 679,7 M\$ en 2011, comparativement à 2010 où il s'était chiffré à 757,1 M\$. Bien que la plupart de nos nouveaux produits de placement en ligne nous aient permis de dégager des marges semblables à celles qu'obtiennent nos produits imprimés sur nos marchés locaux, la baisse des produits tirés des médias imprimés a entraîné la baisse du BAIIA.

Le coût des produits vendus a augmenté de 27,5 M\$ pour s'établir à 392,5 M\$ en 2011, contre 365 M\$ en 2010. L'augmentation pour l'exercice clos le 31 décembre 2011 découle de la hausse des frais par suite de l'acquisition de Canpages et de notre division Mediative en 2010, contrebalancée par la baisse des coûts de fabrication associée à la baisse des produits tirés des produits imprimés.

En 2011, la marge brute a diminué pour s'établir à 70,5 %, comparativement à 74 % en 2010. Cette baisse s'explique par des marges plus faibles en ce qui a trait à Canpages, à Wall2Wall et à notre division Mediative.

Les frais généraux et d'administration ont diminué de 22,4 M\$ en 2011 pour s'établir à 256,7 M\$, contre 279,1 M\$ en 2010. En 2010, nous avons engagé des coûts liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque en raison de notre conversion de fiducie de revenu en société par actions.

<sup>1</sup> Les unités génératrices de produits déterminent le nombre de groupes de produits choisis par les annonceurs.

<sup>2</sup> Source : comScore Media Metrix Canada (les données excluent LesPAC pour le mois de décembre).

### **Amortissements**

La dotation aux amortissements a diminué pour se chiffrer à 160,9 M\$ en 2011, alors qu'elle s'était établie à 180,3 M\$ au dernier exercice. La diminution pour l'exercice clos le 31 décembre 2011 est principalement attribuable à la baisse de l'amortissement de certaines immobilisations incorporelles liées à l'acquisition de Canpages.

### **Dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles**

Après un examen détaillé de ses plans stratégique et opérationnel réalisé au troisième trimestre de 2011, Yellow Média inc. a déterminé que la recouvrabilité de la valeur comptable de certaines de ses immobilisations devait être revue à des fins de dépréciation. Comme il a été annoncé le 28 septembre 2011, nous avons donc comptabilisé une charge de 2,9 G\$ relativement à la dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles. Cette charge pour perte de valeur n'a eu aucune incidence sur les activités de la Société, sur sa liquidité, ses flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles, ses ententes de crédit conclues avec les banques, ni ses actes de fiducie relatifs aux billets.

### **Frais connexes à l'acquisition**

Nous avons engagé des frais de 7,7 M\$ au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2011 relativement à des investissements potentiels. En 2010, nous avons engagé des frais de 30,6 M\$; ces frais se rapportaient principalement à notre acquisition de Canpages, de RedFlagDeals.com, de Restaurantica, d'Enquiro, d'Uptrend Media, d'AdSplash et de 411.ca.

### **Frais de restructuration et charges spéciales**

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2011, nous avons engagé des coûts de 26,1 M\$, comparativement à 31,4 M\$ à l'exercice précédent en raison de la création de centres d'excellence et des réorganisations internes. Ces coûts étaient liés à la réduction de la main-d'œuvre, à l'élimination d'activités faisant double emploi et à la résiliation de certaines obligations contractuelles. En outre, en 2011, nous avons entrepris la révision complète de nos annuaires imprimés de Canpages, avons éliminé la publication de certains annuaires redondants et intégrerons les activités de Canpages à celles de GPJ.

### **Charges financières**

Les charges financières ont diminué de 17,9 M\$ pour s'établir à 130,6 M\$ en 2011. Cette baisse au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2011 est attribuable à un profit accru au rachat d'instruments d'emprunt, partiellement contrebalancé par la prime de remboursement payée relative à un swap sur rendement total et la hausse de l'amortissement et de la radiation des frais de financement différés. L'augmentation du taux d'intérêt effectif découle de l'abandon du programme de papier commercial et de la hausse des coûts relatifs à la facilité de crédit après la révision à la baisse de notre cote de solvabilité.

### **Profit à la cession d'une filiale**

En 2011, la Société a vendu les actifs de LesPAC.com à Technologies Interactives Mediagrif Inc. pour une contrepartie nette de 70,9 M\$. La transaction a été conclue le 14 novembre 2011 et s'est traduite par un profit de 6,2 M\$.

### **Dividendes sur actions privilégiées de séries 1 et 2**

Les dividendes sur les deux séries d'actions privilégiées rachetables se sont élevés à 19,2 M\$ en 2011, comparativement à 21,2 M\$ à l'exercice précédent. Cette baisse s'explique par la diminution du nombre d'actions privilégiées découlant du rachat d'actions dans le cadre de notre offre publique de rachat dans le cours normal des activités.

### **Provision pour impôt sur le résultat**

Le taux d'imposition combiné fédéral-provincial prévu par la loi s'est établi à 27,9 % et à 29,9 % pour les exercices clos les 31 décembre 2011 et 2010, respectivement. La Société a inscrit une charge d'impôt de 3,4 % liée à la perte et une charge d'impôt de 27,1 % sur le bénéfice pour les exercices clos les 31 décembre 2011 et 2010, respectivement. Comme la dépréciation du goodwill et de Ziplocal comptabilisée en 2011 n'est pas entièrement déductible aux fins de l'impôt, la Société a comptabilisé une charge de 87,1 M\$ pour l'exercice, comparativement à une charge de 93,6 M\$ en 2010. N'eût été de ces éléments, le taux d'imposition effectif en 2011 aurait été conforme aux taux prévus par la loi.

### **Dépréciation des participations dans des entreprises associées**

Au cours de l'exercice, Yellow Média inc. a déterminé que sa participation dans Ziplocal LP (« Ziplocal ») avait subi une perte de valeur et a, par conséquent, comptabilisé une perte nette de 50,3 M\$ afin de ramener à néant sa participation nette dans Ziplocal. Ziplocal était en défaut à l'égard de ses dettes et avait entrepris d'importantes initiatives de restructuration.

### **Quote-part des pertes liées aux participations dans des entreprises associées**

En 2011, nous avons comptabilisé notre quote-part des pertes liées à nos participations dans 411.ca et Acquisio, qui s'élève à 12,1 M\$, comparativement à 19,9 M\$ pour l'exercice précédent. La baisse pour l'exercice s'explique par le fait qu'aucune quote-part des pertes découlant de notre participation dans Ziplocal n'a été comptabilisée, car cette participation a été radiée au deuxième trimestre de 2011. Le montant constaté comprend l'amortissement des immobilisations incorporelles relatif à ces placements en titres de capitaux propres.

### **Perte nette liée aux activités abandonnées**

Le 25 mars 2011, Yellow Média inc. a annoncé la conclusion d'une entente définitive visant la vente de la Société Trader. La transaction a été conclue le 28 juillet 2011. Les activités relatives à l'immobilier et à l'emploi ainsi que celles du site Web LesPAC.com ont été exclues du désinvestissement. La Société a vendu les actifs de LesPAC.com le 14 novembre 2011. Quant aux activités relatives à l'immobilier et à l'emploi, GPJ en demeure propriétaire et gestionnaire. Nous avons donc reclassé les résultats des médias verticaux des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant dans les activités abandonnées. Par conséquent, le compte consolidé de résultat de l'exercice antérieur et les flux de trésorerie consolidés ont été retraités afin qu'ils reflètent cette modification.

Les résultats des activités abandonnées liées aux activités des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant comprennent des produits de 148,1 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2011, comparativement à 254 M\$ pour l'exercice précédent. Les résultats des deux exercices ne sont pas comparables, car nous avons conclu la vente de la Société Trader le 28 juillet 2011.

Le BAIIA lié aux activités des secteurs de l'automobile et des articles d'usage courant a diminué pour s'établir à 34,7 M\$ pour 2011, comparativement à 74,9 M\$ pour l'exercice précédent. Les résultats ne sont pas comparables, car nous avons conclu la vente de la Société Trader le 28 juillet 2011.

La perte nette liée aux activités abandonnées s'est chiffrée à 120,9 M\$ en 2011. Ce montant comprend une perte à la cession de 134,3 M\$ (déduction faite de l'impôt sur le résultat) pour l'exercice clos le 31 décembre 2011, ce qui représente la différence entre la juste valeur, déduction faite des coûts liés à la vente, et la valeur comptable de l'actif net vendu.

En outre, à la suite de l'adoption des IFRS, la cession de la filiale américaine YPG Directories, LLC le 15 avril 2010 est également présentée dans les activités abandonnées pour l'exercice clos le 31 décembre 2010.

### **(Perte nette) bénéfice net**

En 2011, le bénéfice net a diminué de 3 058,4 M\$ par rapport à l'exercice précédent, ce qui a donné lieu à la comptabilisation d'une perte de 2 829 M\$. La diminution pour l'exercice est principalement imputable à la dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles dont il a été question ci-dessus. Outre ces éléments, la diminution pour l'exercice s'explique également par la dépréciation de 50,3 M\$ de notre participation dans Ziplocal et une perte à la cession de 134,3 M\$ (déduction faite de l'impôt sur le résultat) liée au désinvestissement de la Société Trader.

### **Comparaison de l'exercice 2010 et de l'exercice 2009**

L'analyse qui suit se fonde sur les chiffres établis conformément aux PCGR du Canada tels qu'ils ont été présentés dans le rapport de gestion de 2010.

### **Produits**

Au cours de 2010, les produits ont augmenté pour se chiffrer à 1 679,9 M\$, comparativement à 1 639,9 M\$ pour 2009. L'apport additionnel de Canpages aux produits au cours de l'exercice terminé le 31 décembre 2010 a été contrebalancé en partie par la diminution des produits découlant du désinvestissement de YPG (États-Unis). Dealer.com a fourni un apport aux produits d'environ 78 M\$ pour 2010. En excluant les résultats de Dealer.com, la croissance interne des produits a diminué en raison de la baisse des produits tirés des médias imprimés dans les deux secteurs. La transition continue de l'industrie des médias et de l'édition vers davantage de contenu en ligne continue d'exercer une pression sur nos produits imprimés traditionnels. Pour 2010, la croissance interne des produits tirés des activités en ligne a atteint 15,8 %. Les produits combinés tirés des activités en ligne des secteurs Annuaire et Médias verticaux se sont élevés à 445,3 M\$ en 2010. Notre réseau de sites Web pour les secteurs Annuaire et Médias verticaux a attiré en moyenne 10,3 millions de visiteurs uniques non dupliqués<sup>1</sup> au cours du quatrième trimestre de 2010, ce qui représente 41,4 %<sup>1</sup> des internautes au Canada.

### **BAIIA**

Le BAIIA a diminué de 43,1 M\$ pour s'établir à 850,3 M\$, comparativement à 893,4 M\$ en 2009. En 2010, nous avons engagé des coûts de 48,5 M\$ liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque découlant de notre conversion en tant que fiduciaire de revenu en une société par actions. En excluant ces coûts, le BAIIA a augmenté de 5,4 M\$ comparativement à 2009.

Le coût des produits vendus a augmenté de 15,3 M\$ pour s'établir à 479,5 M\$, comparativement à 464,2 M\$ en 2009. La hausse pour l'exercice clos le 31 décembre 2010 découle principalement de l'augmentation des coûts associée à l'acquisition de Dealer.com au premier trimestre de 2010. Comme elle a été acquise en mai 2010, Canpages a aussi entraîné des coûts additionnels au cours de l'exercice par rapport à 2009. Ces coûts ont été neutralisés par la baisse des coûts découlant du désinvestissement de YPG (États-Unis).

<sup>1</sup> Source : comScore Media Metrix Canada.

La marge brute est demeurée relativement stable, s'établissant à 71,5 % en 2010, comparativement à 71,7 % en 2009.

Les frais généraux et d'administration ont augmenté de 67,7 M\$ pour s'établir à 350 M\$, comparativement à 282,3 M\$ en 2009. Les hausses de frais généraux et d'administration pour 2010 sont principalement attribuables aux coûts liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque, ainsi qu'à la hausse des coûts dans le secteur Médias verticaux à la suite de l'acquisition de Dealer.com le 5 janvier 2010, et à la hausse des coûts à la suite de l'acquisition de Canpages le 25 mai 2010.

#### **Amortissements**

Les amortissements ont augmenté pour s'établir à 270,1 M\$ en 2010, comparativement à 142,4 M\$ en 2009. Cette hausse est principalement attribuable à l'augmentation de l'amortissement de certaines immobilisations incorporelles liées à l'acquisition de Dealer.com et de Canpages.

#### **Frais connexes à l'acquisition**

En 2010, nous avons comptabilisé des frais connexes à l'acquisition de 30,5 M\$ en raison des acquisitions de Canpages, de RedFlagDeals.com, de Restaurantica, de Mediative LP, d'Uptrend Media, d'AdSplash, de 411.ca et de CanadianDriver. Ce montant inclut des coûts de transaction de 18,8 M\$ et des frais de restructuration et charges spéciales de 11,7 M\$.

#### **Frais de restructuration et charges spéciales**

Au cours de 2010, nous avons comptabilisé, relativement à l'acquisition de Canpages, des frais de restructuration et charges spéciales liés à une réorganisation interne, à une réduction de l'effectif, à l'accélération des changements apportés aux processus d'affaires dans nos centres d'excellence et à d'autres éléments, totalisant 33,9 M\$. En 2009, le montant comptabilisé au titre d'initiatives semblables s'est chiffré à 40,3 M\$.

#### **Charges financières**

Les charges financières ont augmenté de 30,2 M\$ pour s'établir à 144,8 M\$, comparativement à 114,6 M\$ en 2009. Cette augmentation découle en partie d'une réduction du profit lié au rachat d'actions privilégiées, de billets à moyen terme, de facilités de crédit et de débentures échangeables, qui s'est chiffré à 4,2 M\$ en 2010, comparativement à un profit net de 42,8 M\$ en 2009. Le taux d'intérêt effectif moyen sur notre portefeuille de titres d'emprunt s'est établi à 5,4 % au 31 décembre 2010, comparativement à 5,8 % au 31 décembre 2009.

#### **Profit à la cession réputée d'une participation dans une entreprise associée**

La participation dans Dealer.com que Trader détenait auparavant, et qui était comptabilisée selon la méthode de la mise en équivalence jusqu'au 5 janvier 2010, a été réévaluée à sa juste valeur de 40,6 M\$ et le profit à la cession réputée a été constaté dans le résultat net. La perte cumulée latente découlant de la conversion des états financiers de Dealer.com en dollars canadiens a également été constatée dans le résultat net sur la même base que celle qui serait exigée si Trader avait cédé directement la participation qu'il détenait auparavant. Les transactions susmentionnées ont généré un profit net de 2,4 M\$ qui a été comptabilisé au premier trimestre de 2010.

#### **Profit à la cession d'une filiale**

Au cours de 2010, la Société a échangé sa participation dans YPG Directories, LLC contre une participation minoritaire de 35 % dans une nouvelle entité issue du regroupement de YPG Directories, LLC et de Ziplocal LP. La transaction a été conclue le 15 avril 2010, ce qui a donné lieu à un profit à la vente de 2,3 M\$.

#### **Dividendes sur actions privilégiées de séries 1 et 2**

Les dividendes sur les deux séries d'actions privilégiées rachetables se sont élevés à 21,2 M\$, comparativement à 22,4 M\$ en 2009.

#### **Provision pour impôt sur le résultat**

Le taux d'imposition combiné fédéral-provincial prévu par la loi s'est établi à 29,9 % et à 31,4 % pour 2010 et 2009, respectivement. La Société a inscrit une charge d'impôt correspondant à 17,1 % et à 16,5 % du bénéfice pour 2010 et 2009, respectivement. Avant la conversion à partir d'une fiducie de revenu, la filiale du Fonds, YPG LP, était une société en commandite et, à ce titre, elle n'était pas assujettie à l'impôt sur le résultat, contrairement à ses propres filiales. L'écart entre le taux d'imposition prévu par la loi et le taux d'imposition effectif était principalement lié aux produits interentreprises, qui n'étaient pas imposables au moment de leur réception par YPG LP.

### Quote-part des pertes liées aux participations dans des entreprises associées

En 2010, nous avons comptabilisé notre quote-part des pertes liées à nos participations dans des entreprises associées qui s'élève à 19,9 M\$, comparativement à 7,1 M\$ en 2009. Les pertes comprennent l'amortissement des immobilisations incorporelles relatives aux participations dans des entreprises associées, dont le montant s'élève à 22 M\$ (12,9 M\$ en 2009).

### Bénéfice net

Le bénéfice net a augmenté de 65,2 M\$ pour s'établir à 274 M\$ en 2010. L'augmentation est principalement attribuable à la dépréciation du goodwill en 2009, en partie contrebalancée par la hausse des amortissements à la suite des acquisitions d'entreprises en 2010 ainsi que des coûts engagés relativement à notre conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque et aux frais connexes à l'acquisition engagés relativement à l'acquisition de Canpages, de RedFlagDeals.com, de Restaurantica, de Mediative LP, d'Uptrend Media, d'AdSplash, de 411.ca et de CanadianDriver en 2010.

## Sommaire des résultats consolidés trimestriels

### Résultats trimestriels

(en milliers de dollars canadiens, sauf l'information sur les actions)

	2011				2010			
	T4	T3	T2	T1	T4	T3	T2	T1
Produits	313 315 \$	323 441 \$	342 738 \$	349 372 \$	345 378 \$	355 949 \$	360 118 \$	339 684 \$
Coûts opérationnels	166 117	157 443	166 262	159 337	184 043	162 726	156 140	141 112
Bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, frais connexes à l'acquisition et frais de restructuration et charges spéciales (BAIIA)	147 198	165 998	176 476	190 035	161 335	193 223	203 978	198 572
Marge sur BAIIA	47 %	51,3 %	51,5 %	54,4 %	46,7 %	54,3 %	56,6 %	58,5 %
Amortissements	23 003	37 800	47 735	52 368	76 269	48 349	31 269	24 378
Dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles	—	2 900 000	—	—	—	—	—	—
Frais connexes à l'acquisition	210	497	6 233	803	5 066	1 960	19 934	3 615
Frais de restructuration et charges spéciales	14 254	—	11 888	—	6 229	16 185	8 977	—
Bénéfice opérationnel (perte opérationnelle)	109 731	(2 772 299)	110 620	136 864	73 771	126 729	143 798	170 579
Bénéfice net (perte nette)	45 292	(2 825 452)	(14 250)	(34 589)	(14 694)	64 999	51 982	127 119
Bénéfice (perte) de base par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires lié(e) aux activités poursuivies	0,08 \$	(5,52)\$	(0,05)\$	0,13 \$	(0,03)\$	0,12 \$	0,09 \$	0,23 \$
Bénéfice (perte) dilué(e) par action attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires lié(e) aux activités poursuivies	0,03 \$	(5,52)\$	(0,05)\$	0,11 \$	(0,03)\$	0,10 \$	0,09 \$	0,20 \$

Au cours du deuxième trimestre de 2010, nous avons fait l'acquisition de Canpages, ce qui a entraîné une hausse de nos produits. Les produits ont diminué d'un trimestre à l'autre en 2010 et en 2011 en raison de la pression continue exercée sur nos produits imprimés. Au premier trimestre de 2011, les produits ont augmenté en raison du caractère saisonnier associé à la publication des annuaires de Canpages.

Notre marge sur BAIIA a diminué progressivement en 2010 et en 2011, traduisant la baisse des produits provenant des médias imprimés et la diminution des marges liées à Canpages et Mediative, acquises en 2010. Au quatrième trimestre de 2010, notre marge sur BAIIA a fléchi en raison des coûts liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque découlant de notre conversion en une société par actions. Au quatrième trimestre de 2011, nous avons engagé une charge non récurrente d'environ 6 M\$ en raison d'un avis de cotisation pour la taxe de vente.

Les réorganisations internes et les initiatives de contrôle des coûts ont donné lieu à des frais de restructuration et à des charges spéciales qui ont eu une incidence sur certains de nos résultats trimestriels en 2010 et en 2011. L'amortissement des immobilisations incorporelles liées à l'acquisition de Canpages a eu une incidence sur le bénéfice net du deuxième semestre de 2010 et en 2011. Le bénéfice net de l'ensemble de l'exercice 2010 a subi l'incidence des coûts liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque découlant de notre conversion de fiducie de revenu en société par actions ainsi que des frais connexes à l'acquisition, plus particulièrement au quatrième trimestre de 2010. Nous avons inscrit une perte découlant de la cession de la Société Trader et une dépréciation de notre participation dans Ziplocal au premier et au deuxième trimestres de 2011, respectivement. Enfin, pendant le troisième trimestre de 2011, nous avons comptabilisé une charge de 2,9 G\$ relativement à la dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles.

#### *Analyse des résultats du quatrième trimestre de 2011*

##### **Produits**

Les produits ont diminué au quatrième trimestre de 2011 pour se chiffrer à 313,3 M\$, contre 345,4 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution au quatrième trimestre s'explique par la baisse des produits tirés des médias imprimés sur nos marchés traditionnels, en partie contrebalancée par l'augmentation des produits tirés des activités en ligne.

##### **BAIIA**

Le BAIIA a diminué de 14,1 M\$ pour s'établir à 147,2 M\$ au quatrième trimestre de 2011, comparativement à 161,3 M\$ au trimestre correspondant de l'exercice précédent. Bien que la plupart de nos produits en ligne nous aient permis de dégager des marges semblables à celles qu'obtiennent nos produits imprimés sur nos marchés locaux, la baisse des produits a entraîné la baisse du BAIIA.

Le coût des produits vendus a augmenté de 11,4 M\$ au quatrième trimestre par rapport à celui de la période correspondante de l'an dernier et s'est établi à 103,9 M\$. L'augmentation pour le trimestre découle de la hausse des frais de vente liés à notre division Mediative.

La marge brute a diminué pour se fixer à 66,8 % au quatrième trimestre de 2011, contre 73,2 % au quatrième trimestre de 2010. Cette baisse pour le trimestre est imputable à la diminution des produits tirés des médias imprimés ainsi qu'à la contraction des marges associées à Canpages et à notre division Mediative.

Les frais généraux et d'administration ont reculé de 29,3 M\$ au cours du trimestre clos le 31 décembre 2011 pour se chiffrer à 62,2 M\$, contre 91,5 M\$ au trimestre correspondant de l'exercice précédent. Au quatrième trimestre de 2010, des coûts liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque de 30 M\$ avaient été engagés. Au quatrième trimestre de 2011, nous avons une charge non récurrente d'environ 6 M\$ relativement à un avis de cotisation pour la taxe de vente.

##### **Amortissements**

Les amortissements ont diminué et se sont établis à 23 M\$ pour le quatrième trimestre de 2011, comparativement à 76,3 M\$ pour le trimestre correspondant de l'exercice précédent. La diminution trimestrielle s'explique par la baisse de l'amortissement de certaines immobilisations incorporelles de YPG (États-Unis) et de Canpages qui étaient pleinement amorties au cours du trimestre.

##### **Frais connexes à l'acquisition**

Nous avons engagé des frais de 0,2 M\$ au cours du trimestre clos le 31 décembre 2011 en raison d'investissements potentiels. Au cours du quatrième trimestre de 2010, des frais de 5,1 M\$ avaient été engagés. Les frais de 2010 étaient essentiellement liés à notre acquisition de Canpages, d'AdSplash, d'Uptrend Media et de Mediative LP.

##### **Frais de restructuration et charges spéciales**

Au cours du trimestre, nous avons engagé des frais de restructuration et charges spéciales de 14,3 M\$, comparativement à 6,2 M\$ au trimestre correspondant de l'exercice précédent. Les frais engagés en 2011 étaient associés à la réduction de la main-d'œuvre et à la résiliation de certaines obligations contractuelles en raison de l'élimination de la publication de certains annuaires redondants et de l'intégration de nos activités de Canpages à celles de GPJ.

##### **Dividendes sur actions privilégiées de séries 1 et 2**

Les dividendes sur les deux séries d'actions privilégiées rachetables se sont élevés à 4,6 M\$ au quatrième trimestre de 2011, comparativement à 5,1 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent.

### ***Provision pour impôt sur le résultat***

Le taux d'imposition combiné fédéral-provincial prévu par la loi s'est établi à 27,9 % et à 29,9 % pour les trimestres clos le 31 décembre 2011 et le 31 décembre 2010, respectivement. La Société a inscrit une charge d'impôt de 20,6 % sur le bénéfice du trimestre clos le 31 décembre 2011 et une charge d'impôt de 95 % liée au bénéfice du trimestre clos le 31 décembre 2010. Dans le cadre de la cession de YPG Directories, LLC en 2010, Yellow Média inc. a révisé le statut de ses actifs d'impôt différé en 2010. Par conséquent, une réduction de valeur de 22,9 M\$ a été comptabilisée au quatrième trimestre.

### ***Quote-part des pertes liées aux participations dans des entreprises associées***

Au quatrième trimestre de 2011, nous avons comptabilisé notre quote-part des pertes liées à nos participations dans 411.ca et Acquisio, qui s'élève à 0,4 M\$, comparativement à 8,3 M\$ pour le trimestre correspondant de l'exercice précédent. La baisse pour le trimestre s'explique par le fait qu'aucune quote-part des pertes découlant de notre participation dans Ziplocal n'a été comptabilisée, car cette participation a été radiée au deuxième trimestre de 2011. Le montant constaté comprend l'amortissement des immobilisations incorporelles relatif à ces placements en titres de capitaux propres.

### ***Bénéfice net***

Au quatrième trimestre de 2011, le bénéfice net a augmenté de 60 M\$ par rapport à une perte nette de 14,7 M\$ au trimestre correspondant de l'exercice précédent pour se chiffrer à 45,3 M\$. Cette amélioration est principalement attribuable aux coûts liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque engagés au quatrième trimestre de 2010.



### 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 sa dette et son portefeuille d'actions privilégiées.

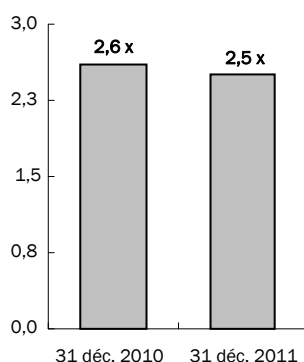
#### Situation financière

##### Structure du capital

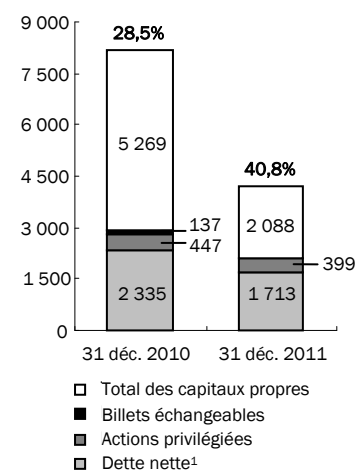
(en milliers de dollars canadiens)

	Au 31 décembre 2011	Au 31 décembre 2010
Trésorerie	84 186 \$	69 325 \$
Billets à moyen terme	1 404 083	1 656 200
Facilités de crédit	205 000	250 000
Papier commercial	–	295 000
Obligations en vertu de contrats de location-financement et autres	4 148	20 672
<b>Dette nette (déduction faite de la trésorerie)</b>	<b>1 529 045 \$</b>	<b>2 152 547 \$</b>
Instruments d'emprunt échangeables et convertibles	184 214	319 029
Actions privilégiées de séries 1 et 2	398 886	446 725
Capitaux propres attribuables aux actionnaires de Yellow Média inc.	2 084 225	5 215 937
Participations ne donnant pas le contrôle	802	52 568
<b>Capitalisation totale</b>	<b>4 197 172 \$</b>	<b>8 186 806 \$</b>
Ratio de la dette nette <sup>1</sup> sur la capitalisation totale	40,8 %	28,5 %

Ratio de la dette nette<sup>1</sup> sur le BAIIA des douze derniers mois<sup>2,3</sup>



Structure du capital (en millions de dollars)



Au 31 décembre 2011, la dette nette de GPJ se chiffrait à environ 1,5 G\$, ou à 2,1 G\$ compte tenu des actions privilégiées de séries 1 et 2 et des instruments d'emprunt convertibles. Le ratio de la dette nette<sup>1</sup> sur le BAIIA des douze derniers mois<sup>2,3</sup> s'établissait à 2,5 fois au 31 décembre 2011. Le ratio de la dette nette sur la capitalisation totale s'élevait à 40,8 % au 31 décembre 2011, comparativement à 28,5 % au 31 décembre 2010. En raison de la charge pour dépréciation du goodwill et de la réduction de la dette, la capitalisation totale a été réduite de 4 G\$ au cours de l'exercice.

<sup>1</sup> La dette nette comprend les débiteures convertibles.

<sup>2</sup> Bénéfice opérationnel des douze derniers mois avant amortissements, dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, frais connexes à l'acquisition, coûts liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque en 2010 et frais de restructuration et charges spéciales, compte tenu des acquisitions et des désinvestissements (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 employées par d'autres sociétés cotées en Bourse. Veuillez vous reporter à la page 2 pour obtenir une définition du BAIIA, et à la note 31 des états financiers consolidés ci-joints pour obtenir un sommaire des différences entre nos états financiers consolidés auparavant préparés conformément aux PCGR du Canada et nos états financiers consolidés conformes aux IFRS pour l'exercice clos le 31 décembre 2010.

<sup>3</sup> Comprend les activités abandonnées pour l'exercice clos le 31 décembre 2010.

### **Billets à moyen terme**

En vertu de son programme de billets à moyen terme, des billets de Yellow Média inc. d'un montant total de 1,4 G\$, qui viennent à échéance à diverses dates allant de 2013 à 2036, étaient en circulation au 31 décembre 2011.

Au cours de 2011, Yellow Média inc. a racheté aux fins d'annulation des billets à moyen terme d'une valeur totale de 256 M\$ qui comprend le montant en capital de 42,8 M\$ de billets à moyen terme de série 2, 67,5 M\$ de billets à moyen terme de série 4, 23,9 M\$ de billets à moyen terme de série 5 et 121,9 M\$ de billets à moyen terme de série 7, pour une contrepartie en trésorerie totale de 229,3 M\$.

### **Facilités de crédit et programme de papier commercial**

Au 9 février 2012, Yellow Média inc. disposait d'une facilité de crédit de premier rang non garantie composée des éléments suivants :

- une tranche renouvelable de 250 M\$ venant à échéance en février 2013;
- une tranche non renouvelable de 180 M\$ venant à échéance en février 2013.

Le 28 septembre 2011, Yellow Média inc. a annoncé la modification de sa facilité de crédit de premier rang non garantie. Parallèlement, la Société a remboursé un montant total de 500 M\$ sur sa dette bancaire. La facilité de crédit modifiée n'est pas garantie et porte intérêt aux taux des acceptations bancaires majorés d'un écart de 3,5 %, ou au taux préférentiel majoré d'un écart de 2,5 %.

Yellow Média inc. est tenue d'effectuer des remboursements trimestriels de 25 M\$ sur le solde impayé de la tranche non renouvelable de la facilité principale, de janvier 2012 jusqu'en janvier 2013. La Société a remboursé un montant de 45 M\$ sur la tranche non renouvelable au quatrième trimestre de 2011, à la suite du désinvestissement de LesPAC. En outre, le premier remboursement trimestriel de 25 M\$ a été effectué en janvier. La facilité ne peut être renouvelée une fois remboursée. La date d'échéance pour le remboursement du solde impayé des emprunts en vertu de la facilité demeure le 18 février 2013.

En vertu de la facilité modifiée, Yellow Média inc. doit maintenir un ratio de la dette totale consolidée sur le BAIIA consolidé des douze derniers mois<sup>1</sup> d'au plus 3,5 pour 1 et un ratio du BAIIA consolidé des douze derniers mois<sup>1</sup> sur les charges d'intérêts consolidées d'au moins 3,5 pour 1.

La Société a également accepté certaines restrictions sur le rachat d'actions et sur le rachat ou le remboursement de la dette avant les dates d'échéance prévues, sous réserve de certaines exceptions, notamment le refinancement de ces instruments sous réserve de certaines conditions précisées. La facilité modifiée permet à la Société de racheter ses billets à moyen terme de séries 8 et 9 pour un montant maximal de 125 M\$ avant leur date d'échéance en 2013, sous réserve de certaines conditions. La facilité de crédit prévoit également des restrictions concernant la création ou la reprise de dettes et de privilèges, le transfert d'actifs, les acquisitions et les investissements. La facilité modifiée restreint la déclaration et le versement des dividendes sur actions ordinaires à venir. Se reporter à la section 4, « Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies ».

Aux termes des modifications à la facilité de crédit de Yellow Média inc. en date du 28 septembre 2011, la Société accepte de ne pas exercer son droit de racheter ses actions privilégiées de série 1 en contrepartie d'espèces. Elle conserve toutefois le droit d'exercer ses droits d'échange relativement aux actions privilégiées de série 1. Se reporter à la rubrique « Actions privilégiées rachetables à dividende cumulatif » dans la présente section.

Au 31 décembre 2011, l'encours sur la tranche non renouvelable de la facilité de crédit s'élevait à 205 M\$, et aucun montant n'avait été prélevé sur la tranche renouvelable. La facilité renouvelable peut être affectée aux besoins généraux de l'entreprise.

Au 9 février 2012, un montant de 180 M\$ était impayé sur la tranche non renouvelable de la facilité de crédit. La Société a également prélevé un montant de 239 M\$ sur la tranche renouvelable, et détient un montant d'environ 280 M\$ en trésorerie au 9 février 2012.

Après la révision à la baisse de notre cote de solvabilité qui est maintenant de qualité inférieure, notre accès au marché du papier commercial a été suspendu.

Au 31 décembre 2011, GPJ était en conformité avec toutes les clauses restrictives de ses contrats d'emprunt.

<sup>1</sup> Bénéfice opérationnel des douze derniers mois avant amortissements, dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, frais connexes à l'acquisition, coûts liés à la conversion et à la création d'une nouvelle image de la marque en 2010 et frais de restructuration et charges spéciales, compte tenu des acquisitions et des désinvestissements (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 employées par d'autres sociétés cotées en Bourse. Se reporter à la page 2 pour obtenir une définition du BAIIA, et à la note 31 des états financiers consolidés, pour un récapitulatif des différences entre nos états financiers consolidés qui étaient auparavant préparés selon les PCGR du Canada et ceux préparés selon les IFRS pour l'exercice clos le 31 décembre 2010.

### **Billets échangeables**

Dans le cadre de l'acquisition de Canpages en 2010, Yellow Média inc. a émis des billets obligatoirement échangeables (les « billets ») pour un montant en capital de 141,6 M\$.

Depuis le premier trimestre de 2011, les billets sont échangeables contre un certain nombre d'actions ordinaires de Yellow Média inc. en fonction d'un prix équivalant à 95 % du cours des actions de Yellow Média inc. au moment de l'échange. Chaque trimestre, les détenteurs de billets avaient le droit d'échanger 25 % du montant en capital, ce qui représente un montant maximal de 35,4 M\$ des billets. Jusqu'au 31 décembre 2014, GPJ pouvait racheter, en tout temps et à son gré, les billets, en tout ou en partie, contre paiement en trésorerie plus les intérêts courus non versés. Ces billets étaient de rang subordonné à la dette privilégiée de Yellow Média inc. et portaient intérêt à un taux initial fixe de 5 %, sous réserve des dispositions d'indexation du taux au fil du temps, avec versements trimestriels en trésorerie. La date d'échéance finale des billets est le 31 décembre 2014. Les billets encore détenus à cette date auraient automatiquement été échangés contre des actions ordinaires de Yellow Média inc. le 31 décembre 2014.

Le 15 octobre 2010, les détenteurs de billets ont monétisé leur placement au moyen de la revente des billets à une institution financière tierce. Afin de faciliter cette transaction de revente et de favoriser une conversion méthodique des billets en actions ordinaires au cours de 2011, Yellow Média inc. a conclu un swap sur rendement total qui fait correspondre la contrepartie des billets à celle des actions ordinaires, et ce, pour la période se clôturant le 15 décembre 2011. En vertu des modalités du swap sur rendement total, le taux d'intérêt fixe de 5 % des billets a été converti en un taux d'intérêt variable correspondant au taux des acceptations bancaires sur trois mois majoré de 1,75 %. De plus, en vertu du swap sur rendement total, la contrepartie à titre de détenteur de billets devait permettre d'échanger 25 % du montant en capital en actions ordinaires sous-jacentes de Yellow Média inc. à 95 % du prix du marché en vigueur. En outre, Yellow Média inc. aurait, en vertu du swap sur rendement total, reçu ou payé un ajustement dans la mesure où la valeur réalisée par la contrepartie du swap sur rendement total à l'échange ou au remboursement des billets correspondait à un montant supérieur ou inférieur aux 141,6 M\$ du montant en capital des billets.

Le 15 février 2011, le droit d'échange a été exercé, et le quart des billets a été converti en 6,3 millions d'actions ordinaires de Yellow Média inc. Aussi, comme la valeur réalisée par la contrepartie du swap sur rendement total à l'échange des billets était inférieure au montant en capital des billets, Yellow Média inc. a payé un ajustement d'un montant de 4,2 M\$ en vertu du swap sur rendement total.

Le 31 mars 2011, Yellow Média inc. a exercé son droit de remboursement applicable à un autre quart du montant en capital du billet, ce qui représente un montant de 35,4 M\$. Le montant en capital et la prime de remboursement de 5 % stipulée en vertu du swap sur rendement total ont été payés le 1<sup>er</sup> avril 2011.

Au cours du deuxième trimestre de 2011, les billets restants ont été rachetés par Yellow Média inc. conformément aux modalités des billets. Le montant en capital restant et la prime de remboursement de 5 % stipulée en vertu du swap sur rendement total ont été remboursés en entier le 10 juin 2011, et le swap sur rendement total a été résilié.

### **Débtures convertibles**

Le 8 juillet 2010, Yellow Média inc. a annoncé la clôture de l'appel public à l'épargne visant des débtures subordonnées non garanties convertibles à 6,25 % (les « débtures convertibles ») d'un montant en capital de 200 M\$. Les débtures convertibles donnent semestriellement droit à des intérêts le 1<sup>er</sup> avril et le 1<sup>er</sup> octobre de chaque année à compter du 1<sup>er</sup> octobre 2010. Elles viennent à échéance le 1<sup>er</sup> octobre 2017 et peuvent être converties, au gré de leurs porteurs, en actions ordinaires de Yellow Média inc. au prix d'échange de 8,00 \$ l'action ordinaire. Un montant de 10,1 M\$ a été classé en tant que composante distincte des capitaux propres attribuables aux propriétaires de la Société. Le produit net du placement a servi à financer le rachat des débtures échangeables en circulation et à rembourser la dette liée aux facilités de crédit et au programme de papier commercial. S&P a attribué la cote B aux débtures convertibles et DBRS leur a attribué la cote B (élevé).

### **Actions privilégiées rachetables à dividende cumulatif**

Deux séries d'actions privilégiées rachetables de premier rang à dividende cumulatif de Yellow Média inc. sont en circulation. Le 6 mars 2007, 12 000 000 d'actions privilégiées rachetables de série 1 à dividende cumulatif (les « actions privilégiées de série 1 ») ont été émises pour un produit brut de 300 M\$. Lorsque le conseil d'administration de la Société en déclare, les détenteurs d'actions privilégiées de série 1 peuvent recevoir des dividendes en espèces cumulatifs fixes d'un montant équivalant à 1,0625 \$ par action privilégiée de série 1 par année, payables trimestriellement et procurant un rendement annuel de 4,25 %. À tout moment et de temps à autre à compter du 31 mars 2012 et avant le 31 décembre 2012, la Société pourra, conformément aux modalités des actions privilégiées de série 1, échanger, en totalité ou en partie, ses actions privilégiées de série 1 en circulation contre des actions ordinaires de la Société à un prix de conversion équivalant au montant le plus élevé entre 2,00 \$ et 95 % du cours moyen pondéré des actions ordinaires alors en vigueur. À compter du 31 décembre 2012, le détenteur d'actions privilégiées de série 1 pourra exiger de la Société qu'elle rachète ses actions privilégiées de série 1 pour une contrepartie en espèces de 25,00 \$ l'action privilégiée de série 1, en plus de lui verser les dividendes cumulés et impayés jusqu'à la date fixée pour le rachat, exclusivement.

Aux termes des modifications à la facilité de crédit de Yellow Média inc. en date du 28 septembre 2011, la Société accepte de ne pas exercer son droit de racheter ses actions privilégiées de série 1 en contrepartie d'espèces. Elle conserve toutefois le droit d'exercer ses droits d'échange relativement aux actions privilégiées de série 1. Se reporter au paragraphe « Actions privilégiées rachetables à dividende cumulatif » de la présente section pour obtenir plus de détails.

Le 8 juin 2007, 8 000 000 d'actions privilégiées rachetables de série 2 à dividende cumulatif (les « actions privilégiées de série 2 ») ont été émises pour un produit brut de 200 M\$. Lorsque le conseil d'administration de la Société en déclare, les détenteurs d'actions privilégiées de série 2 peuvent recevoir des dividendes en espèces cumulatifs fixes d'un montant équivalant à 1,25 \$ l'action privilégiée de série 2 par année, payables trimestriellement et procurant un rendement annuel de 5,0 %.

À tout moment et de temps à autre à compter du 30 juin 2012 et avant le 30 juin 2017, la Société pourra, conformément aux modalités des actions privilégiées de série 2, échanger, en totalité ou en partie, ses actions privilégiées de série 2 en circulation contre des actions ordinaires de la Société à un prix de conversion équivalant au montant le plus élevé entre 2,00 \$ et 95 % du cours moyen pondéré des actions ordinaires alors en vigueur. À compter du 30 juin 2017, un détenteur d'actions privilégiées de série 2 pourra exiger de la Société qu'elle rachète ses actions privilégiées de série 2 pour une contrepartie en espèces de 25,00 \$ l'action privilégiée de série 2, en plus de lui verser les dividendes cumulés et impayés jusqu'à la date fixée pour le rachat, exclusivement.

Le 8 juin 2010, Yellow Média inc. a reçu l'approbation de la Bourse de Toronto (la TSX) quant à son avis d'intention de renouveler l'offre de rachat dans le cours normal des activités de ses actions privilégiées de séries 1 et 2 par l'intermédiaire de la TSX, pour la période allant du 11 juin 2010 au 10 juin 2011, conformément à la réglementation applicable de la TSX.

Le 11 mai 2011, Yellow Média inc. a reçu l'approbation de la TSX quant à son avis d'intention de renouveler l'offre de rachat dans le cours normal des activités de ses actions privilégiées de séries 1 et 2 par l'intermédiaire de la TSX, pour la période allant du 13 juin 2011 au 12 mai 2012, conformément à la réglementation applicable de la TSX. Dans le cadre de son offre publique de rachat dans le cours normal des activités, Yellow Média inc. était autorisée à acheter aux fins d'annulation jusqu'à 1 127 882 et 542 406 de ses actions privilégiées de premier rang de série 1 et de ses actions privilégiées de premier rang de série 2 en circulation, respectivement.

Dans le cadre de ces deux programmes d'offre publique de rachat dans le cours normal des activités, en 2011, Yellow Média inc. a acheté aux fins d'annulation 1 232 948 actions privilégiées de série 1 de Yellow Média inc. pour une contrepartie en trésorerie totale de 25,5 M\$, y compris les frais de courtage, et 778 156 actions privilégiées de série 2 de Yellow Média inc. pour une contrepartie en trésorerie totale de 11,3 M\$, y compris les frais de courtage. La valeur comptable des actions privilégiées de série 1 et de série 2 était de 30,6 M\$ et de 19,1 M\$, respectivement.

Afin de maximiser les fonds disponibles pour le remboursement de la dette et le réinvestissement dans l'entreprise, Yellow Média inc. a suspendu son offre publique de rachat dans le cours normal des activités visant ses actions privilégiées de série 1 et de série 2. Cette décision est conforme aux modifications que Yellow Média inc. a acceptées à l'égard de sa facilité de crédit principale.

### **Actions privilégiées à taux révisé**

Yellow Média inc. a deux séries d'actions privilégiées de premier rang à taux révisé en circulation.

Le 23 septembre 2009, 7 500 000 actions privilégiées à taux révisé et à dividende cumulatif de série 3 (les « actions privilégiées de série 3 ») ont été émises pour un produit brut de 187,5 M\$. Le 28 septembre 2009, 800 000 actions privilégiées à taux révisé et à dividende cumulatif de série 3 additionnelles ont été émises pour un produit brut de 20 M\$. Lorsque le conseil d'administration de la Société en déclare, les détenteurs d'actions privilégiées de série 3 peuvent recevoir des dividendes en espèces privilégiés cumulatifs d'un montant de 1,6875 \$ l'action par année, payable chaque trimestre, procurant un rendement annuel de 6,75 % pour la première période de cinq ans qui prendra fin le 31 décembre 2014. Le taux de dividende sera refixé le 30 septembre 2014 et tous les cinq ans par la suite pour correspondre au taux de rendement des obligations du gouvernement du Canada sur cinq ans, majoré de 4,17 %. Les actions privilégiées de série 3 seront rachetables par Yellow Média inc. à compter du 30 septembre 2014, conformément à leurs conditions. Les détenteurs d'actions privilégiées de série 3 pourront, à leur gré, convertir leurs actions en actions privilégiées à taux variable et à dividende cumulatif de série 4 (les « actions privilégiées de série 4 »), sous réserve de certaines conditions, le 30 septembre 2014 et tous les cinq ans par la suite. Lorsque le conseil d'administration en déclare, les détenteurs d'actions privilégiées de série 4 peuvent recevoir trimestriellement des dividendes cumulatifs à taux variable correspondant au taux de rendement des bons du Trésor du gouvernement du Canada sur trois mois majoré de 4,17 %.

Le 22 décembre 2009, 5 000 000 d'actions privilégiées à taux révisé et à dividende cumulatif de série 5 (les « actions privilégiées de série 5 ») ont été émises pour un produit brut de 125 M\$. Lorsque le conseil d'administration de la Société en déclare, les détenteurs d'actions privilégiées de série 5 peuvent recevoir des dividendes en espèces privilégiés cumulatifs d'un montant de 1,7250 \$ l'action par année, payable chaque trimestre, procurant un rendement annuel de 6,90 % pour la première période de cinq ans et demi qui prendra fin le 30 juin 2015. Le taux de dividende sera refixé le 30 juin 2015 et tous les cinq ans par la suite pour correspondre au taux de rendement des obligations du gouvernement du Canada sur cinq ans, majoré de 4,26 %. Les actions privilégiées de série 5 seront rachetables par l'émetteur à compter du 30 juin 2015, conformément à leurs conditions. Les porteurs des actions privilégiées de série 5 pourront, à leur gré, convertir leurs actions en actions privilégiées à taux variable et à dividende cumulatif de série 6 (les « actions privilégiées de série 6 »), sous réserve de certaines conditions, le 30 juin 2015 et tous les cinq ans par la suite le 30 juin. Lorsque le conseil d'administration en déclare, les détenteurs d'actions privilégiées de série 6 peuvent recevoir trimestriellement des dividendes cumulatifs à taux variable correspondant au taux de rendement des bons du Trésor du gouvernement du Canada sur trois mois majoré de 4,26 %.

Le produit net tiré de la vente des actions privilégiées de série 3 et de série 5 a servi à effectuer un remboursement sur la dette liée à la facilité de crédit et au programme de papier commercial ainsi qu'aux fins générales de l'entreprise.

#### **Actions privilégiées échangeables à dividende cumulatif**

Le 9 février 2010, dans le cadre de l'acquisition de RedFlagDeals.com, Yellow Média inc. a émis 1 300 000 actions privilégiées rachetables à dividende cumulatif de série 7 (les « actions privilégiées de série 7 ») au prix de 7,50 \$ l'action privilégiée de série 7, à titre de paiement aux vendeurs pour l'acquisition au moyen d'un placement privé. Lorsque le conseil d'administration de Yellow Média inc. en déclare, les détenteurs d'actions privilégiées de série 7 ont droit à des dividendes en espèces privilégiés cumulatifs fixes d'un montant correspondant à 0,375 \$ par action privilégiée de série 7 par année pour un rendement annuel de 5 %, les dividendes étant payables trimestriellement le troisième jour ouvrable avant la fin de mars, de juin, de septembre et de décembre de chaque année. Les actions privilégiées de série 7 sont échangeables en actions ordinaires de Yellow Média inc., au gré des porteurs d'actions privilégiées de série 7 et selon un ratio de une action privilégiée pour une action ordinaire de Yellow Média inc., sans égard au cours des actions ordinaires de Yellow Média inc. À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2012, 300 000 actions privilégiées de série 7 peuvent être échangées sous réserve de certaines conditions de temps et de performance.

Au 9 février 2012, un total de 916 667 actions privilégiées de série 7 avaient été converties contre des actions ordinaires de Yellow Média inc. selon un ratio de une action privilégiée pour une action ordinaire de Yellow Média inc. À l'heure actuelle, 383 333 actions privilégiées de série 7 sont en circulation.

Après un examen approfondi, le conseil d'administration a décidé de suspendre les dividendes sur les actions privilégiées de série 1, de série 2, de série 3, de série 5 et de série 7 en circulation.

#### **Cotes de solvabilité**

<b>DBRS Limited</b>	<b>Standard and Poor's Rating Services</b>
Cote de solvabilité BB	Cote BB-/surveillance négative de la Société
Cote R-4 au papier commercial	Cote BB- aux facilités de crédit existantes et aux billets à moyen terme
Cote B (élevée) aux débentures subordonnées convertibles	Cote B aux débentures subordonnées convertibles
Cote Pfd-4 (faible) aux actions privilégiées	Cote P-4 (faible) aux actions privilégiées

#### **Situation de trésorerie**

Conformément à sa politique financière et à ses directives en matière de structure du capital, GPJ reste déterminé à conserver une situation de trésorerie adéquate en tout temps.

Au 31 décembre 2011, GPJ disposait d'une facilité de crédit composée de deux tranches d'un montant total de 455 M\$. De ce montant, il y avait un encours de 205 M\$ sur la tranche non renouvelable de la facilité de crédit principale, ce qui assure à la Société une trésorerie suffisante pour le financement de ses activités. La facilité de crédit renouvelable peut être affectée aux besoins généraux de l'entreprise. Les tranches renouvelables et non renouvelables viennent toutes deux à échéance le 18 février 2013, et GPJ est tenue d'effectuer des remboursements trimestriels de 25 M\$ sur le solde de la tranche non renouvelable à compter de janvier 2012. Se reporter à la rubrique « Facilités de crédit ».

Au 31 décembre 2011, la trésorerie totalisait 84,2 M\$. La principale source de trésorerie de la Société est les flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles, auxquels s'ajoutent les emprunts en vertu de sa facilité de crédit. La Société prévoit tirer suffisamment de flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles pour financer ses dépenses d'investissement, ses besoins en fonds de roulement, ainsi que pour assurer le service de sa dette en cours.

La Société a entrepris l'examen des options de refinancement des échéances de 2012 et par la suite. La vaste gamme d'options étudiées pourra inclure l'émission de titres d'emprunt, de capitaux propres et autres, garantis ou non, et d'autres transactions. Pour le moment, le conseil d'administration a décidé de suspendre le versement de dividendes sur les différentes séries d'actions privilégiées en circulation.

Dans le cadre de cet examen, le conseil d'administration de Yellow Média inc. a mis sur pied un comité formé d'administrateurs indépendants qui agira à titre de comité de financement du conseil (le « comité de financement »). Ce dernier supervisera le processus dans le but d'arriver à la conclusion de transactions pendant l'exercice en cours.

### **Données sur les actions**

Au 9 février 2012, les données sur les actions en circulation se présentaient comme suit :

#### **Données sur les actions en circulation**

	<b>Au 9 février 2012</b>	<b>Au 31 décembre 2011</b>	<b>Au 31 décembre 2010</b>
Actions ordinaires en circulation	520 402 094	520 402 094	516 017 984
Actions privilégiées de séries 3, 5 et 7 en circulation	13 424 153	13 424 153	13 933 333
Options en cours et pouvant être exercées	380 882	380 882	380 882

Le 11 novembre 2010, le conseil d'administration de Yellow Média inc. a adopté un nouveau régime d'options sur actions (le régime de 2010). Le régime de 2010 a été approuvé par les actionnaires le 5 mai 2011 et permet au conseil d'administration d'émettre un nombre maximal de 25 millions d'options à des employés admissibles.

Au 31 décembre 2011, 12 100 000 options étaient en cours selon les modalités suivantes :

- Le prix d'exercice de 6,35 \$ est égal au cours moyen pondéré en fonction du volume des actions ordinaires à la TSX pour les cinq jours de négociation précédant la date à laquelle les options ont été attribuées.
- Les droits des options s'acquiescent à la fin de la troisième année suivant la date d'attribution.
- Les options viennent à échéance cinq ans après la date d'attribution.

Au 9 février 2012, Yellow Média inc. avait également des débetures convertibles en circulation totalisant 200 M\$, lesquelles sont convertibles à tout moment, au gré du détenteur, en actions ordinaires de la Société au prix d'échange de 8,00 \$ par action ordinaire.

Au 9 février 2012, 10 045 872 actions privilégiées de série 1 et 6 062 128 actions privilégiées de série 2 étaient en circulation. Les deux séries d'actions privilégiées sont rachetables par l'émetteur sous réserve de certaines conditions au moyen de l'émission d'actions ordinaires de la Société.

Au 9 février 2012, 383 333 actions privilégiées de série 7 étaient en circulation. Les actions privilégiées de cette série sont convertibles en actions ordinaires de la Société, selon un ratio de une action privilégiée pour une action ordinaire, sous réserve de certaines conditions.

### **Offre publique de rachat dans le cours normal des activités**

Le 11 mai 2011, Yellow Média inc. a reçu l'approbation de la TSX quant à son avis d'intention de procéder à une offre de rachat de ses actions ordinaires et de ses actions privilégiées de premier rang de séries 3 (les actions de série 3) et 5 (les actions de série 5) dans le cours normal de ses activités, pour la période allant du 13 mai 2011 au 12 mai 2012 au plus tard, conformément à la réglementation applicable de la TSX.

Dans le cadre de son offre publique de rachat dans le cours normal des activités, Yellow Média inc. était autorisée à acheter aux fins d'annulation jusqu'à 51 782 537 de ses actions ordinaires en circulation, 830 000 de ses actions de série 3 en circulation et 500 000 de ses actions de série 5 en circulation.

En 2011, Yellow Média inc. a acheté aux fins d'annulation 11 252 884 actions ordinaires de Yellow Média inc. pour une contrepartie en trésorerie totale de 46,5 M\$, y compris les frais de courtage. La valeur comptable moyenne des actions ordinaires était de 7,86 \$ l'action. L'écart entre le prix d'achat et la valeur comptable des actions ordinaires, qui s'est chiffré à 41,9 M\$, a été porté au crédit du déficit. En outre, une portion de la réserve liée à la réduction du capital social comptabilisée en novembre 2010 aux termes du plan d'arrangement, d'un montant de 42,9 M\$, a également été portée au crédit du déficit.

En 2011, Yellow Média inc. a acheté aux fins d'annulation 179 100 actions de série 3 de Yellow Média inc. pour une contrepartie en trésorerie totale de 2,7 M\$, y compris les frais de courtage, et 80 080 actions de série 5 de Yellow Média inc. pour une contrepartie en trésorerie totale de 1,2 M\$, y compris les frais de courtage. La valeur comptable des actions de série 3 et de série 5 était de 4,4 M\$ et de 1,9 M\$, respectivement. L'écart entre le prix d'achat et la valeur comptable a été porté au crédit du déficit.

Afin de maximiser les fonds disponibles pour le remboursement de l'emprunt et les réinvestissements dans l'entreprise, Yellow Média inc. a suspendu son offre publique de rachat dans le cours normal des activités de ses actions ordinaires et de ses actions de série 3 et de série 5, comme il a été annoncé le 28 septembre 2011. Cette décision a été prise en conformité avec les modifications que Yellow Média inc. a convenu d'apporter concernant sa facilité de crédit principale.

### Réduction du capital

Le capital déclaré de Yellow Média inc. relativement à ses actions ordinaires a été réduit de 500 M\$, et le montant inscrit au poste Réduction du capital et autres réserves a été augmenté du même montant.

## Obligations contractuelles et autres engagements

### Obligations contractuelles

(en milliers de dollars canadiens)

	Paiements exigibles pour les périodes se terminant le 31 décembre			
	Total	De 1 an à 3 ans	De 4 ans à 5 ans	Plus de 5 ans
Dette à long terme <sup>1</sup>	1 610 505 \$	714 733 \$	457 977 \$	437 795 \$
Obligations en vertu de contrats de location-financement <sup>1</sup>	4 148	3 814	334	—
Actions privilégiées <sup>1</sup>	402 700	251 147	—	151 553
Instruments échangeables et convertibles <sup>1</sup>	200 000	—	—	200 000
Contrats de location simple	121 650	59 461	38 042	24 147
Autres	86 843	83 826	267	2 750
<b>Total des obligations contractuelles</b>	<b>2 425 846 \$</b>	<b>1 112 981 \$</b>	<b>496 620 \$</b>	<b>816 245 \$</b>

<sup>1</sup> Montant en capital

### Obligations en vertu de contrats de location-financement

Nous concluons des contrats de location-financement relatifs à du matériel de bureau et à des logiciels. Au 31 décembre 2011, les paiements minimaux en vertu de ces contrats de location-financement jusqu'en 2016 totalisaient 4,1 M\$.

### Contrats de location simple

Nous louons nos locaux et notre matériel de bureau en vertu de divers contrats de location simple. Au 31 décembre 2011, les paiements minimaux en vertu de ces contrats de location simple jusqu'en 2021 totalisaient 121,7 M\$.

### Obligations d'achat

Pour la distribution de nos annuaires, nous faisons appel à des fournisseurs externes; nous avons conclu des ententes à long terme avec un certain nombre d'entre eux. Ces ententes arrivent à échéance entre 2012 et 2038. Au 31 décembre 2011, notre obligation visant l'achat de services au cours des cinq prochains exercices et par la suite se chiffrait à 86 M\$. Nous utiliserons les flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles pour nous acquitter de ces obligations d'achat.

### Obligations au titre des prestations de retraite

GPJ a un régime de retraite enregistré auprès de l'Agence du revenu du Canada et de la Commission des services financiers de l'Ontario comportant un volet à prestations définies (le « régime à prestations définies de GPJ ») et un volet à cotisations définies, qui couvre la quasi-totalité des employés de la Société.

Au 31 décembre 2011, les actifs du régime à prestations définies de GPJ totalisaient 389 M\$ et étaient investis dans un portefeuille diversifié de titres canadiens à revenu fixe et de titres de participation canadiens et internationaux. Le taux de rendement sur les actifs du régime à prestations définies de GPJ pour 2011 s'est établi à 1,1 %, soit un rendement inférieur de 0,4 % à celui de notre portefeuille de référence, ce qui reflète le contexte difficile et volatil des marchés financiers en 2011. Le rendement du régime avait dépassé le rendement du portefeuille de référence de 0,2 % en 2010.

La plus récente évaluation actuarielle du régime à prestations définies de GPJ aux fins de capitalisation a été effectuée au 30 avril 2011. L'évaluation d'avril 2011 a révélé un déficit opérationnel de 59 M\$ et un déficit de solvabilité de 61 M\$. Cette évaluation a aussi établi le montant des cotisations que doit effectuer la Société en vertu du régime de retraite du régime à prestations définies de GPJ entre le 30 avril 2011 et la date de l'évaluation suivante, qui devra avoir lieu au plus tard le 30 avril 2014.

En 2012, la Société devra verser des cotisations annuelles équivalentes au coût des services rendus au cours de la période (le « coût annuel pour l'employeur ») d'environ 11 M\$ pour le régime à prestations définies de GPJ, comparativement à 8,2 M\$ en 2010. En plus du coût annuel pour l'employeur, la Société financera également le déficit avec des cotisations annuelles de 13,4 M\$ sur une période de cinq ans. Le coût annuel pour l'employeur et les paiements annuels au titre de l'amortissement sont exigibles au 30 avril 2011; des paiements d'ajustement rétroactif seront effectués au premier trimestre de 2012.

## Provenance et utilisation des flux de trésorerie

Comme c'est le cas pour d'autres entreprises dans le marché de l'édition d'annuaires, la Société a des besoins relativement limités au chapitre des dépenses d'investissement ainsi que des coûts opérationnels relativement peu élevés.

### Provenance et utilisation des flux de trésorerie

(en milliers de dollars canadiens)

	Exercices clos les 31 décembre	
	2011	2010
<b>Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies</b>		
Flux de trésorerie opérationnels liés aux activités poursuivies	379 210 \$	535 833 \$
Variation des actifs et des passifs opérationnels	(42 637)	33 774
	<b>336 573 \$</b>	<b>569 607 \$</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement des activités poursuivies</b>		
Cession d'une filiale	70 938 \$	— \$
Cession de Trader	690 230	—
Cession de trésorerie liée à la vente de Trader	(24 517)	—
Acquisition d'entreprises, déduction faite de la trésorerie acquise et de la dette bancaire prise en charge	(49)	(119 161)
Acquisition d'une participation dans des entreprises associées	—	(5 356)
Acquisition d'immobilisations incorporelles	(46 686)	(55 063)
Acquisition d'immobilisations corporelles	(15 565)	(4 178)
Émission de billets	(1 238)	—
Produit des avantages incitatifs relatifs à un bail	852	—
	<b>673 965 \$</b>	<b>(183 758) \$</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux activités de financement des activités poursuivies</b>		
Émission de titres d'emprunt à long terme et de papier commercial	1 062 000 \$	840 265 \$
Remboursement sur la dette à long terme et le papier commercial	(1 403 585)	(469 263)
Rachat d'instruments échangeables et convertibles	(106 172)	—
Émission d'instruments échangeables et convertibles	—	200 000
Dividendes versés aux actionnaires	(209 134)	(395 522)
Rachat d'actions privilégiées de séries 1 et 2 et de billets à moyen terme	(266 183)	(501 812)
Rachat d'actions ordinaires et d'actions privilégiées de séries 3 et 5	(50 432)	—
Autres	(28 244)	(64 852)
	<b>(1 001 750) \$</b>	<b>(391 184) \$</b>

### Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies

Les flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies ont diminué au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2011, s'établissant à 336,6 M\$, comparativement à 569,6 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2010, en raison de la baisse des produits au chapitre des produits imprimés traditionnels. La diminution des actifs et des passifs opérationnels pour l'exercice clos le 31 décembre 2011 s'est établie à 76,4 M\$ par rapport à l'exercice précédent. Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2011, nous avons payé un montant de 105,2 M\$ au titre de l'impôt sur le résultat, comparativement à un montant de 24,8 M\$ pour l'exercice précédent. En outre, l'acquisition de Canpages en mai 2010 a donné lieu à des variations du fonds de roulement. Le reste des variations est attribuable au moment du paiement de certaines charges exigibles et à la diminution des produits différés.



### Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement des activités poursuivies

Les flux de trésorerie affectés aux activités d'investissement des activités poursuivies ont diminué en 2011, passant de 183,8 M\$ pour générer des flux de trésorerie provenant des activités d'investissement de 674 M\$, reflétant le produit de la cession de Trader et de LesPAC. Nous n'avons fait l'acquisition d'aucune entreprise en 2011. En 2010, la Société a acquis une participation de 60 % dans Mediative LP, les actions d'Uptrend Media ainsi que l'ensemble des activités de Restaurantica, de RedFlagDeals.com et d'AdSplash Inc. pour une contrepartie en trésorerie de 38,3 M\$. Nous avons également acquis la totalité des actions de Canpages, pour une contrepartie en trésorerie de 80,9 M\$. De plus, la Société a effectué un placement en capitaux propres dans 411.ca pour un montant de 3,6 M\$. En 2011, nous avons fait l'acquisition d'immobilisations incorporelles et corporelles d'une valeur de 46,1 M\$ et de 16,2 M\$, respectivement. Au total, ces montants sont supérieurs aux montants correspondants de 55,1 M\$ et de 4,2 M\$ pour 2010.

### Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail

(en milliers de dollars canadiens)

	Exercices clos les 31 décembre	
	2011	2010
Investissements de maintien	29 619 \$	13 699 \$
Investissements de transition	5 004	9 011
Investissements de croissance	34 260	19 926
<b>Total</b>	<b>68 883 \$</b>	<b>42 636 \$</b>
Ajustement pour tenir compte des dépenses présentées selon la comptabilité de caisse	(7 484)	(2 240)
<b>Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail</b>	<b>61 399 \$</b>	<b>40 396 \$</b>

Les investissements de maintien se sont élevés à 29,6 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2011, comparativement à 13,7 M\$ pour l'exercice précédent, en raison d'une augmentation du niveau d'activité associé aux acquisitions effectuées en 2010. Plus précisément, au cours du deuxième trimestre de 2011, nous avons investi dans les aménagements des locaux loués afin d'accueillir notre nouvelle division Mediative dans ses locaux situés à Toronto, à Montréal et à Vancouver.

Les investissements de transition se sont élevés à 5 M\$ pour l'exercice clos le 31 décembre 2011, comparativement à 9 M\$ pour l'exercice précédent. Cette diminution tient au fait que nous n'avons effectué aucune nouvelle acquisition d'entreprise en 2011.

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 en matière de médias de performance et de solutions marketing. En 2011, ces dépenses se sont élevées à 34,3 M\$, comparativement à 19,9 M\$ pour l'exercice précédent.

Les dépenses d'investissement ont totalisé 68,9 M\$ pour 2011, ce qui correspond à nos attentes.

### Flux de trésorerie liés aux activités de financement des activités poursuivies

Les flux de trésorerie affectés aux activités de financement des activités poursuivies ont augmenté de 610,6 M\$ pour s'établir à 1 001,8 M\$ au cours de 2011, par rapport à 391,2 M\$ pour l'exercice précédent. La diminution du montant des dividendes par action par rapport à 2010 a donné lieu à la réduction du dividende par action versé aux actionnaires de 186,4 M\$ pour 2011, comparativement à l'exercice précédent. Nous avons remboursé un montant net de 341,6 M\$ au titre d'instruments d'emprunt à long terme et du papier commercial en 2011, par rapport à l'émission d'un montant net de 371 M\$ au titre d'instruments d'emprunt à long terme et du papier commercial en 2010. Nous avons enregistré un montant inférieur au titre du rachat de divers instruments d'emprunt pour 2011. Pour l'exercice 2011, nous avons racheté des actions et des instruments d'emprunt pour une contrepartie de 316,6 M\$, comparativement à 501,8 M\$ en 2010. En 2011, nous avons également racheté le solde restant de 106,2 M\$ de billets émis dans le cadre de l'acquisition de Canpages.

### Instruments financiers et autres instruments

(Se reporter à la note 25 des états financiers consolidés de la Société pour l'exercice clos le 31 décembre 2011.)

Les instruments financiers de la Société comprennent la trésorerie, les créances clients, les placements, les fournisseurs et autres créanciers, les dividendes à verser, la dette à court terme et la dette à long terme, les instruments convertibles et échangeables et les actions privilégiées.

### ***Instruments dérivés***

En août 2009, la Société a conclu trois swaps de taux d'intérêt totalisant 130 M\$ pour couvrir les billets à moyen terme de série 9. La Société a reçu des intérêts au taux de 6,5 % sur ces swaps et a payé un taux variable correspondant au taux des acceptations bancaires sur trois mois majoré d'un écart de 4,3 %. Les swaps devraient venir à échéance le 10 juillet 2013, en même temps que la dette sous-jacente.

En février 2010, la Société a également conclu deux swaps de taux d'intérêt totalisant 125 M\$ pour couvrir les billets à moyen terme de série 8. La Société a reçu des intérêts au taux de 6,85 % sur ces swaps et a payé un taux variable correspondant au taux des acceptations bancaires sur trois mois majoré d'un écart de 4,3 %. Les swaps devraient venir à échéance le 3 décembre 2013, en même temps que la dette sous-jacente.

Le 27 juin 2011, Yellow Média inc. a résilié les cinq swaps de taux d'intérêt susmentionnés d'une valeur nominale de 255 M\$, pour un produit brut de 3,8 M\$. Ce dernier montant sera amorti sur la durée de la dette sous-jacente. En tenant compte des instruments d'emprunt non réglés, des actions de série 1 et de série 2 et de la trésorerie, notre ratio à taux fixe-variable s'établissait à 94 % de la dette à taux fixe au 31 décembre 2011.

Les modalités et les conditions auxquelles sont assujetties les actions privilégiées de série 1 et de série 2 prévoient le remboursement au gré de la Société dans certaines circonstances. Ces options correspondent à la définition d'un dérivé incorporé et sont comptabilisées à la juste valeur dans l'état consolidé de la situation financière, et les variations de la juste valeur sont comptabilisées dans les charges financières.

La valeur comptable des dérivés incorporés correspondait à un actif de 7 000 \$ au 31 décembre 2011. La valeur comptable est établie à l'aide 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. Pour l'exercice clos le 31 décembre 2011, nous avons comptabilisé une perte sur dérivés de 3,5 M\$ (un profit de 1 M\$ pour 2010), excluant la perte sur dérivés désignés comme couvertures de flux de trésorerie au cours de périodes antérieures, transférée au résultat au cours de la période, et les paiements liés aux swaps de taux d'intérêt qui ont mis fin à la comptabilité de couverture. En outre, nous avons comptabilisé un montant d'ajustement de 4,2 M\$ et une prime de remboursement stipulée en vertu du swap sur rendement total de 5,3 M\$ pour 2011.

## 4. Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies

Le tableau suivant présente un rapprochement du bénéfice net attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires et du bénéfice ajusté :

### Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies

(en milliers de dollars canadiens, sauf l'information sur les actions)

	Exercices clos les 31 décembre	
	2011	2010
(Perte nette) bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies	(2 708 122) \$	231 786 \$
Attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	490	164
Dividendes versés aux détenteurs d'actions privilégiées	(22 539)	(22 834)
(Perte nette) bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc.	(2 730 171)	209 116
Amortissement des immobilisations incorporelles <sup>1, 3</sup>	116 707	133 696
Dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles <sup>5</sup>	2 880 677	—
Frais connexes à l'acquisition <sup>2, 3</sup>	5 582	21 433
Frais de restructuration et charges spéciales <sup>3</sup>	18 848	22 005
Charges financières <sup>3</sup>	94 150	104 054
Intérêts versés	(141 555)	(137 871)
Profit à la cession d'une filiale <sup>3</sup>	(4 478)	—
Dépréciation de la participation dans une entreprise associée (déduction faite de l'impôt sur le résultat de 0,2 M\$)	50 271	—
Impôt sur le résultat hors trésorerie	(18 054)	68 747
<b>Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies</b>	<b>271 977 \$</b>	<b>421 180 \$</b>
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation	511 765 665	503 111 679
Bénéfice ajusté par action ordinaire lié aux activités poursuivies <sup>3, 4</sup>	0,53 \$	0,84 \$
Dividendes sur actions ordinaires	207 345 \$	402 719 \$
Dividendes déclarés par action ordinaire	0,40 \$	0,80 \$
Ratio de distribution	75 %	95 %

<sup>1</sup> Représente l'amortissement des immobilisations incorporelles attribuables aux actionnaires.

<sup>2</sup> Les frais connexes à l'acquisition sont exclus du calcul, puisqu'ils ne reflètent pas les activités courantes de l'entreprise.

<sup>3</sup> Les éléments sont présentés après impôt sur le résultat selon le taux d'imposition combiné fédéral-provincial prévu par la loi de 27,9 % (29,9 % en 2010).

<sup>4</sup> Se reporter à la section 2, « Résultats », pour des détails sur le calcul du bénéfice de base par action.

<sup>5</sup> Déduction faite de l'impôt sur le résultat de 19,3 M\$.

### Flux de trésorerie disponibles liés aux activités poursuivies

### Flux de trésorerie disponibles liés aux activités poursuivies

(en milliers de dollars canadiens)

	Trimestres clos les 31 décembre		Exercices clos les 31 décembre	
	2011	2010	2011	2010
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies	92 964 \$	153 615 \$	336 573 \$	569 607 \$
Dépenses d'investissement, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail	14 741	13 396	61 399	40 396
Flux de trésorerie disponibles liés aux activités poursuivies	78 223 \$	140 219 \$	275 174 \$	529 211 \$

## Dividendes

### Dividendes

(en milliers de dollars canadiens, sauf l'information sur les actions)

	Trimestres clos les 31 décembre		Exercices clos les 31 décembre	
	2011	2010	2011	2010
Dividendes accumulés, au début de la période <sup>1</sup>	3 642 527 \$	3 334 551 \$	3 435 182 \$	3 032 463 \$
Dividendes sur actions ordinaires	—	100 631	207 345	402 719
Dividendes accumulés, à la fin de la période <sup>1</sup>	3 642 527 \$	3 435 182 \$	3 642 527 \$	3 435 182 \$
Dividendes accumulés par action ordinaire, au début de la période	7,60 \$	7,00 \$	7,20 \$	6,40 \$
Dividendes déclarés par action ordinaire	—	0,20	0,40	0,80
Dividendes accumulés par action ordinaire, à la fin de la période	7,60 \$	7,20 \$	7,60 \$	7,20 \$

<sup>1</sup> Les montants avant le 1<sup>er</sup> novembre 2010 correspondaient à des distributions du Fonds de revenu Pages Jaunes.

### Dividendes sur actions ordinaires

Le 28 septembre 2011, le conseil d'administration de Yellow Média inc. a déterminé qu'il était dans l'intérêt de la Société d'éliminer les dividendes futurs sur les actions ordinaires de celle-ci.

Cette décision a été prise en conformité avec les modifications que la Société a convenu d'apporter à sa convention de crédit principale, annoncées le 28 septembre 2011, et elle améliorera le profil financier et la situation du capital de la Société. Les fonds conservés grâce à l'élimination des dividendes seront affectés à la réduction de la dette et à d'autres investissements en vue d'accélérer notre transformation numérique.

## 5. Hypothèses critiques

La préparation des états financiers 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, des produits et des charges et sur la présentation des actifs et des passifs éventuels dans les états financiers.

Dans cette rubrique, nous présentons des informations détaillées sur ces estimations et hypothèses importantes, qui font l'objet d'une évaluation continue par la Société.

### Immobilisations incorporelles et goodwill

Les valeurs associées aux immobilisations incorporelles identifiables et au goodwill sont fondées sur des estimations et des hypothèses importantes, qui portent notamment sur les entrées et les sorties de trésorerie futures, les taux d'actualisation et la durée d'utilité des immobilisations incorporelles. Ces estimations importantes nécessitent passablement de jugement et pourraient avoir une incidence sur les résultats futurs de Yellow Média inc. si les estimations actuelles du rendement futur et des justes valeurs changent. L'établissement de ces estimations a des répercussions sur le montant de la charge d'amortissement des immobilisations incorporelles identifiables comptabilisé au cours des périodes ultérieures ainsi que sur la dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles.

Yellow Média inc. évalue la dépréciation en comparant la valeur recouvrable d'une immobilisation incorporelle identifiable ou d'un goodwill à sa valeur comptable. L'établissement de la valeur recouvrable exige de la direction qu'elle utilise une bonne part de jugement.

Yellow Média inc. soumet les immobilisations incorporelles à durée de vie indéfinie et le goodwill à un test de dépréciation annuel selon la politique décrite à la note 3.14. Le goodwill est soumis à un test au niveau des secteurs opérationnels étant donné qu'il s'agit du niveau le plus bas au sein de Yellow Média inc. auquel le goodwill est suivi à des fins de gestion interne.

La valeur recouvrable des UGT a été établie en fonction de la valeur d'utilité au moyen d'un modèle d'établissement des flux de trésorerie actualisés selon des hypothèses clés importantes, notamment en ce qui a trait aux flux de trésorerie après impôt prévus sur plusieurs années, aux taux de croissance finaux et aux taux d'actualisation. Nous avons utilisé des statistiques publiques ou obtenu des conseils, quand cela était possible, au moment d'établir les hypothèses que nous avons employées. Des renseignements détaillés sur les tests de dépréciation de Yellow Média inc. sont fournis à la note 4. La valeur recouvrable de chacune des unités était supérieure à sa valeur comptable. Les prévisions relatives aux produits futurs constituent une estimation critique pour l'établissement de la juste valeur.

### **Avantages futurs du personnel**

La valeur actuelle de l'obligation au titre des prestations définies est établie par l'actualisation des sorties de trésorerie futures estimées au moyen des taux d'intérêt sur des obligations de sociétés de grande qualité libellées dans la monnaie dans laquelle les prestations seront versées et dont les dates d'échéance se rapprochent de celles du passif au titre des prestations définies qui s'y rattache. L'établissement de la charge au titre des avantages du personnel nécessite l'utilisation d'hypothèses portant notamment sur le rendement attendu des actifs disponibles pour la capitalisation des obligations au titre du régime, le taux d'actualisation servant à évaluer les obligations, l'âge prévu du départ à la retraite des salariés, le taux prévu de la rémunération future et le taux d'évolution attendu des frais médicaux. Aux fins du calcul du rendement attendu des actifs du régime, les actifs sont évalués à la juste valeur. Les résultats réels peuvent différer de ceux qui sont estimés en fonction de ces hypothèses.

### **Impôt sur le résultat**

L'estimation de l'impôt sur le résultat suppose une évaluation de la recouvrabilité de l'actif d'impôt différé basée sur une appréciation de la capacité de Yellow Média inc. à appliquer les déductions fiscales futures sous-jacentes pour réduire le bénéfice imposable futur avant qu'elles n'expirent. L'appréciation de Yellow Média inc. est fondée sur la législation fiscale existante et des estimations du bénéfice imposable futur. Si l'appréciation de la capacité de Yellow Média inc. à utiliser les déductions fiscales futures sous-jacentes change, Yellow Média inc. devra comptabiliser un montant plus ou moins élevé de déductions fiscales dans l'actif, ce qui diminuerait ou augmenterait la charge d'impôt de la période au cours de laquelle l'appréciation a lieu.

Yellow Média inc. est assujettie à l'impôt dans de nombreux territoires. Il faut faire appel à un jugement important dans l'établissement de la charge d'impôt consolidée. Dans le cours normal des activités, il survient des transactions et des calculs nombreux pour lesquels l'impôt définitif est incertain. Yellow Média inc. constitue des provisions au titre des positions fiscales incertaines qui, selon la Société, reflètent de manière adéquate son risque lié à des questions fiscales visées par des discussions, un audit, un litige ou un appel auprès des autorités fiscales, ou qui sont autrement considérées comme comportant une incertitude. Ces provisions au titre des positions fiscales incertaines sont établies à l'aide de la meilleure estimation du montant que la Société s'attend à payer en fonction d'une appréciation qualitative de tous les facteurs pertinents. Yellow Média inc. examine le caractère adéquat de ces provisions à chaque date de clôture. Il est toutefois possible que, à une date future donnée, un passif additionnel découle des audits menés par les autorités fiscales. Lorsque le montant définitif de la charge d'impôt liée à ces questions est différent du montant initialement comptabilisé, l'écart se répercute sur la provision au cours de la période pendant laquelle l'écart est établi.

### **Méthodes et estimations comptables critiques**

La préparation des états financiers 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 des produits et des charges et sur la présentation des actifs et des passifs éventuels dans les états financiers.

Dans cette rubrique, nous présentons des informations détaillées sur ces estimations et hypothèses importantes, qui font l'objet d'une évaluation constante par la Société.

### **Nouvelles normes comptables**

#### ***Récentes prises de position faisant autorité en comptabilité***

En février 2008, le Conseil des normes comptables (CNC) a confirmé que les IFRS seront obligatoires au Canada pour les entités à but lucratif ayant une obligation d'information du public pour les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2011. Nos premiers états financiers annuels établis conformément aux IFRS portent sur l'exercice clos le 31 décembre 2011 et comprennent les chiffres comparatifs de l'exercice 2010. Se reporter à la note 31 des états financiers ci-joints pour obtenir un résumé des différences entre nos états financiers auparavant préparés selon les PCGR du Canada et ceux que nous présentons désormais conformément aux IFRS.

Certaines nouvelles normes et interprétations et certains nouveaux amendements à des normes existantes.

### **IFRS 7 (révisée) – Instruments financiers – Informations à fournir**

Le 16 décembre 2011, l'IASB et le FASB ont publié des exigences communes en matière d'informations à fournir destinées à aider les investisseurs et d'autres utilisateurs à mieux évaluer l'incidence réelle ou potentielle des conventions de compensation sur la situation financière d'une société. Les nouvelles exigences sont énoncées dans la norme intitulée « Informations à fournir – Compensation des actifs et des passifs financiers (amendements à IFRS 7) ». Les modifications à IFRS 7 entreront en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2013.

### **IFRS 9 – Instruments financiers**

IFRS 9 constitue le premier volet d'un projet en trois phases de l'IASB visant à remplacer IAS 39, *Instruments financiers – Comptabilisation et évaluation*. La version d'IFRS 9 publiée en novembre 2009 présente les nouvelles exigences concernant le classement et l'évaluation des actifs financiers. Dans sa version modifiée en octobre 2010, elle comprend les exigences en matière de classement et d'évaluation des passifs financiers et de décomptabilisation.

Voici les principales exigences d'IFRS 9 :

- Tous les actifs financiers déjà comptabilisés entrant dans le champ d'application d'IAS 39, *Instruments financiers – Comptabilisation et évaluation*, doivent par la suite être évalués au coût amorti ou à la juste valeur.
- L'incidence la plus notable d'IFRS 9 concernant le classement et l'évaluation des passifs financiers porte sur la comptabilisation des variations de la juste valeur d'un passif financier (désigné comme un passif à la juste valeur par le biais du résultat net) qui sont attribuables aux variations du risque de crédit associé à ce passif et l'élimination de l'exemption relative au coût des passifs dérivés qui doivent être réglés par la livraison d'instruments de capitaux propres non cotés.

IFRS 9 est appliquée de manière prospective et comporte des dispositions transitoires, selon la date d'application. La norme n'est pas applicable avant les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2015, mais son application anticipée est permise. Yellow Média inc. n'a pas terminé d'évaluer l'incidence de l'adoption d'IFRS 9.

### **IFRS 10 – États financiers consolidés**

IFRS 10 remplace les exigences de consolidation d'IAS 27, *États financiers consolidés et individuels*, et de SIC-12, *Consolidation – Entités ad hoc*. IFRS 10 énonce les principes de présentation et de préparation d'états financiers consolidés lorsqu'une entité contrôle une ou plusieurs autres entités. Cette norme prendra effet pour les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2013. L'adoption anticipée est permise, à condition qu'IFRS 11, IFRS 12 et les modifications connexes à IAS 27 et à IAS 28 (la « série de cinq normes ») soient adoptées au même moment. Yellow Média inc. n'a pas encore évalué l'incidence de l'adoption d'IFRS 10.

IFRS 11 remplace IAS 31, *Participation dans des coentreprises*, ainsi que SIC-13, *Entités contrôlées conjointement – Apports non monétaires par des coentrepreneurs*. IFRS 11 exige des parties à un partenariat qu'elles déterminent le type de partenariat qu'elles ont conclu en évaluant les droits et les obligations qui s'y rattachent. Elle exige également l'utilisation d'une seule méthode de comptabilisation des participations dans des entités contrôlées conjointement, soit la méthode de la mise en équivalence. IFRS 11 sera applicable au même moment qu'IFRS 10. Yellow Média inc. n'a pas encore évalué l'incidence de l'adoption d'IFRS 11.

### **IFRS 12 – Informations à fournir sur les participations dans les autres entités**

IFRS 12 est une nouvelle norme portant sur les obligations en matière d'informations à fournir visant tous les types de participations dans les autres entités, y compris les filiales, les partenariats, les entreprises associées et les entités structurées non consolidées. IFRS 12 sera applicable au même moment qu'IFRS 10. Yellow Média inc. n'a pas encore évalué l'incidence de l'adoption d'IFRS 12.

### **IFRS 13 – Évaluation à la juste valeur**

IFRS 13 est une nouvelle norme définissant la juste valeur qui exige la présentation d'informations sur les évaluations à la juste valeur. Elle prendra effet pour les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2013. L'adoption anticipée est permise. La norme s'appliquera prospectivement à compter du début de l'exercice au cours duquel elle sera adoptée. Yellow Média inc. n'a pas encore évalué l'incidence de l'adoption d'IFRS 13.

### **IAS 12 (révisée), Impôts différés – recouvrement des actifs sous-jacents, et SIC-21 (amendements), Impôt sur le résultat – Recouvrement des actifs non amortissables réévalués**

Cette modification énonce la présomption réfutable que la valeur d'un immeuble de placement évalué au moyen d'un modèle de la juste valeur est entièrement recouvrée par voie de vente, à moins que l'immeuble de placement ne soit amortissable et ne soit détenu selon un modèle de gestion dont l'objectif est de consommer substantiellement tous les avantages économiques au fil du temps. Compte tenu de ces modifications, la norme SIC-21 ne s'appliquera plus aux immeubles de placement comptabilisés à la juste valeur. Les modifications à IAS 12 entreront en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2012.

### **IAS 19 (révisée) – Avantages du personnel**

Une version révisée d'IAS 19 a été publiée en juin 2011 et prend effet pour les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2013. L'adoption anticipée est permise. Le principal changement apporté à cette version révisée est l'élimination de la méthode du corridor; toutes les variations de la valeur de l'obligation au titre des prestations définies et des actifs du régime sont comptabilisées au moment où elles surviennent. Yellow Média inc. n'a pas complètement évalué l'incidence de l'adoption d'IAS 19 (révisée).

### **IAS 1 (révisée) – Présentation des états financiers**

Le 16 juin 2011, l'IASB a publié des modifications à IAS 1, *Présentation des états financiers*, exigeant que les entités regroupent les autres éléments du résultat global susceptibles d'être reclassés dans la section du résultat net du compte de résultat et regroupent séparément ceux qui ne le seront pas. Ces modifications confirment également les exigences actuelles qui requièrent la présentation du résultat net et des autres éléments du résultat global dans un état unique ou dans deux états consécutifs. Ces modifications entreront en vigueur pour les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2012. Yellow Média inc. n'a pas complètement évalué l'incidence de l'adoption d'IAS 1 (révisée).

## **6. Risques et incertitudes**

Cette section présente les principaux risques et incertitudes pouvant avoir une incidence importante sur les résultats futurs de GPJ et des explications sur la façon dont ces risques sont gérés.

Comprendre et gérer les risques sont deux éléments essentiels du processus de planification stratégique de GPJ. Le Conseil exige que nos cadres supérieurs cernent et gèrent de façon appropriée les principaux risques liés à nos activités opérationnelles. Afin de comprendre et de gérer les risques de GPJ, 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 opérationnels – principalement liés aux risques qui sont sous le contrôle de la direction dans tous les principaux secteurs fonctionnels de l'organisation.

GPJ a adopté certains principes directeurs afin de gérer les risques auxquels il est exposé. Se reporter à la notice annuelle pour obtenir une description complète des facteurs de risque. Malgré ces principes, la Société ne peut garantir que ses efforts seront fructueux.

### **Concurrence**

GPJ fait concurrence à d'autres sociétés dont les activités sont liées aux annuaires, aux petites annonces et à d'autres formes de médias publicitaires, y compris les journaux, la télévision, la radio, Internet, les appareils de télécommunication mobiles, les revues, les panneaux publicitaires et le publipostage.

Ces sociétés concurrentes pourraient réduire leurs prix afin d'accroître leur part de marché ou pourraient être en mesure d'offrir leurs services à des coûts moins élevés que les nôtres. Dans les deux cas, il se peut que GPJ soit forcé de réduire les prix ou d'offrir et de rendre d'autres services pour demeurer concurrentiel. L'incapacité de GPJ à faire face à la concurrence actuelle ou future de façon satisfaisante pourrait entraîner un certain nombre de répercussions, comme une diminution de sa clientèle d'annonceurs, une baisse de ses tarifs ainsi qu'une augmentation de ses coûts, ce qui risquerait d'avoir un effet défavorable important sur notre situation financière et nos résultats opérationnels.

Nous surveillons et analysons de près la concurrence et nous déterminons quels sont nos avantages concurrentiels sur chacun de nos marchés. Nous réagissons à cette concurrence en nous assurant de mieux répondre aux besoins de notre clientèle au moyen d'offres et de prix ciblés.

Nous améliorons constamment la valeur de notre offre au moyen d'initiatives ayant les objectifs suivants :

- amélioration et expansion de notre gamme de produits et services pour nos clients;
- amélioration de l'expérience des utilisateurs;
- augmentation de l'utilisation de notre réseau de médias.

Nous menons également des campagnes multimédias afin de promouvoir notre marque et de renforcer sur le marché la valeur de notre offre dans nos secteurs.

### ***Diminution des produits tirés des médias imprimés***

GPJ pourrait subir des répercussions considérables si le recul marqué de l'utilisation des annuaires téléphoniques imprimés devait se poursuivre à un rythme plus rapide que prévu. Le développement de nouvelles technologies et l'utilisation très répandue d'Internet pourraient entraîner des changements en ce qui concerne les préférences et les habitudes des consommateurs. Plus particulièrement, de tels changements ont une incidence marquée sur les produits imprimés, et une diminution de l'utilisation de ces médias se traduit graduellement par une baisse des produits tirés de la publicité. La transition en cours au sein de l'industrie des médias et de l'édition vers un contenu plus ciblé selon le modèle en ligne nous porte à élaborer de nouveaux produits qui tirent parti de la demande à l'égard des nouveaux médias, tout en nous assurant que nos produits imprimés demeurent une composante importante de notre offre de médias aux annonceurs.

En outre, compte tenu de cette transition des médias imprimés aux médias en ligne et des incertitudes entourant le fait que les lancements de nouveaux produits puissent permettre de compenser la tendance à la baisse des produits provenant des médias imprimés et le moment où cette influence se ferait sentir, il est à noter que si les produits tirés de nos produits en ligne n'augmentent pas considérablement, nos flux de trésorerie, nos résultats opérationnels et notre situation financière pourraient subir une incidence défavorable.

### ***La disponibilité du capital est tributaire du rendement opérationnel futur des activités de la Société et de sa capacité à refinancer sa dette.***

La capacité de la Société d'effectuer des paiements prévus en vertu de sa dette dépendra, entre autres, de son rendement opérationnel futur. Il est impossible de garantir que la Société sera en mesure de générer suffisamment de trésorerie de ses activités pour payer les obligations au titre de sa dette. Chacun de ses facteurs est, dans une large mesure, assujéti à d'autres facteurs économiques, financiers, concurrentiels, opérationnels et autres, dont un grand nombre est indépendant de la volonté de la Société.

Il est impossible de garantir que la Société continuera d'être en mesure d'obtenir en temps opportun suffisamment de fonds sous des conditions acceptables pour la Société afin de fournir un niveau de liquidités adéquat et de financer les activités et les dépenses d'investissement nécessaires pour relever les défis liés à la transformation de ses activités et pour soutenir la stratégie d'affaires si les flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles et la trésorerie disponible sont insuffisants.

La Société pourrait devoir refinancer ses facilités de crédit disponibles ou ses autres dettes et il est impossible de garantir qu'elle sera en mesure de le faire et, le cas échéant, de le faire selon des modalités aussi favorables que celles présentement en vigueur. Si la Société n'est pas en mesure de refinancer ses facilités de crédit ou ses autres dettes, ou qu'elle est uniquement en mesure de refinancer ses facilités de crédit ou ses autres dettes selon des modalités moins favorables ou plus restrictives que celles qui prévalent actuellement, cela pourrait avoir des répercussions négatives importantes sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

L'impossibilité de générer des fonds suffisants, qu'ils proviennent des activités, de la dette, de financements par actions ou de transactions de refinancement, pourrait contraindre la Société à reporter ou à abandonner certaines ou la totalité de ses dépenses prévues ou de modifier sa stratégie d'affaires et pourrait avoir des répercussions négatives importantes sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière. En outre, les concurrents qui disposent d'un niveau de liquidités plus important ou qui ont une meilleure capacité à mobiliser des fonds et selon des modalités moins coûteuses pourraient créer un désavantage concurrentiel pour la Société.

Il est impossible de garantir que les cotes de crédit de la Société ne seront pas encore abaissées; un nouvel abaissement des cotes de crédit pourrait alourdir les coûts d'emprunt de la Société, nuire à sa capacité d'attirer du capital, avoir une incidence négative sur ses liquidités et limiter sa capacité à exercer ses activités; toutes des conséquences qui pourraient avoir des répercussions négatives importantes sur la Société, ses activités, ses résultats opérationnels et sa situation financière.

### ***L'importance de la dette de la Société pourrait nuire à sa santé financière et les efforts de la Société en vue de refinancer ou de réduire sa dette pourraient être infructueux.***

L'ampleur du montant de la dette de la Société pourrait avoir des répercussions négatives importantes sur la Société, ses affaires, ses résultats opérationnels et sa situation financière. L'ampleur de la dette de la Société pourrait :

- limiter la capacité de la Société à obtenir du financement additionnel, au besoin, pour son fonds de roulement, ses dépenses d'investissement, ses acquisitions, les exigences liées au service de sa dette ou pour d'autres fins;
- augmenter la vulnérabilité de la Société aux conditions économiques difficiles et aux conditions défavorables du secteur;
- contraindre la Société à affecter une portion substantielle de ses flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles aux paiements sur sa dette, réduisant ainsi les fonds disponibles pour les activités, les occasions d'affaires futures ou d'autres fins;



- limiter la souplesse de la Société en ce qui concerne la planification et les mesures à prendre à l'égard des changements dans ses activités et dans son secteur;
- placer la Société dans une situation désavantageuse par rapport à ses concurrents qui ont moins de dettes.

En outre, les facilités de crédit et les autres dettes de la Société contiennent un certain nombre de clauses financières et restrictives qui exigent que la Société respecte certains ratios financiers et tests visant à vérifier sa situation financière et qui limitent sa capacité à conclure certaines transactions. Le manquement aux obligations liées aux facilités de crédit et aux autres dettes pourrait donner lieu à un cas de défaut qui, s'il n'est pas corrigé ou ne fait pas l'objet d'une renonciation, pourrait permettre la déchéance du terme de la dette visée. En cas de la déchéance du terme de la dette en vertu des facilités de crédit ou des autres dettes, rien ne garantit que la Société disposera de suffisamment de liquidités pour rembourser l'intégralité de cette dette.

La Société a commencé à évaluer les possibilités de refinancer ses dettes arrivant à échéance en 2012 et par la suite. De nombreuses possibilités seront considérées et pourraient impliquer l'émission de titres d'emprunt garanti ou non garanti, d'actions ou d'autres titres ou d'autres transactions. Le comité des finances supervisera ce processus, l'objectif étant de compléter toute transaction au cours de l'exercice courant. La Société ne peut garantir qu'elle sera en mesure de compléter de telles transactions ou de vendre des actifs ou de réaliser toute autre initiative de réduction de la dette qui lui permettrait de réduire l'encours de sa dette.

***Les récentes révisions à la baisse des cotes de solvabilité de Yellow Média pourraient entraîner une augmentation de ses coûts d'emprunt.***

DBRS Limited (« DBRS ») a abaissé la cote qu'elle accorde à la Société, la faisant passer de BBB (élevée) à BBB le 4 août 2011, puis à BB le 28 septembre 2011. De plus, DBRS a accordé la cote R-4 au papier commercial de la Société, la cote B (élevée) à ses débentures subordonnées convertibles et la cote Pfd-4 (faible) à ses actions privilégiées.

Standard & Poor's Ratings Services (« S&P ») a révisé à la baisse la cote de solvabilité de la Société, la faisant passer de BBB- à BB+, avec une perspective stable, le 4 août 2011, puis à BB- sous surveillance négative le 4 décembre 2011. De plus, S&P a abaissé la cote accordée aux titres d'emprunt de premier rang non garantis de la Société, la faisant passer de BB+ à BB-. L'agence de notation a aussi réduit la cote des titres d'emprunt subordonnés de la Société, qui est passée de BB- à B. Enfin, S&P a révisé à la baisse la cote des actions privilégiées, la faisant passer de P-4 (élevée) à P-4 (faible).

Étant donné qu'il est possible que nous ayons recours à des sources externes de financement pour refinancer nos emprunts ou conclure d'autres transactions d'emprunt relatives à la structure de notre capital, les récentes révisions à la baisse de nos cotes de solvabilité pourraient entraîner une augmentation de nos coûts d'emprunt ou éventuellement réduire nos liquidités et, donc, avoir une incidence défavorable sur nos résultats opérationnels.

***Il n'est pas prévu que des dividendes soient versés à l'égard de nos actions ordinaires et de nos actions privilégiées dans un avenir prévisible.***

Nous ne prévoyons pas que des dividendes en espèces ou toute autre distribution soient versés à l'égard de nos actions ordinaires et de nos actions privilégiées dans un avenir prévisible. De plus, des clauses restrictives de notre convention de crédit, dans sa version modifiée le 28 septembre 2011, nous interdisent de verser des dividendes aux porteurs de nos actions ordinaires.

***Fluctuations des taux d'intérêt***

GPJ est exposé aux fluctuations des taux d'intérêt à court terme touchant certaines de ses obligations financières à taux d'intérêt variable. GPJ est également exposé aux fluctuations des taux d'intérêt à long terme et aux écarts de taux liés au refinancement des emprunts à leur échéance. Le taux d'intérêt sur les nouvelles émissions de titres d'emprunt à long terme sera établi selon les taux du marché en vigueur au moment du refinancement et dépendra de la durée des nouveaux titres d'emprunt émis. Une hausse des taux d'intérêt à court terme et une hausse des taux d'intérêt sur les nouveaux titres d'emprunt émis pourraient avoir une incidence défavorable de taille sur nos résultats.

Nous gérons le risque lié aux taux d'intérêt en répartissant de manière équilibrée les échéances sur nos emprunts, de même qu'en combinant les obligations à taux fixe et à taux variable. GPJ observe les conditions du marché de même que l'incidence des fluctuations des taux d'intérêt sur ses instruments à taux fixe-variable. De temps à autre, nous concluons des swaps de taux d'intérêt et d'autres dérivés sur taux afin de gérer ce risque.

### ***Cotisations aux régimes de retraite***

Nous pourrions être obligés de verser des cotisations à nos régimes de retraite dans l'avenir en raison de divers facteurs comme les rendements futurs liés aux taux d'intérêt à long terme sur les actifs du régime de retraite et les modifications apportées à la réglementation relative aux régimes de retraite, ce qui pourrait avoir une incidence négative sur notre situation de trésorerie et nos résultats opérationnels.

Les besoins de financement de nos régimes de retraite, qui découlent des évaluations des actifs et des passifs des régimes de retraite, reposent sur un certain nombre de facteurs, notamment le rendement réel des actifs des régimes de retraite, les taux d'intérêt à long terme, les caractéristiques démographiques des participants au régime ainsi que les règlements en matière de pensions. Les modifications apportées à ces facteurs pourraient faire en sorte que les cotisations réelles futures diffèrent considérablement de nos estimations actuelles, et nous pourrions devoir verser des cotisations à nos régimes de retraite à l'avenir, ce qui aurait une incidence négative sur notre situation de trésorerie et nos résultats opérationnels.

Rien ne garantit que nos régimes de retraite parviendront à atteindre le taux de rendement présumé. Une part importante des actifs de nos régimes de retraite est investie dans des titres de participation cotés en Bourse. Par conséquent, la capacité de nos régimes de retraite d'atteindre le taux de rendement présumé dépend largement de la performance des marchés financiers. La conjoncture influe également sur le taux d'actualisation utilisé pour le calcul de nos obligations en matière de solvabilité et, par conséquent, elle pourrait aussi avoir une incidence considérable sur nos besoins de financement en espèces.

### ***Dépendance de GPJ à l'égard de l'impartition pour la facturation, le recouvrement, l'impression, la reliure et d'autres services***

Nous avons conclu une convention de services de facturation et de recouvrement avec Bell Canada, une convention cadre de services de facturation et de recouvrement avec TELUS, une convention de services de facturation et de recouvrement avec MTS Allstream Inc. et une convention de services de facturation et de recouvrement avec Bell Aliant. Grâce à ces conventions, notre facturation figure de manière distincte sur les factures téléphoniques des clients de Bell, de TELUS, de MTS Allstream Inc. et de Bell Aliant qui ont recours à nos services, respectivement. Bell Canada, TELUS, MTS Allstream Inc. et Bell Aliant (les « partenaires Telco ») confient par contrat à des tiers la facturation mensuelle à l'égard des clients pour lesquels ils sont les fournisseurs de services téléphoniques locaux. De plus, les partenaires Telco perçoivent auprès de leurs clients, pour le compte de GPJ, les sommes qu'ils doivent à celui-ci à titre d'annonceurs. En outre, GPJ a conclu des conventions de publication avec chacun des partenaires Telco. Si GPJ ne peut respecter ses obligations conformément à ces conventions et que ces conventions sont de ce fait résiliées par l'un ou l'autre des partenaires Telco, d'autres conventions conclues avec les partenaires Telco pourraient aussi être résiliées, y compris la convention de licence d'utilisation de la marque de commerce de Bell Canada, la convention de licence d'utilisation de la marque de commerce de TELUS, la convention relative à la stratégie de marque et aux licences d'utilisation des marques de commerce de MTS Allstream Inc. et la convention relative à la stratégie de marque et aux licences d'utilisation des marques de commerce de Bell Aliant, ainsi que toutes les clauses de non-concurrence convenues avec les partenaires Telco.

Nous avons conclu des conventions avec des fournisseurs de services externes pour l'impression et la distribution de nos annuaires et de nos publications. Ces conventions se rapportent à des services qui font partie intégrante de nos activités.

L'incapacité des partenaires Telco ou de tout autre fournisseur de remplir leurs obligations contractuelles pourrait avoir une incidence défavorable importante sur nos activités tant que nous n'aurons pas trouvé un nouveau fournisseur pour assurer la prestation des services en question.

GPJ prend lui-même en charge la facturation à l'égard des annonceurs dont le fournisseur de services téléphoniques locaux n'est pas l'un des partenaires Telco. Nos services internes de facturation et de recouvrement sont rentables et peuvent prendre de l'expansion à mesure que grandit notre bassin de clientèle.

### ***Dépendance envers les marques de produits et marques de commerce clés et incapacité de protéger les droits de propriété intellectuelle***

Une part importante des produits opérationnels de GPJ dépend grandement de ses marques de produits et marques de commerce. L'incapacité de GPJ de protéger efficacement la notoriété et l'intégrité de ces marques de produits et marques de commerce ou de créer de nouvelles marques de produits et marques de commerce risquerait de nuire à nos résultats opérationnels et à notre situation financière.

Des tiers pourraient contrefaire ou détourner les marques de commerce de GPJ ou d'autres droits de propriété intellectuelle ou en contester la validité, ce qui pourrait avoir un effet défavorable important sur nos activités, notre situation financière ou nos résultats opérationnels. Les mesures prises par GPJ pour protéger ses marques de commerce et ses autres droits de propriété pourraient se révéler insuffisantes. Il pourrait être nécessaire d'intenter des poursuites pour faire respecter ou pour protéger les droits de propriété intellectuelle de GPJ, pour protéger ses secrets commerciaux ou pour établir la validité et l'étendue des droits de propriété de tiers. Nous ne pouvons pas garantir que nous serons en mesure d'empêcher la violation de nos droits de propriété intellectuelle ou le détournement de nos renseignements commerciaux de nature exclusive.

Toute violation ou tout détournement pourrait nuire aux avantages concurrentiels actuels et futurs que nous tirons de nos droits de propriété. Par ailleurs, des tiers pourraient poursuivre GPJ pour contrefaçon. Tout litige de cette nature pourrait rendre GPJ passible d'importants dommages-intérêts. Un jugement défavorable découlant d'une poursuite de ce type pourrait contraindre GPJ à trouver le moyen de ne pas contrevenir au brevet d'un tiers ou à utiliser sous licence une technologie de remplacement d'une autre partie. De plus, une poursuite est coûteuse en temps et en argent et risquerait d'accaparer le temps et les ressources de GPJ. Toute réclamation d'un tiers pourrait aussi nuire à la capacité de GPJ d'utiliser les biens intellectuels visés par ces réclamations.

Nous consacrons d'importantes ressources à la mise en valeur et à la protection de nos marques de commerce et adoptons une démarche proactive pour protéger l'exclusivité de notre marque.

### ***Relations de travail***

Certains employés non cadres de GPJ sont syndiqués. Les conventions collectives actuelles ont une durée de deux à quatre ans et expirent à des dates futures diverses. Si GPJ n'était pas en mesure de renouveler ces conventions au moment de leur renégociation, il pourrait en résulter des arrêts de travail et d'autres perturbations du travail qui pourraient avoir des répercussions défavorables de taille sur nos activités.

Nous gérons le risque lié aux relations de travail en nous assurant que les dates d'expiration des conventions collectives sont établies de façon stratégique en vue de réduire au minimum les éventuelles perturbations, tant sur une base régionale (géographique) que sur une base fonctionnelle (ventes et administration). De plus, tout processus de négociation entamé en vue du renouvellement d'une convention collective fait appel à une équipe interfonctionnelle au sein de laquelle toutes les unités fonctionnelles sont représentées. Il incombe à cette équipe d'élaborer et de mettre en application un plan de contingence efficace qui permettrait à GPJ de poursuivre ses activités quotidiennes en réduisant au minimum les perturbations dans le cas d'un conflit de travail.

### ***Questions d'ordre fiscal***

Dans le cours normal des activités de la Société, les autorités fiscales effectuent des vérifications continues. À cet égard, Yellow Média inc. est d'avis que tous les frais qui ont fait l'objet d'une demande de déduction par les différentes entités du groupe sont raisonnables et déductibles et que le coût indiqué ainsi que la déduction pour amortissement demandée à l'égard des biens amortissables de ces entités ont été correctement déterminés. Toutefois, rien ne garantit que les autorités fiscales ne contesteront pas ces demandes. Une telle contestation, si elle a lieu, pourrait avoir une incidence défavorable sur nos résultats et sur le rendement pour les actionnaires.

### ***Pertes de valeur***

La Société peut subir des pertes de valeur qui pourraient réduire le montant présenté de ses actifs et de son bénéfice. Le goodwill et les immobilisations incorporelles identifiables englobent une grande partie du total de l'actif de la Société. Des facteurs économiques, juridiques, réglementaires, concurrentiels, contractuels et autres pourraient avoir une incidence sur la valeur du goodwill et des immobilisations incorporelles identifiables. Si l'un de ces facteurs réduisait la valeur d'une immobilisation, selon les règles comptables applicables, la Société serait tenue de réduire la valeur comptable de cette immobilisation et de comptabiliser une perte de valeur, ce qui réduirait le montant présenté des actifs et du bénéfice de la Société de l'exercice au cours duquel la perte de valeur serait comptabilisée.

### ***Récentes acquisitions d'entreprises***

Les acquisitions d'entreprises pourraient exposer la Société à des risques commerciaux; notamment, elle pourrait éprouver des difficultés à intégrer les systèmes administratifs, de présentation de l'information financière et opérationnels, à gérer les activités récemment acquises et à améliorer leur efficacité opérationnelle, à conserver le personnel clé des entreprises acquises et à en réaffecter les membres de la direction et les ressources. En outre, les éventuelles acquisitions pourraient se traduire par un accroissement de la dette, des coûts et des passifs éventuels. De plus, les synergies attendues des acquisitions conclues pourraient ne pas se réaliser.

## 7. Contrôles et procédures

À titre de société ouverte, nous devons prendre toutes les mesures nécessaires pour nous assurer que l'information importante concernant nos rapports présentés ou déposés en vertu des lois sur les valeurs mobilières donne une image fidèle de l'information financière de GPJ. Cette responsabilité incombe à la direction, notamment le président et chef de la direction et le chef de la direction financière intérimaire. La direction est responsable de l'établissement des contrôles et procédures de communication de l'information, de leur maintien et de leur évaluation ainsi que du contrôle interne à l'égard de l'information financière.

### Contrôles et procédures de communication de l'information

L'évaluation de l'efficacité des contrôles et des procédures de communication de l'information a été effectuée selon les termes du Règlement 52-109 sous la supervision du président et chef de la direction et du chef de la direction financière par intérim. Ces derniers ont conclu que ces contrôles et procédures de communication de l'information étaient adéquats et efficaces au 31 décembre 2011. La direction de GPJ peut ainsi fournir l'assurance raisonnable que l'information importante concernant la Société lui est présentée rapidement afin qu'elle puisse fournir aux investisseurs des renseignements complets et fiables.

### Contrôle interne à l'égard de l'information financière

La direction a conçu un contrôle interne à l'égard de l'information financière de façon à fournir l'assurance raisonnable que notre information financière est fiable et que nos états financiers consolidés ont été préparés conformément aux IFRS. La conception et l'efficacité du contrôle interne à l'égard de l'information financière ont été évaluées en fonction du Règlement 52-109 sous la supervision du président et chef de la direction et du chef de la direction financière par intérim. Par suite de ces évaluations, ces derniers ont conclu que le contrôle interne à l'égard de l'information financière était adéquat et efficace pour fournir une telle assurance au 31 décembre 2011.

La direction a également conclu que, pendant le quatrième trimestre, clos le 31 décembre 2011, le contrôle interne à l'égard de l'information financière n'a subi aucun changement qui a eu ou qui pourrait raisonnablement avoir une incidence importante sur ce contrôle.