

Pages Jaunes Limitée présente ses résultats pour l'exercice complet et le quatrième trimestre de 2015

- Pour l'exercice clos le 31 décembre 2015, les produits tirés des médias et solutions numériques ont augmenté de 9,8 % d'un exercice à l'autre pour se chiffrer à 486,3 M\$, ce qui représente 58,6 % du total des produits. Pour le quatrième trimestre clos le 31 décembre 2015, les produits tirés des médias et solutions numériques ont augmenté de 10,5 % d'un exercice à l'autre, pour se chiffrer à 129,2 M\$, ce qui représente 62 % du total des produits.
- Le BAIIA ajusté pour tenir compte des frais de restructuration et charges spéciales (le « BAIIA ajusté ») a totalisé 260,7 M\$ en 2015, comparativement à 316 M\$ en 2014. La marge sur BAIIA ajusté a atteint 31,4 % en 2015, en baisse par rapport à 36 % à l'exercice précédent. Le BAIIA ajusté est demeuré relativement stable au quatrième trimestre clos le 31 décembre 2015 à 64,5 M\$, comparativement à 64,8 M\$ à l'exercice précédent. La marge sur BAIIA ajusté au quatrième trimestre de 2015 est également demeurée stable à 30,9 %, comparativement à 30,1 % à l'exercice précédent.
- En 2015, Pages Jaunes a effectué un paiement total de 100,3 M\$ pour le rachat obligatoire du capital de ses billets garantis de premier rang à 9,25 % (les « billets »), portant ainsi le solde des billets à 406,7 M\$ au 31 décembre 2015. Depuis la création des billets le 20 décembre 2012, la Société a remboursé un total de 393,3 M\$ de ses billets.
- Le nombre de clients de la Société a atteint 245 000 clients au 31 décembre 2015, comparativement à 256 000 clients à la période correspondante de l'exercice précédent. Pour la période de douze mois close le 31 décembre 2015, Pages Jaunes a acquis 30 800 nouveaux clients, soit une hausse par rapport aux 22 100 nouveaux clients en 2014, un résultat conforme aux prévisions de 30 000 nouveaux clients en 2015 énoncées précédemment par la Société. Le taux de renouvellement des clients s'est également amélioré, passant de 84 % en 2014 à 85 % pour la période de douze mois close le 31 décembre 2015.

Montréal (Québec), le 11 février 2016 — Pages Jaunes Limitée (TSX : Y) (la « Société ») a publié aujourd'hui ses résultats financiers et d'exploitation pour l'exercice et le quatrième trimestre clos le 31 décembre 2015, démontrant la réalisation en temps opportun de son plan de retour à la croissance.

« Nous constatons des signes concrets de progrès quant à la mise en œuvre de notre plan de retour à la croissance », a déclaré M. Julien Billot, président et chef de la direction de Pages Jaunes. « Nous sommes en bonne voie de stabiliser notre nombre de clients, une étape importante soutenue par l'accélération de l'acquisition de clients et un solide taux de renouvellement des clients. Grâce à des produits tirés des médias et solutions numériques de plus de 486 M\$, Pages Jaunes est maintenant devenue l'une des sociétés de publicité numérique les plus réputées au Canada, en offrant des solutions de marketing et de médias attrayantes et diversifiées qui permettent aux consommateurs canadiens et aux entreprises locales d'entrer en contact plus efficacement. »

Résultats de l'exercice complet de 2015

En 2015, les produits ont diminué de 5,4 % d'un exercice à l'autre, pour atteindre 829,8 M\$, comparativement à 877,5 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent.

En 2015, les produits tirés des médias et solutions numériques ont augmenté de 9,8 % d'un exercice à l'autre pour totaliser 486,3 M\$, comparativement à 442,8 M\$ pour l'exercice précédent. Pour la période de douze mois close le 31 décembre 2015, les produits tirés des médias et solutions numériques ont représenté 58,6 % du total des produits, soit une hausse par rapport à 50,5 % en 2014.

La croissance des produits tirés des médias et solutions numériques demeure stimulée par l'accélération de l'acquisition de clients des médias et solutions numériques, ainsi que par la croissance soutenue des dépenses des produits numériques parmi les clients de la Société qui renouvellent. Le nombre de clients recourant exclusivement aux produits numériques a augmenté pour s'établir à 54 500, soit une proportion de 22 % des clients, au 31 décembre 2015, comparativement à 37 000 clients recourant exclusivement aux produits numériques, soit une proportion de 14 % des clients, à la période correspondante de l'exercice précédent. La croissance des produits tirés des médias et solutions numériques a en outre bénéficié de l'acquisition du réseau DuProprio/ComFree (« DPCF ») le 1^{er} juillet 2015. Compte non tenu de l'apport de DPCF, les produits tirés des médias et solutions numériques ont augmenté d'environ 6 % d'un exercice à l'autre en 2015.

En 2015, les produits tirés des médias imprimés ont diminué de 21 % d'un exercice à l'autre pour s'établir à 343,4 M\$, compte tenu de l'incidence défavorable d'un recul dans le nombre de clients des médias imprimés et de la migration des dépenses de marketing imprimé des clients vers le marketing numérique. Le taux de recul des produits tirés des médias imprimés s'est toutefois stabilisé, soutenu en partie par l'amélioration du contenu et les initiatives à l'égard des prix qui ont aidé à préserver les investissements des clients dans la publicité imprimée.

Le BAIIA ajusté a totalisé 260,7 M\$ en 2015, par rapport à 316 M\$ pour l'exercice précédent. En 2015, le BAIIA ajusté a subi principalement l'incidence de la pression exercée sur les produits et d'une modification dans la composition des produits, contrebalancées en partie par les retombées provenant des initiatives d'économie de coûts et d'une baisse des charges liées aux employés. La marge sur BAIIA ajusté pour l'exercice clos le 31 décembre 2015 a atteint 31,4 %, comparativement à 36 % en 2014.

Pour l'exercice clos le 31 décembre 2015, les flux de trésorerie disponibles ont totalisé 122,1 M\$, en hausse par rapport à 72,6 M\$ en 2014. L'augmentation des flux de trésorerie disponibles s'explique principalement par une variation favorable du montant d'impôt sur le résultat en trésorerie de 98,2 M\$, qui a été partiellement contrebalancée par une baisse du BAIIA ajusté.

Au 31 décembre 2015, la dette nette s'est chiffrée à 430,6 M\$, en baisse par rapport à 494,1 M\$ à l'exercice précédent. La Société a effectué un paiement de 100,3 M\$ pour le rachat obligatoire du capital de ses billets en 2015, portant ainsi le solde des billets à 406,7 M\$ au 31 décembre 2015. Depuis leur création, le 20 décembre 2012, la Société a remboursé un total de 393,3 M\$ de ses billets.

Pour la période de douze mois close le 31 décembre 2015, le bénéfice net a atteint 61,1 M\$. En comparaison, le bénéfice net a été de 188,5 M\$ à l'exercice précédent, principalement attribuable à une économie d'impôt de 84,8 M\$, comptabilisée en 2014, liée à l'annulation de certains passifs d'impôt à la suite du règlement d'avis de cotisation antérieurs. Le bénéfice net en 2015 a également subi l'incidence défavorable d'une baisse du BAIIA ajusté. Pour l'exercice clos le 31 décembre 2015, la Société a comptabilisé un bénéfice de base par action de 2,29 \$, comparativement à un bénéfice de base par action de 6,95 \$ en 2014.

Résultats du quatrième trimestre de 2015

Pour le quatrième trimestre clos le 31 décembre 2015, les produits ont diminué de 3,2 %, pour atteindre 208,5 M\$, comparativement à 215,3 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent.

Les produits tirés des médias et solutions numériques se sont élevés à 129,2 M\$ au quatrième trimestre de 2015, soit une croissance de 10,5 % par rapport à 116,9 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent. Pour le quatrième trimestre clos le 31 décembre 2015, les produits tirés des médias et solutions numériques représentaient 62 % du total des produits, soit une hausse par rapport à 54,3 % au cours de la période correspondante de l'exercice précédent.

L'acquisition de DPCF, l'accélération de l'acquisition de clients, ainsi que la croissance soutenue des dépenses des produits numériques parmi les clients de Pages Jaunes qui renouvellent ont eu une incidence favorable sur la croissance des produits tirés des médias et solutions numériques. Compte non tenu de DPCF, les produits tirés des médias et solutions numériques ont augmenté d'environ 4 % d'un exercice à l'autre pour le quatrième trimestre de 2015.

Les produits tirés des médias imprimés ont diminué de 19,4 % d'un exercice à l'autre pour atteindre 79,3 M\$ au cours du quatrième trimestre de 2015, affichant une diminution stable.

Le BAIIA ajusté est demeuré relativement stable à 64,5 M\$ au quatrième trimestre de 2015, comparativement à 64,8 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent. Le BAIIA ajusté a bénéficié des retombées favorables d'initiatives d'économie de coûts et d'une baisse des charges liées aux employés, facteurs contrebalancés par une baisse des produits. Pour le trimestre clos le 31 décembre 2015, la marge sur BAIIA ajusté a atteint 30,9 %, comparativement à 30,1 % pour la période correspondante de 2014.

« La mise en œuvre réussie de notre plan de retour à la croissance est démontrée par la croissance durable des produits tirés des médias et solutions numériques, la réduction graduelle des dépenses d'investissement et la réalisation d'économies de coûts dans l'ensemble de l'organisation », a déclaré M^{me} Ginette Maillé, chef de la direction financière de Pages Jaunes. « Ces tendances se poursuivront en 2016, étant donné que les baisses des produits et du BAIIA ajusté d'un exercice à l'autre devraient s'améliorer de façon significative par rapport à 2015. »

Au quatrième trimestre de 2015, la Société a généré des flux de trésorerie disponibles de 25,2 M\$, en hausse comparativement à des flux de trésorerie disponibles utilisés de 3,9 M\$ au cours de la période correspondante de l'exercice précédent. L'augmentation des flux de trésorerie disponibles s'explique principalement par une baisse des dépenses d'investissement et par une variation favorable du montant d'impôt sur le résultat en trésorerie de 14,2 M\$.

Au cours du trimestre clos le 31 décembre 2015, le bénéfice net a atteint 5,9 M\$, comparativement à 95,2 M\$ à l'exercice précédent. La diminution du bénéfice net s'explique principalement par l'annulation de certains passifs d'impôt à la suite du règlement d'avis de cotisation antérieurs, ce qui a mené à la comptabilisation d'une économie d'impôt de 84,8 M\$ au quatrième trimestre de 2014. Pour le trimestre clos le 31 décembre 2015, la Société a comptabilisé un bénéfice de base par action de 0,22 \$, comparativement à un bénéfice de base par action de 3,53 \$ à l'exercice précédent.

Mise à jour sur l'exploitation

« La proposition de valeur de Pages Jaunes aux marchands et aux consommateurs est unique au Canada », a poursuivi M. Billot. « Grâce aux nouvelles solutions de marketing et aux technologies améliorées mises en place à l'intention des équipes des ventes, du traitement des commandes et du service à la clientèle, nous tissons des relations plus riches avec les petites et moyennes entreprises partout au Canada. Nous avons aussi amélioré l'expérience utilisateur au sein de notre réseau d'applications mobiles et lancé des médias numériques sur les marchés verticaux de la restauration et de l'immobilier afin de simplifier la façon dont les entreprises locales et les consommateurs interagissent et font des affaires dans le marché numérique actuel. »

Rehausser la proposition de valeur aux clients

- Le nombre de clients de la Société s'est établi à 245 000 clients au 31 décembre 2015. En comparaison, le nombre de clients était de 256 000 au 31 décembre 2014, ce qui représente un recul net de 11 000 clients en 2015, soit une amélioration significative par rapport aux baisses nettes de 20 000 et de 33 000 clients en 2014 et en 2013, respectivement.
- Au cours de la période de douze mois close le 31 décembre 2015, Pages Jaunes a acquis 30 800 nouveaux clients, ce qui est conforme à ses objectifs internes et surpasse le résultat de l'exercice précédent de 22 100 nouveaux clients. Cette performance a été soutenue par le lancement de nouveaux programmes d'incitatifs à la vente et de nouvelles solutions de marketing et par un renforcement de la culture en matière d'acquisition dans les équipes des ventes. La Société a également amélioré le processus de vente dans ses canaux de vente directe et de vente par téléphone en mettant à la disposition de ses conseillers médias des technologies qui utilisent des stratégies de vente prouvées, fondées sur des données, pour mettre sur pied des programmes de marketing numérique à valeur ajoutée pour les petites et moyennes entreprises (les « PME »).

- Le taux de renouvellement des clients a augmenté pour atteindre 85 % pour l'exercice clos le 31 décembre 2015, soit une hausse par rapport à 84 % à l'exercice précédent. Le taux de renouvellement des clients de Pages Jaunes continue de devancer les attentes internes, grâce à la mise en œuvre de processus et de technologies qui ont permis d'améliorer l'expérience en matière de ventes, de traitement des commandes et de service à la clientèle pour les PME.

Mettre en valeur les actifs liés aux médias

- Le total des visites sur nos médias numériques a augmenté pour atteindre 464 millions au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2015, soit une hausse de 9,4 % par rapport à 424,1 millions de visites en 2014. Le total des visites sur nos médias numériques correspond au nombre de visites sur les médias en ligne et mobiles PJ, PJ Shopwise, PJ Resto, RedFlagDeals, Canada411, Bookenda et dine.TO et sur les médias des partenaires de syndication d'applications de la Société.
- Pour le quatrième trimestre clos le 31 décembre 2015, le total des visites se chiffrait à 118,2 millions, ce qui représente une augmentation par rapport aux 117,4 millions de visites enregistrées pour la période correspondante de l'exercice précédent. Le total des visites sur nos médias numériques au cours du quatrième trimestre de 2015 tient à une modification de la présentation des pages de résultats de recherche du Web mobile de Google, qui a poussé les résultats de recherche naturels des éditeurs de contenu Web mobile plus bas dans les pages de résultats de recherche de Google. Le classement des inscriptions de Pages Jaunes dans les pages de résultats de recherche du Web mobile de Google est demeuré relativement inchangé, malgré la modification de la présentation, ce qui reflète la pertinence et la qualité des inscriptions de la Société.
- La Société continuera d'améliorer la qualité, l'exhaustivité et la pertinence de l'expérience utilisateur dans l'ensemble de son réseau de médias numériques. Pages Jaunes cherche à se démarquer des autres médias numériques de recherche locale, en intégrant des fonctionnalités qui permettent aux consommateurs de faire affaire rapidement et facilement dans leurs quartiers. Lancé à l'échelle nationale en juin 2015, PJ Resto a été la première application mobile de la Société à incorporer ces fonctionnalités, tirant parti des technologies de Bookenda pour aider les utilisateurs à trouver et découvrir des restaurants locaux et à effectuer des réservations directement à partir de leurs appareils mobiles. Reconnaissant le caractère exclusif de la proposition de valeur aux utilisateurs, l'application mobile PJ Resto a été choisie comme l'une des meilleures nouvelles applications de 2015 par Apple.

Améliorer l'efficience

- Pages Jaunes a achevé un examen organisationnel approfondi (le « réalignement de l'entreprise »), au cours du quatrième trimestre de 2015, qui s'est traduit par l'élimination de 300 postes. Le réalignement de l'entreprise découle des progrès réalisés par Pages Jaunes dans l'exécution de son plan de retour à la croissance, particulièrement en raison des interdépendances qui ont été créées entre les fonctions des technologies de l'information, de la stratégie et du marketing de la Société, ainsi que de la mise hors service des systèmes, des plateformes et des processus traditionnels désuets. Le réalignement de l'entreprise a principalement touché des fonctions qui ont été intégrées à d'autres fonctions ou qui ne sont plus alignées à la réalité numérique de la Société.

Promouvoir les possibilités de la marque

- Afin de soutenir davantage le magasinage local et la croissance des économies locales, Pages Jaunes a tenu son troisième événement annuel Mes achats, mon quartier (MAMQ) le samedi 28 novembre 2015. L'événement MAMQ, qui s'est tenu au cours d'une fin de semaine durant laquelle plusieurs Canadiens font des achats chez des détaillants américains pour profiter des rabais du Vendredi fou et du Cyberlundi, a attiré plus de 12 500 marchands locaux canadiens qui ont offert 6 300 rabais exclusifs sur l'application mobile PJ Shopwise. Pour la première fois depuis le lancement de l'événement, la technologie de balises était disponible dans divers quartiers, ce qui a permis aux marchands participants d'envoyer des alertes d'aubaines en exclusivité aux utilisateurs de l'application PJ Shopwise alors que ceux-ci faisaient leurs emplettes à proximité.

Perspectives financières de 2016

La Société confirme à nouveau ses prévisions financières à long terme par rapport au plan de retour à la croissance, en visant un retour à la croissance des produits et du BAIIA ajusté d'ici 2018. Pour l'exercice clos le 31 décembre 2016, Pages Jaunes prévoit ce qui suit :

- une croissance organique, d'un exercice à l'autre, des produits tirés des médias et solutions numériques à un taux à un chiffre élevé;
- des marges sur BAIIA ajusté de 30 %;
- des dépenses d'investissement, déduction faite des avantages incitatifs relatifs à un bail de 60 M\$;
- des paiements d'un montant en capital d'approximativement 100 M\$ liés au rachat obligatoire de ses billets.

Conférence téléphonique

Pages Jaunes Limitée tiendra une conférence téléphonique (en anglais) à l'intention des analystes et des médias à 14 h (heure de l'Est) le 11 février 2016 pour commenter les résultats de l'exercice complet et du quatrième trimestre de 2015. On peut assister à cette conférence en composant le 416-340-2219 dans la région de Toronto ou le 1-866-225-2055 à l'extérieur de cette zone.

La conférence sera aussi disponible par webdiffusion à partir du site Web de la Société, à l'adresse : <https://entreprise.pj.ca/fr/actualites-pages-jaunes/evenements/resultats-financiers-et-operationnels-du-4e-trimestre-de-2015-et-de-lannee-entiere/>

La conférence téléphonique sera archivée dans la section Investisseurs du site Web, à l'adresse <https://entreprise.pj.ca/fr/investisseurs/evenements-financiers-presentations/>.

Elle sera également accessible en différé du 11 février au 11 mars 2016 en composant le 905-694-9451 dans la région de Toronto ou le 1-800-408-3053 à l'extérieur de cette zone.

Le code d'accès est **4111167**.

À propos de Pages Jaunes Limitée

Pages Jaunes Limitée (TSX : Y) est une société canadienne de médias numériques et de solutions marketing. Elle favorise la croissance des économies locales en aidant les entreprises à créer et à renforcer des liens avec leurs clients grâce à sa gamme de médias et de produits. Pages Jaunes détient certains des principaux médias locaux en ligne au Canada, notamment Pj.ca^{MC}, RedFlagDeals.com^{MC}, Canada411.ca, Bookenda.com, dine.TO, DuProprio.com, ComFree.com et [PJ Immobilier](http://PJImmobilier.com) ainsi que les [applications mobiles](#) PJ, PJ Shopwise, PJ Resto, RedFlagDeals, Canada411, Bookenda, DuProprio, ComFree et PJ Immobilier, de même que les annuaires imprimés Pages Jaunes^{MC}. Pages Jaunes est également un chef de file dans l'offre de solutions numériques nationales par l'entremise de [Mediative](#), une division de Pages Jaunes dédiée aux services de marketing numérique et de médias de performance pour les agences et consommateurs à l'échelle nationale. Pour plus d'information, visitez notre site Web au www.entreprise.pj.ca.

Mise en garde concernant les déclarations prospectives

Le présent communiqué contient des déclarations prospectives au sujet des objectifs, des stratégies, des conditions financières, des résultats et des activités de la Société. Ces déclarations sont prospectives puisqu'elles sont fondées sur nos attentes, en date du 11 février 2016, en ce qui concerne nos activités et les marchés sur lesquels nous les exerçons, ainsi que sur différentes estimations et hypothèses. Nos résultats réels pourraient différer de manière importante de nos attentes si des risques connus ou inconnus touchaient nos activités ou si nos estimations ou hypothèses se révélaient inexacts. Par conséquent, nous ne pouvons garantir que l'une ou l'autre de nos déclarations prospectives se réalisera. 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 de notre rapport de gestion en date du 11 février 2016. Nous n'avons aucune intention, ni ne nous engageons à le faire, sauf si cela est exigé conformément à la loi, de mettre à jour les déclarations prospectives même si de nouveaux renseignements venaient à notre connaissance, par suite d'événements futurs ou pour toute autre raison.

Contacts :

Relations avec les investisseurs

Amanda Di Gironimo
Directrice générale, Planification
d'entreprise et relations avec les
investisseurs

Tél. : 514 934-2680

Amanda.DiGironimo@pj.ca

Médias

Fiona Story
Directrice générale, Relations publiques et
communications corporatives

Tél. : 514 934-2672

Fiona.Story@pj.ca

Faits saillants financiers

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

Pages Jaunes Limitée	Trimestres clos les 31 décembre		Exercices clos les 31 décembre	
	2015	2014	2015	2014
Produits	208 505 \$	215 319 \$	829 771 \$	877 528 \$
BAlIA ajusté ¹	64 498 \$	64 832 \$	260 687 \$	315 976 \$
Marge sur BAlIA ajusté ¹	30,9 %	30,1 %	31,4 %	36,0 %
Bénéfice net	5 866 \$	95 225 \$	61 055 \$	188 540 \$
Bénéfice de base par action	0,22 \$	3,53 \$	2,29 \$	6,95 \$
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	42 417 \$	30 566 \$	197 566 \$	156 507 \$
Flux de trésorerie disponibles ¹	25 249 \$	(3 869) \$	122 145 \$	72 557 \$

Mesures non définies par les IFRS¹

De manière à offrir une meilleure compréhension des résultats, la Société utilise le terme BAlIA ajusté, défini comme le bénéfice d'exploitation avant amortissements et frais de restructuration et charges spéciales. La direction juge que cette mesure est représentative des activités actuelles. Ce terme n'est pas une mesure de la performance définie par les IFRS et il n'a pas de signification standardisée. Il est donc peu probable qu'il soit comparable à des mesures semblables utilisées par d'autres sociétés cotées en Bourse. La direction est d'avis que le BAlIA ajusté constitue une mesure importante. De plus, les flux de trésorerie disponibles sont une mesure non définie par les IFRS largement utilisée à titre d'indicateur de la performance financière. Ils ne doivent pas être considérés comme substitut des flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation. Les flux de trésorerie disponibles se définissent comme les flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation, tels qu'ils sont présentés en vertu des IFRS, déduction faite d'un ajustement pour tenir compte des dépenses d'investissement. Les flux de trésorerie disponibles ne sont pas une mesure normalisée et ne peuvent être comparés avec ceux d'autres sociétés ouvertes.