

Pages Jaunes Limitée présente ses résultats pour le deuxième trimestre de 2016

Montréal (Québec), le 5 août 2016 — Pages Jaunes Limitée (TSX : Y) (la « Société ») a publié aujourd'hui ses résultats financiers et d'exploitation pour le trimestre clos le 30 juin 2016. La Société a continué de réaliser des progrès dans la mise en œuvre de son plan de retour à la croissance et demeure en bonne voie de renouer avec la croissance de ses produits et du BAIIA ajusté en 2018.

- Les produits tirés des médias et solutions numériques ont augmenté de 22,4 % d'un exercice à l'autre pour se chiffrer à 142,5 M\$ pour le trimestre clos le 30 juin 2016, ce qui représente 67,7 % du total des produits.
- Le BAIIA ajusté pour tenir compte des frais de restructuration et charges spéciales (le « BAIIA ajusté ») a totalisé 58,9 M\$ ou 28 % des produits pour le trimestre clos le 30 juin 2016, comparativement à 61,6 M\$ ou 30,1 % des produits pour la période correspondante de l'exercice précédent. Pour le trimestre clos le 30 juin 2016, le BAIIA ajusté a diminué de 4,3 % d'un exercice à l'autre, une amélioration importante par rapport à la diminution de 24,2 % d'un exercice à l'autre à la période correspondante de l'exercice précédent.
- Le nombre de clients de la Société a totalisé 244 000 clients au 30 juin 2016, comparativement à 248 000 clients à la période correspondante de l'exercice précédent. L'acquisition de clients a continué à s'accélérer, avec l'acquisition de 38 600 nouveaux clients pour la période de douze mois close le 30 juin 2016, comparativement à l'acquisition de 24 800 nouveaux clients au cours de la période correspondante de l'exercice précédent.
- La Société a effectué un paiement de rachat obligatoire du capital de ses billets garantis de premier rang à 9,25 % (les « billets ») de 36 M\$, le 31 mai 2016. Les paiements de rachat obligatoire du capital des billets devraient totaliser approximativement 100 M\$ en 2016.

« La performance de nos mesures opérationnelles et financières témoigne de notre capacité à transformer avec succès Pages Jaunes en une entreprise numérique en croissance », a déclaré M. Julien Billot, président et chef de la direction de Pages Jaunes. « La mission de Pages Jaunes est de favoriser l'économie de quartier et la Société continue d'optimiser la façon dont les petites entreprises, les annonceurs nationaux et les consommateurs communiquent entre eux. Grâce à la gamme de solutions de marketing la plus complète au Canada, à l'une des bases de données sur les consommateurs et les entreprises les plus importantes au pays, à des technologies publicitaires exclusives et à un réseau de médias numériques de premier plan, Pages Jaunes est dans une position unique pour conquérir des parts du marché canadien des médias numériques et des solutions de marketing. »

Résultats pour le deuxième trimestre de 2016

Pour le trimestre clos le 30 juin 2016, les produits ont augmenté de 2,8 % d'un exercice à l'autre pour atteindre 210,5 M\$, comparativement à 204,8 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent. Pour le trimestre clos le 30 juin 2016, les produits comprennent les produits générés par DuProprio/ComFree (« DPCF ») et JUICE Mobile (« JUICE ») acquises le 1^{er} juillet 2015 et le 17 mars 2016, respectivement. Sur une base pro forma, pour tenir compte d'un ajustement des produits reflétant l'inclusion complète de DPCF et de JUICE au cours du deuxième trimestre de 2015, les produits ont diminué de 5 % d'un exercice à l'autre pour le trimestre clos le 30 juin 2016.

Les produits tirés des médias et solutions numériques ont augmenté de 22,4 % d'un exercice à l'autre pour totaliser 142,5 M\$ pour le trimestre clos le 30 juin 2016, ce qui représente 67,7 % du total des produits, comparativement à 116,4 M\$ ou 56,9 % des produits à la période correspondante de l'exercice précédent.

Sur une base pro forma, les produits tirés des médias et solutions numériques, pour le deuxième trimestre de 2016, ont augmenté de 6 % d'un exercice à l'autre. Les activités locales de Pages Jaunes ont contribué favorablement à la croissance pro forma des produits tirés des médias et solutions numériques, en raison de l'accélération de l'acquisition de clients et de l'augmentation des dépenses à l'égard des produits numériques parmi les clients de la Société qui renouvellent leur contrat. La croissance pro forma des produits tirés des médias et solutions numériques a également bénéficié de l'expansion du réseau de vendeurs et d'acheteurs immobiliers de DPCF au Québec et en Ontario, ainsi que de la croissance des produits de JUICE et de Mediative, les activités de publicité nationale de la Société. Pages Jaunes confirme à nouveau ses prévisions pour 2016 et prévoit enregistrer, pour l'exercice clos le 31 décembre 2016, une croissance pro forma d'un exercice à l'autre des produits tirés des médias et solutions numériques se situant entre 9 % et 11 %.

Au deuxième trimestre de 2016, les produits tirés des médias imprimés ont diminué de 23 % d'un exercice à l'autre pour s'établir à 68 M\$, en raison d'un recul du nombre de clients des médias imprimés et de la migration continue des dépenses de publicité imprimée des clients vers le numérique. Pages Jaunes prévoit que le taux de recul des produits tirés des médias imprimés devrait demeurer relativement stable en 2016.

Le BAIIA ajusté a totalisé 58,9 M\$ pour le trimestre clos le 30 juin 2016, comparativement à 61,6 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La marge sur BAIIA ajusté pour le deuxième trimestre de 2016 s'est établie à 28 %, comparativement à 30,1 % pour le deuxième trimestre de 2015. La diminution du BAIIA ajusté et de la marge sur BAIIA ajusté s'explique principalement par la baisse des produits tirés des médias imprimés et la modification de la composition des produits, contrebalancées en partie par la réalisation continue d'initiatives d'économie de coûts. La marge sur BAIIA ajusté a également été influencée par l'acquisition de JUICE, qui exerce ses activités à une marge sur BAIIA ajusté inférieure à celle de Pages Jaunes avant l'acquisition. Plus particulièrement, la Société continue de constater des améliorations significatives du taux de déclin annuel de la rentabilité, notamment une baisse de 4,3 % du BAIIA ajusté d'un exercice à l'autre au deuxième trimestre clos le 30 juin 2016, contre une baisse de 24,2 % à la période correspondante de l'exercice précédent. Pages Jaunes confirme à nouveau ses prévisions pour 2016 et prévoit que, pour l'exercice clos le 31 décembre 2016, les marges sur BAIIA ajusté devraient se situer à environ 28 %.

Pour le trimestre clos le 30 juin 2016, les flux de trésorerie disponibles ont augmenté pour s'établir à 19,7 M\$, comparativement à 17,4 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. L'augmentation des flux de trésorerie disponibles s'explique principalement par une baisse des dépenses d'investissement, ainsi que par une réduction de la capitalisation du déficit des régimes de retraite après l'adoption de nouvelles mesures de capitalisation, contrebalancées en partie par une hausse des frais de restructuration et charges spéciales ainsi que par une hausse des créances des entreprises nouvellement acquises par Pages Jaunes.

Au 30 juin 2016, la dette nette totalisait 448,5 M\$ par rapport à 488,8 M\$ à l'exercice précédent. La Société a effectué un paiement de 36 M\$ pour le rachat obligatoire du capital de ses billets le 31 mai 2016. Les paiements de rachat obligatoire du capital devraient totaliser approximativement 100 M\$ en 2016.

« Le renforcement de notre profil financier témoigne de nos progrès dans notre transformation numérique », a souligné M^{me} Ginette Maillé, chef de la direction financière de Pages Jaunes. Grâce à une croissance pro forma durable des produits tirés des médias et solutions numériques et à une réduction des dépenses d'exploitation découlant de la réalisation d'initiatives d'économie de coûts, le rythme des baisses du BAIIA ajusté a ralenti. En parallèle avec une baisse de ses dépenses d'investissement, Pages Jaunes a augmenté ses flux de trésorerie disponibles et diminué sa dette en cours, tout en améliorant sa proposition de valeur aux marchands, aux marques et aux consommateurs canadiens. »

Au cours du trimestre clos le 30 juin 2016, le bénéfice net s'est élevé à 11 M\$ comparativement à un bénéfice net de 16,5 M\$ à l'exercice précédent. Le bénéfice net a subi principalement l'incidence d'une hausse des amortissements qui résulte du déploiement de nouvelles technologies et plateformes ainsi que d'une baisse du BAIIA ajusté. Pour le trimestre clos le 30 juin 2016, la Société a comptabilisé un bénéfice de base par action de 0,41 \$, comparativement à un bénéfice de base par action de 0,62 \$ à l'exercice précédent.

Mise à jour sur l'exploitation

« Les clients sont au cœur de notre transformation numérique et nous sommes en bonne voie de renouer avec la croissance du nombre de clients d'ici 2017 », a poursuivi M. Billot. Grâce à des acquisitions ciblées et à une culture de ventes améliorée, Pages Jaunes a percé de nouveaux marchés verticaux et approché de nouvelles catégories de clients avec des solutions numériques mieux adaptées à leurs besoins en matière de marketing. En parallèle, nous continuons de responsabiliser nos employés en leur fournissant les outils dont ils ont besoin pour offrir une expérience client globale enrichie et assumer leur rôle de chefs de la direction marketing pour les PME à l'échelle du pays. »

Rehausser la proposition de valeur aux clients

- Le nombre de clients de la Société totalisait 244 000 clients au 30 juin 2016, comparativement à 248 000 clients au 30 juin 2015, ce qui représente un recul net de 4 000 clients d'un exercice à l'autre, soit une amélioration significative par rapport à la baisse nette de 17 000 clients au cours de la période correspondante de l'exercice précédent.

- Au cours de la période de douze mois close le 30 juin 2016, Pages Jaunes a continué d'accélérer son rythme d'acquisition des clients, avec 38 600 nouveaux clients acquis, soit une hausse par rapport aux 24 800 nouveaux clients acquis à la période correspondante de l'exercice précédent. Diverses initiatives sont mises en œuvre afin de promouvoir la génération et la conversion d'occasions d'affaires parmi l'effectif de vente de la Société, notamment le lancement de campagnes de valorisation de la marque interentreprises conçues pour mieux faire connaître au public les solutions de marketing de Pages Jaunes, ainsi que le développement de nouvelles offres qui répondent plus adéquatement aux besoins en marketing des marchands. La Société met également en place de nouveaux outils de vente et des plateformes automatisées qui tirent parti de données exclusives et de la veille concurrentielle pour accroître la productivité et l'efficacité de son effectif de vente.
- Le taux de renouvellement des clients s'est établi à 83 % pour la période de douze mois close le 30 juin 2016, comparativement à un taux de renouvellement de 85 % au cours de la période correspondante de l'exercice précédent. Le taux de renouvellement des clients a été affecté défavorablement par le rythme accéléré d'acquisition de clients. Les clients récemment acquis sont principalement des entreprises nouvellement créées qui sont de plus petite taille et ont un profil de marketing davantage axé sur le numérique. Ils présentent donc un degré plus élevé de roulement par rapport aux cohortes de clients plus anciens de la Société. Dans le but de maintenir les taux de renouvellement des clients, Pages Jaunes continue activement d'améliorer le rendement de ses activités de vente, de service à la clientèle et de traitement des commandes, tout en fournissant aux équipes concernées les ressources nécessaires pour les aider à concevoir et à offrir des campagnes de marketing numérique à valeur ajoutée.

Mettre en valeur les actifs liés aux médias

- Le total des visites sur nos médias numériques s'est élevé à 106,2 millions pour le trimestre clos le 30 juin 2016, comparativement à 116,4 millions à la période correspondante de l'exercice précédent. Le total des visites sur nos médias numériques au deuxième trimestre de 2016 demeure affecté par une modification apportée à la présentation des pages de résultats de recherche du Web mobile de Google à la fin de 2015, qui a poussé les résultats naturels de tous les éditeurs de contenu Web mobile plus bas dans les pages de résultats de recherche de Google. Le classement en tête de Pages Jaunes parmi les résultats naturels du Web mobile de Google est toutefois demeuré relativement inchangé, malgré la modification de la présentation, ce qui reflète la forte pertinence et la qualité élevée des inscriptions de la Société.

- La Société a lancé, sur les plateformes iOS et Android, de nouvelles versions de l'application mobile PJ qui offrent aux utilisateurs une page d'accueil contextualisée conçue pour mettre en valeur du contenu géolocalisé pertinent. Dans le but d'accroître l'utilisation de son réseau de médias, Pages Jaunes a par ailleurs lancé une campagne multimédia à l'échelle nationale pour accroître la notoriété et l'adoption de l'application de restauration de Pages Jaunes, PJ Resto. La campagne met en vedette trois personnages animés (le cœur, le cerveau et l'estomac) qui représentent les trois éléments clés qui interviennent dans le processus de prise de décision lorsque vient le moment de choisir un restaurant. La campagne sera diffusée jusqu'en décembre 2016 dans les principaux marchés urbains du Canada et peut être visionnée sur la page Facebook de PJ Resto à l'adresse <https://www.facebook.com/ypdine/videos>

Promouvoir les possibilités de la marque

- Dans le but d'accroître la notoriété des programmes de marketing numérique de Pages Jaunes et de mettre en évidence leur incidence sur la croissance des entreprises locales, la Société a récemment ouvert sa propre petite entreprise, *The Lemonade Stand*, dans le quartier The Beaches à Toronto, en Ontario. La Société a réussi à accroître les activités du stand de limonade, un magasin éphémère jusque-là inconnu, qui vend de la limonade et des desserts à base de citron, en utilisant seulement les solutions de marketing numérique de Pages Jaunes. En deux semaines, les annonces numériques du stand de limonade ont généré plus de 500 000 impressions et son site Web a attiré 1 700 visiteurs uniques, ce qui s'est traduit ultimement par des ventes hebdomadaires de plus de 5 000 \$. L'histoire de la réussite du stand de limonade sera présentée dans le cadre d'une campagne multimédia nationale qui se poursuivra jusqu'en novembre 2016 et qui peut être visionnée sur le Carrefour Affaires 360° à l'adresse <https://carrefouraffaires.pj.ca/the-lemonade-stand>

Conférence téléphonique

Pages Jaunes Limitée tiendra une conférence téléphonique (en anglais) à l'intention des analystes et des médias à 11 h (heure de l'Est) le 5 août 2016 pour commenter les résultats du deuxième trimestre de 2016. On peut assister à cette conférence en composant le 416 340-2219 dans la région de Toronto ou le 1 866 225-0198 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-2e-trimestre-de-2016/>.

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 5 août au 5 septembre 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 le **3158611**.

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](#), [411.ca](#), [Bookenda.com](#), [dine.TO](#), [DuProprio.com](#), [ComFree.com](#) et [PJ Immobilier](#) ainsi que les [applications mobiles](#) PJ, PJ Shopwise, PJ Resto, RedFlagDeals, Canada411, 411, Bookenda, DuProprio, ComFree et PJ Immobilier, de même que les annuaires imprimés Pages Jaunes^{MC}. Par le biais de [Mediative](#), Pages Jaunes est un chef de file dans l'offre de solutions publicitaires nationales par l'entremise de ses divers canaux et services dédiés aux entreprises nord-américaines. La Société détient également [JUICE Mobile](#), une entreprise de technologie publicitaire mobile dont les plateformes programmatiques exclusives facilitent l'achat et la vente automatiques de publicité mobile entre les marques et les éditeurs. 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 5 août 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 inexactes. 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 5 août 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	Pour les trimestres clos les 30 juin		Pour les semestres clos les 30 juin	
	2016	2015	2016	2015
Produits	210 487 \$	204 771 \$	414 114 \$	410 673 \$
BAlIA ajusté ¹	58 931 \$	61 593 \$	120 824 \$	132 379 \$
Marge sur BAlIA ajusté ¹	28 %	30,1 %	29,2 %	32,2 %
Bénéfice net	10 953 \$	16 510 \$	24 104 \$	42 034 \$
Bénéfice de base par action	0,41 \$	0,62 \$	0,91 \$	1,57 \$
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	32 627 \$	38 028 \$	56 875 \$	100 862 \$
Flux de trésorerie disponibles ¹	19 724 \$	17 379 \$	28 547 \$	62 271 \$

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.