

Yellow Média inc. présente ses résultats pour le troisième trimestre 2011

- L'entreprise met l'accent sur la mise en œuvre de sa stratégie numérique Solution 360°
- Les produits tirés des activités en ligne annualisés se chiffrent à environ 350 M\$, soit plus de 27 % des produits totaux
- L'entreprise renforce sa structure de capital par la réduction de sa dette

Montréal (Québec), le 3 novembre 2011 – Yellow Média inc. (TSX : YLO) a publié aujourd'hui les résultats de son troisième trimestre, marqués par le renforcement de sa structure de capital et par son progrès par rapport à sa transformation en une société de media numérique et de solutions marketing.

Yellow Média a conclu la vente de Société Trader en juillet 2011. Les résultats de l'entreprise ainsi vendue ont été reclassés dans les activités abandonnées. Par conséquent, les résultats d'exploitation pour le trimestre et la période de neuf mois se terminant le 30 septembre 2011 excluent les résultats de l'entreprise vendue; les produits d'exploitation et les flux de trésorerie pour la période précédente ont été retraités pour tenir compte de ce changement.

Pour le trimestre se terminant le 30 septembre 2011, l'entreprise a enregistré une perte nette ainsi qu'une perte nette associée aux activités poursuivies de 2,8 G\$ par suite d'une charge pour dépréciation du goodwill de 2,9 G\$. Cette charge est sans effet sur la trésorerie et n'a pas d'incidence sur les activités de l'entreprise, les liquidités, les flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation, les ententes de crédit conclues avec les banques et les contrats obligataires. Le bénéfice net associé aux activités poursuivies avant la charge de dépréciation se chiffre à 74,6 M\$, contre 65,6 M\$ pour la période correspondante de 2010.

Le bénéfice net par action tiré des activités poursuivies avant la charge pour dépréciation du goodwill s'établit à 0,14 \$, comparativement à un bénéfice net par action de 0,12 \$ pour le trimestre correspondant de l'exercice précédent. Le bénéfice par action ajusté tiré des activités poursuivies pour le trimestre se chiffre à 0,07 \$, contre 0,19 \$ l'année précédente.

Les produits ont reculé de 9,1 %, passant de 355,9 M\$ à 323,4 M\$, en raison de produits inférieurs dans le secteur des produits imprimés ainsi que des produits inférieurs associés à Canpages et dans les activités aux États-Unis. Ce résultat a été en partie contrebalancé par des produits internes plus élevés tirés des activités en ligne et par les produits générés par Mediative. Les produits tirés des activités en ligne au troisième trimestre de 2011 se chiffrent à 87,3 M\$, soit environ 350 M\$ sur une base annualisée, soit une croissance de 26,4 % par rapport à l'exercice précédent. Les produits tirés des activités en ligne représentent maintenant plus de 27 % des produits d'exploitation, contre 20 % au troisième trimestre de 2010.

Le bénéfice d'exploitation avant la charge pour dépréciation du goodwill s'établit à 127,7 M\$ pour le troisième trimestre, comparativement à 126,7 M\$ pour le trimestre correspondant de 2010. Le BAIIA pour le troisième trimestre a reculé de 193,2 M\$ à 166,0 M\$ et la marge sur BAIIA se chiffre à 51,3 %, contre 54,3 % pour la même période l'an dernier. Ce résultat est surtout attribuable aux pressions sur les produits dans le

secteur de l'imprimé, à des coûts plus élevés associés à Mediative et à Canpages ainsi qu'aux investissements dans la transformation de nos activités.

« Notre industrie évolue dans une phase de profonde transformation. Tout en étant conscients des défis de l'heure, nous demeurons confiants que la stratégie de notre Solution 360° permettra de nous établir solidement dans le secteur des médias numériques », soutient Marc P. Tellier, président et chef de la direction de Groupe Pages Jaunes. « Le conseil d'administration, l'équipe de direction et tous nos employés travaillent à la mise en œuvre de notre transformation en une société de media numérique et de solutions marketing. »

Progrès soutenus de la Solution 360° Pages Jaunes

Au cours du trimestre, l'entreprise a continué de renforcer sa position de chef de file des médias de performance et des solutions marketing en poursuivant le déploiement de la Solution 360° Pages Jaunes (www.pagesjaunes.ca/360). Cette proposition de valeur unique, au cœur de la transformation numérique de l'entreprise, permet aux clients d'obtenir une visibilité sans précédent avec des produits multimédias en ligne, mobiles et imprimés, et d'accéder à divers services comme le développement de sites Web, le marketing par moteur de recherche et l'optimisation pour les moteurs de recherche.

Dans le cadre de sa Solution 360°, l'entreprise a récemment inauguré PagesJaunes Analytique^{MC}, une plateforme de rapports détaillés qui donne aux annonceurs un meilleur retour d'information sur les résultats réels de leur campagne GPJ.

Un autre élément essentiel de la Solution 360° de GPJ vise le secteur des appareils mobiles. La stratégie de mobilité de GPJ consiste à améliorer l'expérience des utilisateurs d'appareils mobiles afin de créer une valeur accrue pour nos annonceurs. L'entreprise continue de développer ses contenus locaux et d'ajouter des contenus d'affaires plus riches sur les commerçants afin de stimuler l'intérêt des utilisateurs canadiens d'appareils mobiles. Les applications mobiles de GPJ ont été téléchargées plus de 3,0 millions de fois, et les recherches d'entreprises avec PagesJaunes.ca au moyen d'appareils mobiles représentent maintenant plus de 30 % des recherches numériques globales de GPJ.

Mediative

Cette division, lancée il y a un an, est l'une des plus importantes entreprises intégrées de publicité et de marketing numérique en Amérique du Nord. Mediative a une riche expérience dans le développement de solutions originales et innovantes pour les entreprises nationales. Au cours du trimestre, elle a été désignée 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 dans la communauté du marketing Internet. Mediative a eu l'honneur d'être désignée meilleure entreprise dans les catégories des services corporatifs d'optimisation des engins de recherche et du marketing de recherche intégré. Mediative répond maintenant aux besoins en marketing de certaines des plus grandes marques en Amérique du Nord comme WalMart, Future Shop, Sears et Disney. Elle constitue aussi l'un des plus grands réseaux d'annonces commerciales au Canada, gérant le stock d'annonces de plus de 600 sites Web comme Best Buy, Martha Stewart, Sears, Future Shop et Toys 'R Us.

Élimination du dividende sur les actions ordinaires

Comme il a été annoncé le 28 septembre 2011, le conseil d'administration de Yellow Média a décidé d'éliminer les dividendes futurs sur les actions ordinaires de l'entreprise. Cette décision, prise en conformité avec les modifications que l'entreprise a convenu d'apporter à sa convention de crédit principale, améliorera son profil financier et la situation de son capital. Le dividende de 0,025 \$ par action ordinaire annoncé le 4 août 2011 a été versé le 17 octobre 2011 aux actionnaires inscrits à la fermeture des bureaux le 30 septembre 2011. Les liquidités conservées grâce à l'élimination de ces dividendes seront affectées à la réduction de la dette et réinvesties dans les activités de l'entreprise.

Structure de capital

Pendant le trimestre, Yellow Média a remboursé au total 500 M\$ sur sa dette bancaire et a réduit de 750 M\$ à 250 M\$ le montant de son prêt à terme renouvelable. Le montant du prêt à terme non renouvelable de 250 M\$ demeure inchangé. En conséquence, la nouvelle facilité de crédit de premier rang non garantie principale de 500 M\$ sera composée d'une tranche renouvelable de 250 M\$ et d'une tranche non renouvelable de 250 M\$, venant toutes deux à échéance le 18 février 2013.

Au 30 septembre 2011, la dette nette de GPJ se chiffrait à environ 1,7 G\$, ou 2,2 G\$ en comptant les actions privilégiées de séries 1 et 2 et les instruments convertibles. Le ratio de la dette nette sur le BAIIA pour les douze derniers mois s'établissait à 2,5 au 30 septembre 2011, comparativement à 2,9 au trimestre précédent et à 2,6 au 31 décembre 2010. Au cours du troisième trimestre, l'entreprise a réduit sa dette totale d'environ 700 M\$, y compris le remboursement de 238 M\$ du capital de billets à moyen terme et la réduction de sa dette bancaire décrite précédemment.

Téléconférence pour les investisseurs

Yellow Média inc. tiendra une conférence téléphonique (en anglais) à l'intention des analystes et médias à 14 h (HE) le 3 novembre 2011 afin de commenter les résultats du troisième trimestre 2011. On peut assister à cette conférence en composant le (416) 340-8018 dans la région de Toronto ou le 1 866 223-7781 de l'extérieur. Cet appel sera webdiffusé en direct sur le site de la Société, à l'adresse :

<http://www.ypg.com/fr/investisseurs/rapports-financiers/2011/rapports-trimestriels/troisieme-trimestre>.

La conférence téléphonique sera archivée dans la section Investisseurs du site Web de GPJ à l'adresse www.ypg.com. La conférence sera également accessible en différé du 3 au 11 novembre 2011 en composant le (905) 694-9451 dans la région de Toronto, ou le 1 800 408-3053 de l'extérieur. Le code d'accès est **7214585**.

Yellow Média inc.

Yellow Média inc. (TSX : YLO) est l'entreprise internet numéro un au Canada par l'entremise de son réseau de sociétés qui comprend Groupe Pages Jaunes et Canpages. Yellow Média inc. détient et gère les plateformes et les publications parmi les plus populaires au Canada, notamment les annuaires Pages Jaunes^{MC}, PagesJaunes.ca^{MC}, Canada411.ca^{MC}, RedFlagDeals.com et LesPAC.com. Ces destinations en ligne rejoignent environ 9,4 millions de visiteurs uniques chaque mois et les applications mobiles de GPJ pour la recherche d'entreprises locales et de promotions ont été téléchargées plus de 3,0 millions de fois. Yellow Média inc. est également un chef de file dans l'offre de solutions numériques nationales par l'entremise de Mediative, sa division de médias numériques et de solutions marketing pour les agences et annonceurs nationaux. Pour plus de renseignements : www.ypg.com.

Mise en garde concernant les énoncés prospectifs

Le présent communiqué contient des énoncés prospectifs au sujet des objectifs, des stratégies, des conditions financières, des résultats et des activités de la Société. Ces énoncés sont prospectifs puisqu'ils sont fondés sur nos attentes, en date du 3 novembre 2011, en ce qui concerne nos activités et les marchés sur lesquels nous les exerçons, et en ce qui concerne 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 à la rubrique 6 de notre rapport de gestion en date du 3 novembre 2011. 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 des déclarations prospectives même si de nouveaux renseignements venaient à notre connaissance par suite d'événements futurs ou pour toute autre raison.

- 30-

Contacts :

Relations avec les investisseurs

Anne-Sophie Roy
Trésorière
Tél. : (514) 934-2828
anne-sophie.roy@ypg.com

Relations médias

Hind Ounis
Directrice, Communications
Tél. : (514) 934-2097
hind.ounis@ypg.com

Faits saillants financiers

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

Yellow Média inc.	Trimestres clos les 30 septembre		Périodes de neuf mois clos les 30 septembre	
	2011	2010	2011	2010
Produits	323 441 \$	355 949 \$	1 015 551 \$	1 055 751 \$
(Perte opérationnelle) bénéfice opérationnel	(2 772 299) \$	126 729 \$	(2 524 815) \$	441 106 \$
(Perte nette) bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies	(2 806 099) \$	65 597 \$	(2 756 344) \$	238 937 \$
(Perte) bénéfice de base par action lié aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc.	(5,52) \$	0,12 \$	(5,42) \$	0,44 \$
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles des activités poursuivies	43 985 \$	122 526 \$	243 609 \$	415 992 \$
BAIIA ¹	165 998 \$	193 223 \$	532 509 \$	595 773 \$
Marge sur BAIIA ¹	51,3%	54,3%	52,4%	56,4%
Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies ¹	37 079 \$	93 349 \$	199 300 \$	338 913 \$
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation	509 752 238	501 815 664	511 591 101	503 333 857
Bénéfice ajusté par action ordinaire lié aux activités poursuivies	0,07 \$	0,19 \$	0,39 \$	0,67 \$
Dividendes sur actions ordinaires	40 360 \$	100 402 \$	207 345 \$	302 088 \$
Dividendes déclarés par action ordinaire	0,08 \$	0,20 \$	0,40 \$	0,60 \$
Ratio de distribution	114%	105%	103%	90%

Note : L'information financière présentée ci-dessus a été préparée à partir des IFRS pour les états financiers intermédiaires. Les montants présentés dans ce communiqué de presse pour le trimestre et la période de neuf mois clos le 30 septembre 2010 ont été retraités pour refléter l'adoption des IFRS, avec prise d'effet le 1^{er} janvier 2010. La note 20 des états financiers consolidés résumés intermédiaires 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 le trimestre et semestre clos le 30 septembre 2010.

Mesures non définies par les IFRS¹

De manière à offrir une meilleure compréhension des résultats, la Société utilise le terme BAIIA, défini comme le bénéfice opérationnel avant amortissements, dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, frais connexes à l'acquisition, frais de restructuration et charges spéciales. Ce terme n'a pas de signification standardisée au sens des IFRS et pourrait ne pas être comparable à des mesures semblables utilisées par d'autres émetteurs. La Société utilise également le terme bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies, défini 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 et la dépréciation de la participation dans une entreprise associée, où tous les ajustements, à l'exception de l'impôt sur le résultat hors trésorerie et la dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles, tiennent compte de l'incidence de l'impôt sur le résultat calculée selon le taux d'imposition prévu par la loi. La direction juge que ces mesures sont représentatives des activités actuelles. La direction est d'avis que le BAIIA et le bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies constituent des mesures importantes qui permettent à la direction d'évaluer le rendement des activités en cours. Le tableau qui suit présente le rapprochement entre le bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies et les mesures financières IFRS les plus comparables:

Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies

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

	Trimestres clos les 30 septembre		Périodes de neuf mois clos les 30 septembre	
	2011	2010	2011	2010
(Perte nette) bénéfice net lié(e) aux activités poursuivies	(2 806 099) \$	65 597 \$	(2 756 344) \$	238 937 \$
Attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle	84	13	441	13
Dividendes versés aux détenteurs d'actions privilégiées	(5 583)	(5 780)	(16 955)	(17 257)
(Perte nette) bénéfice net lié aux activités poursuivies attribuable aux détenteurs d'actions ordinaires de Yellow Média inc.	(2 811 598)	59 830	(2 772 858)	221 693
Amortissement des immobilisations incorporelles ^{1,3}	25 359	25 917	102 286	64 894
Dépréciation du goodwill et des immobilisations incorporelles ⁴	2 880 677	-	2 880 677	-
Frais connexes à l'acquisition ^{2,3}	358	1 374	5 431	17 882
Frais de restructuration et charges spéciales ³	-	11 346	8 571	17 639
Charges financières ³	7 436	24 663	68 451	71 761
Intérêts versés	(49 226)	(38 915)	(120 554)	(110 189)
Dépréciation de la participation dans une entreprise associée ³	-	-	36 392	-
Impôt sur le résultat hors trésorerie	(15 927)	9 134	(9 096)	55 233
Bénéfice ajusté lié aux activités poursuivies	37 079 \$	93 349 \$	199 300 \$	338 913 \$
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation	509 752 238	501 815 664	511 591 101	503 333 857
Bénéfice ajusté par action ordinaire lié aux activités poursuivies ³	0,07 \$	0,19 \$	0,39 \$	0,67 \$
Dividendes sur actions ordinaires	40 360 \$	100 402 \$	207 345 \$	302 088 \$
Dividendes déclarés par action ordinaire	0,08 \$	0,20 \$	0,40 \$	0,60 \$
Ratio de distribution	114 %	105 %	103 %	90 %

¹Représente l'amortissement des immobilisations incorporelles attribuables aux actionnaires.

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

³Les 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).

⁴Déduction faite de l'impôt sur le résultat de 19,3 M\$.