

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

Montréal (Québec), le 10 mai 2016 — Pages Jaunes Limitée (TSX : Y) (la « Société ») a publié aujourd'hui ses résultats financiers et d'exploitation pour le trimestre clos le 31 mars 2016, qui témoignent de la réussite de la mise en œuvre de son plan de retour à la croissance et de sa transformation pour devenir le chef de file en matière de publicité numérique au Canada.

- Les produits tirés des médias et solutions numériques ont augmenté de 16,6 % d'un exercice à l'autre pour se chiffrer à 131,6 M\$ pour le trimestre clos le 31 mars 2016, ce qui représente 64,6 % du total des produits.
- Le BAIIA ajusté pour tenir compte des frais de restructuration et charges spéciales (le « BAIIA ajusté ») a totalisé 61,9 M\$ pour le trimestre clos le 31 mars 2016, comparativement à 70,8 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La marge sur BAIIA ajusté était 30,4 % au premier trimestre de 2016, comparativement à 34,4 % à l'exercice précédent.
- Le nombre de clients de la Société a totalisé 244 000 clients au 31 mars 2016, comparativement à 251 000 clients à la période correspondante de l'exercice précédent. L'acquisition de clients a continué à s'accélérer, comme en témoigne l'acquisition de 34 600 nouveaux clients pour la période de douze mois close le 31 mars 2016, comparativement à l'acquisition de 23 700 nouveaux clients au cours de la période correspondante de l'exercice précédent.
- Pages Jaunes a acquis l'actif net de JUICE Mobile (« JUICE ») le 17 mars 2016 pour une contrepartie totale de 35,3 M\$, financée par des fonds en caisse. L'acquisition permet à Pages Jaunes de se positionner en tant que chef de file dans l'offre de solutions publicitaires mobiles nationales et d'étendre considérablement sa portée sur les marques et les éditeurs de médias, tout en bénéficiant de technologies programmatiques exclusives qui permettront aux annonceurs nationaux de rejoindre les utilisateurs d'appareils mobiles partout en Amérique du Nord.
- La Société prévoit effectuer un paiement de 36 M\$ pour le rachat obligatoire du capital de ses billets garantis de premier rang à 9,25 % (les « billets ») le 31 mai 2016. Le total des paiements de rachat obligatoire du capital devrait se chiffrer à approximativement 100 M\$ en 2016.

« Grâce à des produits tirés des médias et solutions numériques annualisés de plus de 526 M\$, Pages Jaunes demeure l'un des principaux fournisseurs de solutions de marketing et de médias au Canada. Plus de 244 000 petites et moyennes entreprises (« PME ») font confiance à nos services publicitaires pour accroître leur visibilité locale et plus du tiers des Canadiens consultent également notre réseau de médias numériques pour interagir et transiger avec les marchands de leur quartier et des environs », a déclaré M. Julien Billot, président et chef de la direction de Pages Jaunes. « Nous avons complété la deuxième année de notre plan de retour à la croissance et nous avons réussi à tirer parti de notre expertise et de notre positionnement sur le marché pour accroître et enrichir les relations établies entre les consommateurs canadiens et les entreprises, ainsi qu'à renforcer notre profil financier. »

Résultats pour le premier trimestre de 2016

Pour le trimestre clos le 31 mars 2016, les produits ont diminué de 1,1 % d'un exercice à l'autre, pour atteindre 203,6 M\$, comparativement à 205,9 M\$ à la période correspondante de l'exercice précédent.

Pour le trimestre clos le 31 mars 2016, les produits tirés des médias et solutions numériques ont augmenté de 16,6 % d'un exercice à l'autre pour totaliser 131,6 M\$, comparativement à 112,9 M\$ pour l'exercice précédent. Pour le trimestre clos le 31 mars 2016, les produits tirés des médias et solutions numériques ont représenté 64,6 % du total des produits, soit une augmentation par rapport à 54,8 % à la période correspondante de l'exercice précédent.

La croissance des produits tirés des médias et solutions numériques continue d'être stimulée par l'accélération de l'acquisition de clients et la croissance des dépenses parmi les clients des médias numériques de la Société qui renouvellent leur contrat. La croissance des produits tirés des médias et solutions numériques a aussi bénéficié des acquisitions de DuProprio/ComFree (« DPCF ») et de JUICE le 1^{er} juillet 2015 et le 17 mars 2016, respectivement. Sur une base pro forma, les produits tirés des médias et solutions numériques, pour le trimestre clos le 31 mars 2016, ont augmenté de 8 % d'un exercice à l'autre. La croissance des produits tirés des médias et solutions numériques pro forma ajuste ces produits pour tenir compte de l'inclusion complète de DPCF et de JUICE au cours du trimestre clos le 31 mars 2015, ainsi que de l'inclusion complète de JUICE au premier trimestre de 2016.

Au premier trimestre de 2016, les produits tirés des médias imprimés ont diminué de 22,6 % d'un exercice à l'autre pour s'établir à 72 M\$, demeurant affectés de façon défavorable par un recul du nombre de clients des médias imprimés et de la migration continue des dépenses de publicité imprimée des clients vers la publicité numérique. Le taux de recul des produits tirés des médias imprimés devrait demeurer relativement stable, soutenu en partie par des initiatives visant à préserver l'utilisation des annuaires imprimés et à favoriser le renouvellement des dépenses des clients pour la publicité imprimée.

Le BAIIA ajusté a totalisé 61,9 M\$ pour le trimestre clos le 31 mars 2016, comparativement à 70,8 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La marge sur BAIIA ajusté pour le premier trimestre de 2016 s'est établie à 30,4 %, comparativement à 34,4 % pour le premier 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 d'initiatives d'économie de coûts.

Pour le trimestre clos le 31 mars 2016, les flux de trésorerie disponibles ont totalisé 8,8 M\$, comparativement à 44,9 M\$ pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution des flux de trésorerie disponibles s'explique principalement par un montant d'impôt sur le résultat payé de 1,9 M\$ au premier trimestre de 2016, comparativement à un montant d'impôt sur le résultat reçu de 25,6 M\$ au premier trimestre de 2015 en raison d'un règlement fiscal antérieur. Les flux de trésorerie disponibles pour le trimestre clos le 31 mars 2016 ont également été affectés par la baisse du BAIIA ajusté.

Au 31 mars 2016, la dette nette s'est chiffrée à 463,1 M\$, par rapport à 455,1 M\$ à l'exercice précédent. La Société prévoit effectuer 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.

« Nos flux de trésorerie demeurent solides, nous procurant la souplesse financière nécessaire pour réduire notre niveau d'endettement et transférer de la valeur aux actionnaires », a souligné M^{me} Ginette Maillé, chef de la direction financière de Pages Jaunes. « À mesure que nous poursuivons la mise en œuvre du plan de retour à la croissance, notre profil de flux de trésorerie continuera à se renforcer, stimulé par une croissance durable des produits tirés des médias et solutions numériques, une réduction des dépenses d'exploitation et d'investissement et des économies de coûts générées par la réalisation d'efficacités opérationnelles. »

Au cours du trimestre clos le 31 mars 2016, le bénéfice net était 13,2 M\$, comparativement à un bénéfice net de 25,5 M\$ à l'exercice précédent, principalement en raison d'une baisse du BAIIA ajusté. Pour le trimestre clos le 31 mars 2016, la Société a comptabilisé un bénéfice de base par action de 0,49 \$, comparativement à un bénéfice de base par action de 0,95 \$ pour la période correspondante de l'exercice précédent.

Mise à jour sur l'exploitation

« Nous sommes devenus une entreprise de publicité numérique réputée et nous offrons des services et solutions améliorés aux marchands pour les aider à se démarquer face à la complexité de l'économie numérique actuelle », a poursuivi M. Billot. « Nos plateformes et nos activités se sont développées pour soutenir les besoins en matière de numérique de nos clients locaux et nationaux, tandis que de nouveaux processus ont été mis en place pour améliorer les niveaux de service offerts par nos équipes qui sont en contact direct avec les clients. Ces initiatives continuent de jouer un rôle clé dans l'accélération de l'acquisition de clients, le maintien du taux de renouvellement des clients et la croissance des dépenses pour la publicité numérique parmi les clients qui renouvellent leur contrat, des facteurs cruciaux pour le retour à la croissance des produits et du BAIIA ajusté de la Société d'ici 2018. »

Rehausser la proposition de valeur aux clients

- Le nombre de clients de la Société s'est établi à 244 000 clients au 31 mars 2016, comparativement à 251 000 clients au 31 mars 2015, ce qui représente un recul net de 7 000 clients d'un exercice à l'autre, soit une amélioration significative par rapport à la baisse nette de 19 000 clients au cours de la période correspondante de l'exercice précédent.

Rehausser la proposition de valeur aux clients (suite)

- Au cours de la période de douze mois close le 31 mars 2016, Pages Jaunes a acquis 34 600 nouveaux clients, ce qui surpasse les 23 700 nouveaux clients acquis à la période correspondante de l'exercice précédent. La Société a fait des progrès importants dans le développement d'une culture de ventes axée sur l'acquisition de nouveaux clients, tout en mettant en place des technologies qui ont accru la productivité et la performance de ses canaux de vente. Un compositeur automatique a été mis en place dans les divers centres d'appel de la Société afin d'automatiser la qualification et l'affectation des occasions d'affaires. En parallèle, l'effectif de vente de Pages Jaunes est en voie de disposer d'outils améliorés axés sur les clients, qui tirent parti des informations propres à la concurrence, et de techniques de vente fondées sur des données pour offrir aux clients des campagnes de marketing numérique à valeur ajoutée.
- Le taux de renouvellement parmi les clients est demeuré relativement stable à 84 % pour la période de douze mois close le 31 mars 2016, comparativement à un taux de renouvellement de 85 % au cours de la période correspondante de l'exercice précédent. Ce résultat demeure soutenu par la mise en œuvre d'une expérience améliorée liée aux ventes, au service à la clientèle et au traitement des commandes de produits numériques pour les clients de la Société.

Mettre en valeur les actifs liés aux médias

- Le total des visites sur nos médias numériques, qui 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, a totalisé 100,2 millions au cours du premier trimestre clos le 31 mars 2016, comparativement à 105,3 millions de visites à la période correspondante de l'exercice précédent.
- Le total des visites sur nos médias numériques au premier 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 des 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.
- L'application mobile PJ Resto a continué d'être améliorée de diverses façons au cours du premier trimestre de 2016, afin d'offrir du contenu enrichi, un répertoire élargi d'inscriptions de restaurants et des fonctionnalités de recherche et de réservation plus conviviales. Le site Web PJ Resto (<http://www.pagesjaunes.ca/resto>) a également été amélioré et permet maintenant aux utilisateurs d'optimiser davantage leur expérience de recherche en filtrant les restaurants et en y effectuant des réservations en fonction des disponibilités.

Acquisition de JUICE Mobile

- Le 17 mars 2016, Pages Jaunes a conclu l'acquisition de l'actif net de JUICE pour une contrepartie totale de 35,3 M\$. JUICE est une entreprise canadienne de technologies publicitaires mobiles de premier plan, dont la plateforme programmatique directe et la plateforme d'enchères en temps réel exclusives facilitent l'achat et la vente automatiques de publicité mobile entre les marques et les éditeurs. Depuis sa création en 2010, JUICE a su tirer parti de ses plateformes de publicité mobile pour tisser de précieuses relations avec de nombreux clients qui figurent au palmarès Fortune 500 de partout en Amérique du Nord, tout en exploitant un réseau d'éditeurs de médias mobiles générant plus de 11 milliards d'impressions annuellement. Cette acquisition positionne Pages Jaunes en tant que chef de file dans l'offre de solutions publicitaires mobiles nationales et lui permet de rejoindre davantage de marques et d'éditeurs de médias en plus d'équiper la Société de technologies à la fine pointe pour mieux réaliser les campagnes publicitaires sur appareils mobiles. La transaction aidera également Pages Jaunes à accélérer la monétisation des utilisateurs d'appareils mobiles locaux, en tirant parti des éditeurs et des plateformes publicitaires de JUICE pour créer des campagnes publicitaires sur appareils mobiles hyperlocales plus ciblées pour les PME à l'échelle nationale.
- À la suite de l'acquisition de JUICE, la Société prévoit que, pour l'exercice clos le 31 décembre 2016, la croissance pro forma d'un exercice à l'autre des produits tirés des médias et solutions numériques se situera entre 9 % et 11 %. Bien que l'acquisition de JUICE s'ajoute au BAIIA ajusté, la Société revoit ses prévisions concernant sa marge sur BAIIA ajusté pour 2016 qui se situera à environ 28 %, puisque JUICE exerce ses activités à une marge sur BAIIA ajusté inférieure à celle de Pages Jaunes avant l'acquisition.

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 10 mai 2016 pour commenter les résultats du premier trimestre de 2016. On peut assister à cette conférence en composant le 416 340-2219 dans la région de Toronto ou le 1 866 225-2055 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-1er-trimestre-de-2016-et-assemblee-generale-annuelle/>

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 10 mai au 8 juin 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 **6191781**.

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](http://PJImmobilier.com) 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}. En outre, 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 10 mai 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 10 mai 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 31 mars	
	2016	2015
Produits	203 627 \$	205 902 \$
BAIIA ajusté ¹	61 893 \$	70 786 \$
Marge sur BAIIA ajusté ¹	30,4 %	34,4 %
Bénéfice net	13 151 \$	25 524 \$
Bénéfice de base par action	0,49 \$	0,95 \$
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	24 248 \$	62 834 \$
Flux de trésorerie disponibles ¹	8 823 \$	44 892 \$

Mesures non définies par les IFRS¹

De manière à offrir une meilleure compréhension des résultats, la Société utilise le terme BAIIA 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 BAIIA 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.